

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan dapat dipandang sebagai suatu versi dari *game theory* (Mursalim, 2005) yang membuat suatu model kontraktual antara dua atau lebih orang (pihak), dimana salah satu pihak disebut *agent* dan pihak yang lain disebut *principal*.

Principal mendelegasikan pertanggungjawaban atas *decision making* kepada *agent*, hal ini dapat pula dikatakan bahwa *principal* memberikan suatu amanah kepada *agent* untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Lupia & McCubbins (2000) menyatakan bahwa pendelegasian terjadi ketika seseorang atau satu kelompok orang (*principal*) memilih orang atau kelompok lain (*agent*) untuk bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Menurut Ikhsan dan Ishak (2005), teori agensi didasarkan pada teori ekonomi.

Dari sudut pandang teori agensi, prinsipal (pemilik atau manajer puncak) membawahi agen (karyawan atau manajer yang lebih rendah) untuk melaksanakan kinerja yang efisien. Teori ini mengasumsikan kinerja yang efisien dan bahwa kinerja organisasi ditentukan oleh usaha dan pengaruh kondisi lingkungan.

Sedangkan Muliati (2011) berpendapat bahwa *Agency Theory* memiliki asumsi

bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pemegang saham sebagai pihak *principal* mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi.

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005), teori agensi menimbulkan masalah mendasar dalam organisasi yaitu "perilaku mementingkan diri sendiri". Manajer (selaku *agent*) sebuah perusahaan mungkin memiliki tujuan-tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik pemegang saham (*principal*). Karena manajer pemegang saham memiliki hak untuk mengelola aset perusahaan, sebuah potensi konflik kepentingan muncul antara dua kelompok.

Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan *agent* memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara *principal* dan *agent* mendorong *agent* untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja *agent*. Hal ini memacu *agent* untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan

kepentingannya. Salah satu bentuk tindakan *agent* tersebut adalah yang disebut sebagai *earnings management* (Richardson, 1998 dalam Tarigan, 2011).

Salno dan Baridwan (2000) menyatakan bahwa penjelasan tentang konsep manajemen laba tidak terlepas dari teori keagenan (*agency theory*). Teori keagenan menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai dan mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya. Adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemilik tersebut dapat dipengaruhi kebijakan yang diputuskan manajemen. Masdupi (2005) mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan dalam mengurangi masalah keagenan. Pertama, dengan meningkatkan *insider ownership*. Perusahaan meningkatkan bagian kepemilikan manajemen untuk mensejajarkan kedudukan manajer dengan pemegang saham sehingga bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Dengan meningkatkan persentase kepemilikan, manajer menjadi termotivasi untuk meningkatkan kinerja dan bertanggung jawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Kedua, dengan pendekatan pengawasan eksternal yang dilakukan melalui penggunaan hutang. Penambahan hutang dalam struktur modal dapat mengurangi penggunaan saham sehingga meminimalisasi biaya keagenan ekuitas.

2.1.2 Tinjauan Tentang Manajemen Laba

2.1.2.1 Defenisi Manajemen Laba

Istilah manajemen laba muncul pada saat peneliti, khususnya peneliti akuntansi, mencoba mengkaitkan hubungan antara suatu variabel ekonomi tertentu dan

upaya-upaya manajer untuk mengambil manfaat atas variabel tersebut (Devi, 2012). Manajemen laba itu sendiri tidak dapat diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Pada prinsipnya manajemen laba merupakan suatu cara dalam menyajikan informasi laba kepada publik yang sudah disesuaikan dengan *interest* atau kepentingan dari pihak manajer itu sendiri menguntungkan perusahaan (Indraswari, 2010).

Praktik yang dilakukan untuk mempengaruhi angka laba dapat terjadi secara legal maupun tidak legal (Rama, 2012). Praktik legal dalam manajemen laba berarti usaha untuk mempengaruhi angka laba tidak bertentangan dengan aturan pelaporan keuangan dalam Prinsip-Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU), yaitu dengan cara memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi, melakukan perubahan metode akuntansi, dan menggeser periode pendapatan atau biaya. Menurut Rama (2012), manajemen laba yang dilakukan secara illegal (disebut juga dengan *financial fraud*), dilakukan dengan cara-cara yang tidak diperbolehkan oleh Pedoman Akuntansi Berterima Umum (PABU), yaitu dengan cara melaporkan transaksi-transaksi pendapatan atau biaya secara fiktif dengan cara menambah (*mark up*) atau mengurangi (*mark down*) nilai transaksi, atau mungkin dengan tidak melaporkan sejumlah transaksi, sehingga akan menghasilkan laba pada nilai/tingkat tertentu yang dikehendaki.

Scott (2006) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari Standar Akuntansi Keuangan yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan.

