

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN
PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas – Tugas dan Syarat – Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh:

Diah Eka Putri

Nim 19.21.0102

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2024

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN
PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas – Tugas dan Syarat – Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh:

Diah Eka Putri

Nim 19.21.0102

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Diah Eka Putri

NIM : 19.21.0102

Program Studi : Akuntansi

Judul : Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)

Disetujui dan disahkan:

Hari : Selasa

Tanggal : 13 Agustus 2024

Pembimbing,



Eko Triyanto S.E., M.M

NIDN. 0217048601

Mengetahui,

Wakil Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Diah Eka Putri
NIM : 19.21.0102
Program Studi : Akuntansi
Judul : Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Akuntansi.

Pada Hari : Jumat

Tanggal : 30 Agustus 2024

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Eko Triyanto, S.E., M.M., M.Ak.



Anggota : Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak.



Mengetahui, 17 September 2024

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN PERUSAHAAN,
LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2018-2019)**

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Karanganyar, 13 Agustus 2024

Yang memberi Pernyataan



10AALX265589974

Diah Eka Putri

MOTTO

“Jangan pernah menyerah pada sesuatu yang sangat kamu inginkan. Jangan pernah merasa puas pada apapun yang sudah berhasil kamu miliki. Tetapi jangan lupa untuk selalu bersyukur apapun yang ada pada hidupmu.”

(Penulis)

“Anda mungkin bisa menunda, tapi waktu tidak akan menunggu.”

(Benjamin Franklin)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa terimakasih dan rasa syukur serta dengan segenap cinta dan kasih sayang kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya dengan memberikan kesehatan, kemudahan dan meridhoi serta mengabulkan segala doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua, Bapak Kris Budiyanto dan Ibu Indah Prihatiningsih yang selalu mengusahakan apapun yang saya butuhkan dan selalu menjaga saya dalam doa, serta selalu membiarkan saya mengejar impian saya apapun itu. Saya akan melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Saya akan tumbuh, untuk menjadi yang terbaik yang saya bisa. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia dan bangga.
3. Adik Novita Dwi Ariani dan kakak sepupu Devita Dwi Anggraini, S.Ak yang telah memberikan motivasi, semangat, dukungan dan membantu saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Almamater yang selalu saya banggakan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, yang telah menjadi tempat menuntut ilmu dengan berbagai pengalaman dan kenangan di dalamnya.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan inayah-nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)”. Penulisan laporan ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat studi Strata Satu (S1) Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih setulus-tulusnya kepada :

1. Kedua Orang Tua, Bapak Kris Budiyanto dan Ibu Indah Prihatiningsih yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat, dan selalu mengusahakan apapun yang penulis butuhkan selama menempuh pendidikan di STIE Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., selaku wakil ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Eko Triyanto, S.E., M.M., M.Ak, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian, arahan, kesabaran, dan bimbingan pada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat untuk kedepannya bagi penulis.
5. Adik Novita Dwi Ariani dan kakak sepupu Devita Dwi Anggraini, S.Ak atas segala doa, motivasi, semangat, dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

Kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang ikut terlibat dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak mungkin bisa membalas jasa dan pengorbanan kalian selama ini. Hanya doa dan puji syukur kepada Allah SWT, semoga kebaikan kalian semua akan diberikan balasan yang lebih dan berlipat ganda. Aamiin.

Karanganyar, 13 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Teori Keagenan (Agency Theory).....	10
2. Teori Akuntansi Positif (<i>Positive Accounting Theory</i>)	11
3. Manajemen Laba	13
4. Asimetri Informasi	22
5. Ukuran Perusahaan.....	24
6. Leverage	29
7. Profitabilitas	31

B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pikir	41
D. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Objek Penelitian	46
B. Jenis dan Sumber Data	46
C. Populasi dan Sample	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Definisi Operasional.....	50
F. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	63
B. Analisis Data	65
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
2. Uji Asumsi Klasik	67
3. Uji Hipotesis.....	71
C. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2 Pengambilan Sampel.....	49
Tabel 3 Daftar Perusahaan Yang Dijadikan Sampel.....	64
Tabel 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	66
Tabel 5 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 8 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 11 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	74
Tabel 12 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir.....	41
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sampel.....	86
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel Asimetri Informasi	87
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Ukuran Perusahaan.....	89
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel <i>Leverage</i>	92
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Profitabilitas	94
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Manajemen Laba	96
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	99
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	99
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinearitas	99
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	100
Lampiran 11 Hasil Uji Autokorelasi	100
Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²).....	100
Lampiran 14 Hasil Uji F	101
Lampiran 15 Hasil Uji t.....	101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba. Jenis metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019 sebanyak 183 perusahaan. Sampel yang dikumpulkan menggunakan metode