Sedangkan Mulford dan Comiskey (2010) mendefinisikan manajemen laba sebagai manipulasi akuntansi dalam mempengaruhi angka laba dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya. Dan menurut Tjahjono (2012), tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi tanggung jawabnya tersebut dalam jangka panjang akan sangat mengganggu bahkan membahayakan perusahaan.

Sugiri (1998) dalam Widyaningdyah (2001) membagi definisi *earnings management* menjadi dua, yaitu:

1. Definisi sempit

Earnings management dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. *Earnings management* dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya *earnings*.

2. Definisi luas

Earnings management merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan/mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan/penurunan profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

Manajemen selaku pengelola perusahaan memiliki informasi tentang perusahaan lebih banyak dan lebih dahulu daripada pemilik sehingga terjadi asimetri informasi yang memungkinkan manajemen melakukan praktek akuntansi dengan

orientasi pada laba untuk mencapai suatu kinerja tertentu. Konflik keagenan yang menyebabkan adanya oportunistik manajemen sehingga membuat laba yang dilaporkan semu, dan pada akhirnya akan menyebabkan nilai perusahaan menjadi berkurang dimasa yang akan datang (Herawati dan Baridwan, 2007). Manajemen laba juga membawa dampak kehancuran pada tatanan ekonomi serta tatanan etika dan moral. Integritas laporan keuangan dipertanyakan publik karena informasi yang terkandung dalam laporan keuangan tidak mampu menjadi sumber utama untuk mengetahui keadaan perusahaan sesungguhnya dan apa yang terjadi pada perusahaan dalam periode tertentu (Sulistyanto, 2008). Manajemen laba dapat mengakibatkan berkurangnya kredibilitas laporan keuangan, menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat membuat pemakai laporan keuangan mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa.

Sejauh ini belum terdapat kesepakatan mengenai defenisi manajemen laba. Manajemen laba dapat diartikan bermacam-macam, tergantung dari sisi mana kita melihatnya. Walaupun banyak defenisi yang diberikan terhadap manajemen laba, namun terdapat banyak kesamaan yang disimpulkan dari defenisi-defenisi tersebut, yaitu usaha campur tangan manajemen untuk menaikkan/menurunkan laba yang terdapat dalam laporan keuangan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat tertentu (Devi, 2013). Namun upaya ini tentu saja di satu pihak akan menguntungkan manajemen, namun di pihak lain akan merugikan pihak lain yang menggunakan informasi dalam laporan keuangan tersebut karena apa yang tercantum didalamnya tidak mencerminkan kondisi yang sesungguhnya.

2.1.2.2 Motivasi Manajemen Laba

Scott (2006) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang, dan *political costs* (*opportunistic Earnings Management*). Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting* (*Efficient Earnings Management*), dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak.

Menurut perspektif *agency theory* dalam penelitian Lestari (2011), dalam sebuah entitas terdapat dua pihak yang melakukan kontrak yaitu pihak internal/manajemen (*agent*) dan pihak eksternal (*principal*). *Agent* selaku manajemen dari perusahaan, memiliki keinginan untuk meningkatkan laba, mendapatkan kredit, kemudahan dalam memperoleh sumber dana eksternal, mendapatkan bonus, menghemat pajak, dan lain-lain.

Stice et.al (2009) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba, yaitu:

1. Memenuhi target internal
2. Memenuhi harapan eksternal
3. Meratakan atau memuluskan laba (*income smoothing*)
4. Mempercantik laporan keuangan (*window dressing*) untuk keperluan penjualan saham perdana (*initial public offering-IPO*) atau untuk memperoleh pinjaman dari bank. Adanya praktik manajemen laba membuat laporan

keuangan dan informasi akuntansi lainnya disajikan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Laporan keuangan dengan angka-angka yang dimanipulasi bisa jadi berdampak pada kebijakan dividen yang akan diterapkan dan besarnya jumlah dividen yang akan dibagikan pada para pemegang saham.

Dalam *positif accounting theory* terdapat tiga hipotesis yang melatarbelakangi terjadinya manajemen laba (Watt dan Zimmerman: 1986) dalam Rahmawati, Suparno, dan Qomariyah (2006) yaitu:

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Manajemen akan memilih metode akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan *earnings* lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan. Penelitian Healy (1985) menggunakan pendekatan program bonus manajemen, yaitu bahwa manajer akan memperoleh bonus secara positif ketika laba berada di antara batas bawah (*bogey*) dan batas atas (*cap*). Ketika laba berada di bawah *bogey* manajer tidak mendapatkan bonus, dan ketika laba berada di atas *cap* manajer hanya mendapatkan bonus tetap.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Debt covenant hypothesis memprediksikan bahwa semakin tinggi jumlah pinjaman atau utang yang ingin didapatkan oleh perusahaan, maka perusahaan berupaya menunjukkan kinerja yang baik kepada *debtholders* (Fatmariyani, 2013). Perusahaan yang memenuhi perjanjian utangnya akan

mendapatkan penilaian kinerja yang baik dari *debtholders*. Ketika suatu perjanjian dilanggar maka sebaliknya, perusahaan akan mendapatkan penilaian kinerja yang buruk dari *debtholders* (Herawati dan Baridwan, 2007).

Sebagian besar perjanjian utang mempunyai persyaratan yang harus dipenuhi perusahaan peminjam mencakup kesediaan untuk mempertahankan rasio-rasio akuntansi dan batasan-batasan lain yang dikaitkan dengan data akuntansi perusahaan (Nugroho Hadi, 2013). Jika perjanjian tersebut dilanggar, maka perusahaan akan dikenakan pembatasan atas penambahan utang. Laba yang tinggi diharapkan dapat mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran syarat perjanjian hutang. (Supono, 2010).

Upaya tersebut dilakukan dengan cara menyajikan aset dan laba setinggi mungkin, serta liabilitas dan beban serendah mungkin (Watts dan Zimmerman, 1986). Hal itu bertujuan agar *debtholders* yakin keamanan dananya terjamin, serta yakin bahwa perusahaan dapat mengembalikan pinjaman beserta bunganya. Jadi sangat dimungkinkan manajer perusahaan mempengaruhi angka-angka akuntansi pada laporan keuangan dengan melakukan manajemen laba ketika ia berupaya memperoleh dana yang besar dari *debtholders* (Herawati dan Baridwan, 2007).

3. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan, misalnya: mengenakan peraturan *antitrust*, menaikkan pajak

pendapatan perusahaan, dan lain-lain. Motivasi regulasi politik merupakan motivasi manajemen dalam mensiasati berbagai regulasi pemerintah. Perusahaan yang terbukti menjalankan praktik pelanggaran terhadap regulasi *anti trust* dan anti monopoli, manajernya melakukan manipulasi laba dengan menurunkan laba yang dilaporkan (Cahan, 1992; Jogiyanto dan Na'im, 1998).

2.1.2.3 Teknik Manajemen Laba

Secara sederhana, laba merupakan selisih lebih antara pendapatan (termasuk keuntungan) dengan beban (termasuk kerugian). Maka, secara umum, teknik untuk merekayasa laba dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu meningkatkan atau menurunkan pendapatan maupun menurunkan atau meningkatkan beban, atau gabungan dari keduanya.

Teknik dan pola manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000) dalam Muliati (2011), dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

Cara manajemen mempengaruhi laba melalui *judgment* (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.

2. Mengubah metode akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh : merubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis.

3. Menggeser periode biaya atau pendapatan.

Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain :

mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat/menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat/menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tak dipakai.

Teknik-teknik dalam manajemen laba seperti diuraikan Mulford dan Comiskey (2002) antara lain sebagai berikut:

No.	Teknik	Tujuan
1.	Mengubah metode depresiasi.	Perusahaan dapat mengurangi beban depresiasi untuk menaikkan laba periode berjalan, misalnya dengan mengubah metode saldo menurun berganda ke metode garis lurus.
2.	Mengubah umur harta.	Perusahaan dapat memperkecil beban depresiasi dan amortisasi untuk menaikkan laba periode berjalan dengan memperpanjang umur harta.
3.	Mengubah nilai sisa harta.	Perusahaan dapat memperkecil beban depresiasi untuk menaikkan laba periode berjalan dengan memperbesar nilai sisa harta.
4.	Menetapkan cadangan piutang tak tertagih.	Perusahaan dapat memperkecil biaya piutang tak tertagih untuk menaikkan laba periode berjalan dengan menetapkan cadangan piutang tak tertagih yang kecil.
5.	Menetapkan cadangan kewajiban jaminan garansi.	Dengan menetapkan kecil cadangan kewajiban jaminan garansi, perusahaan dapat memperkecil biaya jaminan garansi untuk menaikkan laba periode berjalan.
6.	Menentukan adanya kerusakan harta.	Perusahaan dapat membebaskan kerugian pada periode berjalan untuk menyimpan laba periode berjalan sebagai simpanan laba periode-periode mendatang atau menanggung beban periode sebelumnya.

7.	Mengestimasi tahap penyelesaian kontrak dengan metode persentase penyelesaian.	Dengan menetapkan persentase penyelesaian yang besar, perusahaan dapat mengakui pendapatan lebih besar untuk menaikkan laba periode berjalan.
8.	Mempertimbangkan jumlah persediaan yang dihapus.	Dengan menurunkan jumlah persediaan yang seharusnya dihapuskan, perusahaan dapat mengurangi beban tahun ini untuk menaikkan laba periode berjalan.
9.	Mengakui pendapatan atas pengiriman barang ke kantor perwakilan.	Dengan mengakui pendapatan atas pengiriman barang ke kantor perwakilan yang sebenarnya belum terjual, perusahaan mengakui pendapatan lebih besar untuk menaikkan laba periode berjalan.
10.	Tidak menutup periode akuntansi.	Dengan tetap membuka periode akuntansi, perusahaan masih tetap dapat mencatat penjualan periode berikutnya untuk menaikkan laba periode berjalan. Teknik ini biasanya dilakukan dengan memundurkan tanggal pada komputer.
11.	Mengakui seluruh penjualan yang pengirimannya tidak sekaligus.	Dengan mengakui penjualan barang yang belum dikirim, perusahaan mengakui pendapatan lebih besar untuk menaikkan laba periode berjalan.
12.	Menilai terlalu tinggi persediaan akhir.	Dengan menilai terlalu tinggi persediaan, perusahaan dapat mengurangi harga pokok penjualan untuk menaikkan laba periode berjalan.
13.	Memalsukan umur piutang.	Perusahaan dapat mengurangi beban piutang tak tertagih tahun ini untuk menaikkan laba periode berjalan.

Tabel 2.1 Teknik-teknik Manajemen Laba

2.1.2.4 Pola Manajemen Laba

Pola manajemen laba yang umum dilakukan oleh manajer adalah pola peningkatan laba (*income increasing*), penurunan laba (*income decreasing*) dan perataan laba (*income smoothing*) (Dechow dan Skinner, 2000). Pola-pola manajemen laba tersebut dapat dicapai melalui strategi pemilihan keputusan

operasi, investasi dan pembelanjaan yang tepat, serta pemilihan teknik akuntansi yang dipandang strategis. Keputusan operasi, investasi dan pembelanjaan sering tidak mampu memberikan hasil sesuai dengan harapan manajer meskipun keputusan tersebut dipandang telah optimum. Oleh karena itu, manajer beralih untuk memusatkan perhatiannya pada pemilihan teknik akuntansi yang dianggap efektif untuk mempengaruhi angka laba (Teoh et al., 1998).

Pola manajemen laba menurut Scott (2000), dapat dilakukan dengan cara:

a. *Taking a Bath*

Pola ini terjadi pada saat reorganisasi termasuk pengangkatan CEO baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba di masa datang.

b. *Income Minimization*

Dilakukan pada saat perusahaan mengalami tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga jika laba pada periode mendatang diperkirakan turun drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya.

c. *Income Maximization*

Dilakukan pada saat laba menurun. Tindakan atas *income maximization* bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Pola ini dilakukan oleh perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang.

d. *Income Smoothing*

Dilakukan perusahaan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

Stice et.al (2009) juga menyatakan bahwa terdapat beberapa pola dalam manajemen laba, yaitu:

1. Pengaitan secara strategis

Perusahaan melakukan usaha-usaha untuk memastikan bahwa beberapa transaksi penting telah diselesaikan dengan cepat atau ditunda sehingga dapat diakui pada kuartal yang paling menguntungkan.

2. Perubahan pada metode atau estimasi dengan pengungkapan penuh

Perusahaan mengganti estimasi akuntansinya yang berhubungan dengan piutang tak tertagih, retur atau dana pensiun, umur ekonomis aset, dan lain-lain. Meskipun perubahan ini merupakan suatu bagian yang rutin dari penyesuaian estimasi akuntansi untuk menampilkan informasi terkini yang tersedia, hal ini dapat digunakan untuk mengatur jumlah laba yang dilaporkan.

3. Perubahan dalam metode atau estimasi dengan pengungkapan yang minimal atau tanpa pengungkapan sama sekali

Berlawanan dengan yang telah diuraikan pada poin kedua, beberapa perubahan akuntansi lain sering kali dibuat tanpa menggunakan pengungkapan penuh. Akibatnya para pengguna laporan keuangan melakukan

evaluasi dengan menggunakan asumsi yang tidak benar. Hal ini merupakan suatu tipu muslihat dalam akuntansi.

4. Akuntansi Non-GAAP

Pada rangkaian manajemen laba terdapat suatu alat manajemen laba yang disebut “Akuntansi non-GAAP”. Nama yang lebih deskriptif dalam banyak kasus adalah “pelaporan yang curang”, meskipun akuntansi non-GAAP sebenarnya dapat juga terjadi akibat kesalahan yang tidak disengaja atau kekuranghati-hatian.

5. Transaksi Fiktif

Salah satu contoh manajer Xerox Meksiko secara sembunyi-sembunyi menyewa gudang yang digunakan untuk menyimpan barang-barang dagangan yang diretur untuk menghindari pencatatan retur penjualan.

2.1.3 Tinjauan Tentang Motivasi Manajer

2.1.3.1 Motivasi Manajer

Menurut Devi (2013), motivasi dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang menggerakkan atau mengarah pada tujuan seseorang dalam melakukan tindakan-tindakannya baik secara positif maupun negatif. Muliati (2011) berpendapat bahwa *Agency Theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Manajer sebagai *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi.

Scott (2006) mengemukakan beberapa motivasi manajer dalam melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut:

1. *Bonus Purposes*

Manajer memiliki informasi mengenai laba bersih sebelum dilaporkan dalam laporan keuangan. Manajer akan berusaha untuk mengatur laba bersih tersebut sehingga dapat memaksimalkan bonus berdasarkan *compensation plans* perusahaan. Ada dua pendekatan yang dapat ditempuh oleh manajer dalam mengendalikan laba, yaitu : mengendalikan *accruals*, yaitu meliputi penghasilan (*revenue*) dan beban (*expense*) dalam rugi yang tidak mempengaruhi *cash flows* dan dengan merubah kebijakan akuntansi.

2. Motivasi Politik (*Political Motivations*)

Perusahaan besar yang aktivitasnya berhubungan dengan publik atau perusahaan yang bergerak dalam industri strategis seperti minyak dan gas akan sangat mudah untuk diawasi. Perusahaan seperti ini cenderung untuk mengelola labanya. Pada periode kemakmuran perusahaan menggunakan prosedur dan praktik-praktik akuntansi yang meminimalkan laba bersih perusahaan. Sebaliknya, publik akan mendorong pemerintah untuk meningkatkan peraturan untuk menurunkan profitabilitas mereka. Contoh hasil penelitian yang lain pada industri perbankan, yaitu tingkat manajemen laba dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah regulasi perbankan tentang tingkat kesehatan, regulasi perbankan tentang kehati-hatian serta adanya asimetri informasi yang merupakan peluang untuk dapat melakukannya (Rahmawati, Suparno, dan Qomariyah., 2006).

3. Motivasi Perjanjian Utang (*Debt Covenants Motivations*)

Hasil penelitian Achmad, Subekti, dan Atmini (2007) menunjukkan bahwa peningkatan motivasi perjanjian utang (*debt covenant*) meningkatkan praktik manajemen laba. Alasannya bahwa motivasi *debt covenant* merupakan praktik manajemen laba berlaku umum. Ada pandangan bahwa manajemen laba dianggap sebagai sesuatu yang pantas dilakukan oleh manajer, karena dimotivasi untuk mencari pendanaan perusahaan dan terkesan bahwa perusahaan kesulitan menjual sahamnya di pasar modal.

4. Motivasi Perpajakan (*taxation motivation*)

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama mengapa perusahaan mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Dengan mengurangi laba yang dilaporkan maka perusahaan dapat meminimalkan besarnya pajak yang harus dibayarkan ke pemerintah. Sebagai contoh, cara yang dilakukan misalnya merubah metode pencatatan persediaan menjadi LIFO agar laba bersih yang dihasilkan rendah.

5. Pergantian Direksi (CEO)

Beragam motivasi timbul disekitar waktu pergantian direksi sebagai contoh, direksi yang mendekati masa akhir penugasan atau pensiun akan melakukan strategi memaksimalkan laba untuk meningkatkan bonusnya. Demikian juga dengan direksi yang kurang berhasil memperbaiki kinerja perusahaan akan cenderung memaksimalkan laba untuk mencegah atau membatalkan pemecatannya.

6. Penawaran Perdana (*initial public offering*)

Ketika perusahaan dinyatakan telah go public, informasi keuangan yang ada didalam prospektus merupakan sumber informasi penting. Informasi ini dapat digunakan sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan calon investor, maka manajer berusaha menaikkan laba yang dilaporkan. Selain itu, motivasi pasar modal juga mempengaruhi dalam tindakan manajemen laba. Penggunaan informasi secara luas oleh investor dan analisi keuangan untuk melindungi nilai sekuritasnya, dapat menciptakan dorongan manajer untuk memanipulasi laba dalam usahanya untuk mempengaruhi kinerja sekuritas jangka pendek.

2.1.4 Tinjauan Tentang Asimetri Informasi dan Teori Sinyal

2.1.4.1 Asimetri Informasi

Manajer (*agen*) memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Menurut Ujijantho dan Bambang (2007), situasi ini akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*), yaitu suatu kondisi di mana ada ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*). Firdaus (2013) menyatakan bahwa asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara *principal* dan *agent* mendorong *agent* untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja *agent*. Hal ini memacu *agent* untuk memikirkan bagaimana angka

akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya.

Menurut Scott (2000), terdapat dua macam asimetri informasi yaitu:

1. *Adverse selection*, yaitu bahwa para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan dibandingkan investor pihak luar. Dan fakta yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pemegang saham tersebut tidak disampaikan informasinya kepada pemegang saham.
2. *Moral hazard*, yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Sehingga manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

Adanya asimetri informasi memungkinkan adanya konflik yang terjadi antara *principal* dan *agent* untuk saling mencoba memanfaatkan pihak lain untuk kepentingan sendiri. Jensen dan Meckling (1976) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Prinsipal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitor yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

2.1.4.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Teori Sinyal, manajemen mempunyai informasi akurat mengenai nilai perusahaan yang tidak diketahui oleh investor luar, sehingga jika manajemen menyampaikan suatu informasi ke pasar maka informasi tersebut akan direspon oleh pasar sebagai suatu sinyal adanya peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Wahyuningsih, 2007). Informasi yang disampaikan manajemen perusahaan tersebut dapat berupa laporan keuangan.

Informasi laba yang dilaporkan manajemen merupakan sinyal mengenai laba di masa yang akan datang, oleh karena itu pengguna laporan keuangan dapat membuat prediksi atas laba perusahaan di masa yang akan datang (Assih dan Gudono, 2000). Jika informasi laba tersebut relevan bagi para pelaku pasar modal, maka informasi ini akan digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan nilai saham perusahaan yang bersangkutan. Akibatnya akan terjadi reaksi pasar berupa perubahan harga saham perusahaan yang bersangkutan ke harga ekuilibrium yang baru.

Reaksi ini dapat diukur dengan menggunakan *return* sebagai nilai perubahan harga atau dengan menggunakan *abnormal return* (Jogiyanto, 2000). Reaksi pasar atas informasi yang disampaikan oleh perusahaan ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham perusahaan yang bersangkutan. Jika digunakan *abnormal return*, maka dapat dikatakan bahwa suatu pengumuman laba yang mempunyai kandungan informasi akan memberikan *abnormal return* kepada pasar. Sebaliknya yang tidak mengandung informasi tidak akan memberikan *abnormal return* kepada pasar (Jogiyanto, 2000).

Menurut Jogiyanto (2000), *abnormal return* merupakan kelebihan dari imbal hasil yang sesungguhnya terjadi (*actual return*) terhadap imbal hasil normal. Imbal hasil normal merupakan imbal hasil ekspektasi (*expected return*) atau imbal hasil yang diharapkan oleh investor. Dengan demikian imbal hasil tidak normal (*abnormal return*) adalah selisih antara imbal hasil sesungguhnya yang terjadi dengan imbal hasil ekspektasi. Brown dan Warner (1985) dalam Jogiyanto (2000) mengestimasi *return* ekspektasi menggunakan model *mean-adjusted model*, *market model*, dan *market adjusted model*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh motivasi manajer dan asimetri informasi terhadap praktek manajemen laba. Beberapa hasil penelitian terdahulu memberikan bukti empiris tentang pengaruh motivasi *debt covenant* terhadap manajemen laba yang menunjukkan hasil bahwa peningkatan motivasi *debt covenant* berpengaruh dan akan meningkatkan praktik manajemen laba. Beberapa hasil penelitian sebelumnya juga menyebutkan bahwa semakin tinggi asimetri informasi maka semakin tinggi pula praktek manajemen laba.

Motivasi manajer dianggap sebagai penyebab terjadinya manajemen laba.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh motivasi manajer terhadap praktik manajemen laba. Penelitian mengenai pengaruh motivasi manajer terhadap manajemen laba dilakukan oleh Achmad, Subekti, dan Atmini (2007).

Penelitian ini menguji pengaruh motivasi dan strategi terhadap praktik manajemen laba. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa peningkatan motivasi *debt covenant*

dan motivasi biaya politik akan meningkatkan praktik manajemen laba. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wimboweni (2007) dengan menggunakan dua variabel independen, yaitu variabel motivasi manajemen laba meliputi hipotesis rencana bonus, hipotesis biaya politik, hipotesis perjanjian hutang dan variabel kualitas audit. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa rencana bonus, biaya politik, dan leverage tidak terbukti berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba. Sedangkan variabel kualitas audit terbukti berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

Penelitian selanjutnya mengenai pengaruh antara motivasi dan strategi terhadap praktik manajemen laba di industri perbankan Indonesia dilakukan oleh Supono (2009). Motivasi manajemen laba diproksikan oleh rencana bonus, *debt covenant*, dan biaya politik, sedangkan strategi manajemen laba diproksikan oleh strategi pemilihan metoda akuntansi. Hasil penelitiannya kembali menunjukkan hasil bahwa variabel rencana bonus, *debt covenant*, dan biaya politik berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Manajer yang mendapat kompensasi bonus yang tinggi, *debt covenant* yang rendah, dan biaya politik yang tinggi akan termotivasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Variabel strategi manajemen laba juga berpengaruh signifikan positif terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian Supono (2009) tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Devi (2012) dengan hasil bahwa peningkatan motivasi *debt covenant* berpengaruh dan akan meningkatkan praktik manajemen laba. Namun hasil penelitian terbaru oleh Nugrohohadi (2013) kembali mendukung hasil penelitian dari Wimboweni (2007) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel motivasi manajer, yaitu rencana bonus (*Salary*), variabel

perjanjian hutang, dan variabel biaya politik terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) pada saham utama tahun 2008-2012.

Selain motivasi manajer, keberadaan asimetri informasi juga dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Penelitian mengenai pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba telah dilakukan oleh Rahmawati, Suparno, dan Qomariyah (2006). Variabel yang diteliti yaitu: asimetri informasi sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen, sedangkan variabel kontrol dalam penelitian ini yaitu: *varian*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan rata-rata kapitalisasi pasar. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi sederhana. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel independen asimetri informasi berpengaruh secara positif signifikan dan mampu menjelaskan variabel dependen manajemen laba.

Berdasarkan data sampel, diperoleh hasil pengujian oleh Agusti dan Pramesti (2009) yang juga menunjukkan bahwa variabel asimetri informasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode pengamatan 2005-2007. Demikian juga dengan hasil penelitian oleh Meliyana (2009) yang secara empiris menunjukkan secara parsial, variabel independen asimetri informasi, variabel kontrol ukuran perusahaan dan leverage mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba.

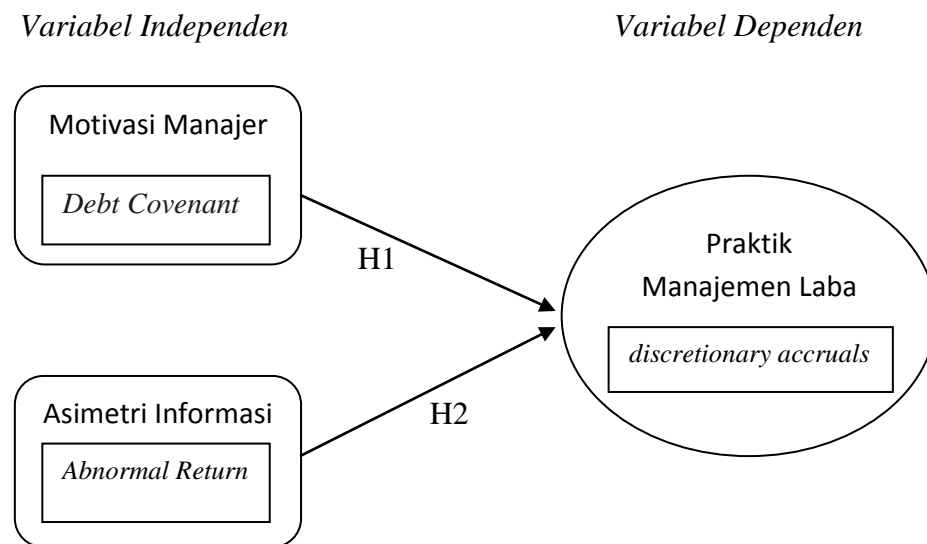
Penelitian serupa mengenai Pengaruh Asimetri Informasi, *Corporate Governance*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba juga dilakukan oleh

Tarigan (2011) yang menunjukkan hasil bahwa Asimetri informasi berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini dapat diartikan jika asimetri informasi mengalami peningkatan, maka manajemen laba juga akan mengalami peningkatan. Menurut Muliati (2011), asimetri informasi berpengaruh positif pada praktik manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi asimetri informasi semakin tinggi peluang yang dimiliki manajer untuk melakukan praktik manajemen laba. Hasil penelitian tersebut kemudian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Restuwulan (2013) mengenai pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan hasil positif signifikan.

Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati, Shinta, dan Rina (2013) mengenai Pengaruh Asimetri Informasi Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Praktik Earnings Management menunjukkan bahwa asimetri informasi, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, proporsi dewan komisaris, dan keberadaan komite audit, tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba, sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap praktik manajemen laba di perusahaan dengan hubungan positif. Hasil penelitian tersebut kemudian didukung oleh hasil penelitian terbaru oleh Firdaus (2013), yang menunjukkan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba

2.3 Model Penelitian

2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Data Diolah

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Motivasi manajer dan Asimetri Informasi Pada Praktik Manajemen Laba di Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Motivasi manajer dan praktik manajemen laba

Manajer selaku *agent* juga mengetahui informasi internal lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan dengan *principal*, sehingga manajer harus memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Rahmawati, Supono, dan Qomariyah (2006) menyebutkan bahwa informasi yang disampaikan oleh manajer terkadang tidak sesuai dengan informasi perusahaan yang sebenarnya karena manajer cenderung termotivasi untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya.

Watts dan Zimmerman (1986) menyatakan bahwa adanya insentif untuk melakukan manajemen laba yang timbul karena perjanjian utang, disebut dengan hipotesis perjanjian utang (*debt covenant hypothesis*). *Debt covenant hypothesis* memprediksikan bahwa semakin tinggi jumlah pinjaman atau utang yang ingin didapatkan oleh perusahaan, maka perusahaan berupaya menunjukkan kinerja yang baik kepada *debtholders* (Fatmariansi, 2013).

Debt covenant hypothesis dalam Lestari (2011) menyatakan bahwa manajer perusahaan dengan rasio utang terhadap ekuitas tinggi cenderung termotivasi untuk meningkatkan laba yang dilaporkan agar kinerja keuangan perusahaan terlihat baik misalnya dengan melaporkan penjualan lebih besar dari yang sesungguhnya, akibatnya laba perusahaan yang dilaporkan terlalu tinggi dari seharusnya. Tindakan ini dilakukan untuk meyakinkan kreditur agar mau memberi kucuran dana lagi ke perusahaan. Jadi atas dasar untuk meyakinkan kreditur manajer melakukan rekayasa laba perusahaan (Tarjo, 2009).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh motivasi manajer terhadap manajemen laba dilakukan oleh Achmad, Subekti, dan Atmini (2007). Penelitian ini menguji pengaruh motivasi dan strategi terhadap praktik manajemen laba. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa peningkatan motivasi *debt covenant* dan motivasi biaya politik akan meningkatkan praktik manajemen laba. Alasannya bahwa motivasi *debt covenant* merupakan praktik manajemen laba berlaku umum. Ada pandangan bahwa manajemen laba dianggap sebagai sesuatu yang pantas dilakukan oleh manajer, karena dimotivasi untuk mencari pendanaan perusahaan dan terkesan bahwa perusahaan kesulitan menjual sahamnya di pasar modal.

Penelitian selanjutnya mengenai pengaruh antara motivasi dan strategi terhadap praktik manajemen laba di industri perbankan Indonesia dilakukan oleh Supono (2009). Motivasi manajemen laba diproksikan oleh rencana bonus, *debt covenant*, dan biaya politik, sedangkan strategi manajemen laba diproksikan oleh strategi pemilihan metoda akuntansi. Hasil penelitiannya kembali menunjukkan hasil bahwa variabel rencana bonus, *debt covenant*, dan biaya politik berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Manajer yang mendapat kompensasi bonus yang tinggi, *debt covenant* yang rendah, dan biaya politik yang tinggi akan termotivasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Variabel strategi manajemen laba juga berpengaruh signifikan positif terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian Supono (2009) tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Devi (2012) dengan hasil bahwa peningkatan motivasi *debt covenant* berpengaruh dan akan meningkatkan praktik manajemen laba. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa koefisien *Debt Covenant* bernilai positif sebesar 0,188 dan memiliki signifikansi sebesar 0,043 terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_1 : *Motivasi manajer berpengaruh terhadap praktik manajemen laba*

2.4.2 Asimetri informasi dan praktik manajemen laba

Teori keagenan (*Agency Theory*) dalam Muliati (2011) mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. Asimetri informasi muncul ketika manajer

lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya (Rahmawati, Supono, dan Qomariyah: 2006). Ketika terdapat asimetri informasi, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Menurut Mawarti (2007), penyampaian laporan keuangan dapat dianggap sebagai signal mengenai kinerja manajemen.

Seorang investor yang rasional akan membuat prediksi terlebih dahulu sebelum membuat keputusan dengan mengamati sinyal yang di berikan perusahaan.

Praktek yang terjadi, investor sering memusatkan perhatiannya hanya pada informasi laba, tanpa memperhatikan prosedur yang digunakan untuk menghasilkan informasi laba tersebut, hal ini mendorong manajer untuk melakukan manajemen atas laba (*earning management*) dalam usahanya membuat entitas tampak bagus secara finansial (Mawarti, 2007). Salah satu tindakan manajemen atas laba yang dapat dilakukan adalah tindakan *income smoothing* (perataan laba).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Assih dan Gudono (2000), disebutkan bahwa dengan adanya perataan laba tersebut dapat menimbulkan reaksi pasar (*earning response*) yang ditunjukkan dengan adanya perubahan harga sekuritas di pasar modal (sekunder) pada saat pengumuman laba perusahaan. Reaksi pasar ini tercermin dengan adanya *abnormal return* di sekitar tanggal pengumuman informasi laba. Reaksi pasar terhadap praktek manajemen laba akan positif jika manajemen laba mengisyaratkan kondisi perusahaan yang lebih baik, dan

sebaliknya, pasar akan memberikan reaksi negatif jika manajemen laba mengisyaratkan kondisi perusahaan yang lebih buruk (Wahyuningsih, 2007).

Beberapa peneliti sebelumnya telah menemukan bahwa asimetri informasi dapat mempengaruhi manajemen laba. Hasil penelitian oleh Meliyana (2009), secara empiris menunjukkan secara parsial, variabel independen asimetri informasi, variabel kontrol ukuran perusahaan dan leverage mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Begitu juga hasil penelitian oleh Agusti dan Pramesti (2009), menunjukkan bahwa variabel asimetri informasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode pengamatan 2005-2007.

Berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu tersebut, penulis ingin menguji kembali mengenai pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan *food and beverages*, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_2 : *Asimetri informasi berpengaruh terhadap praktik manajemen laba*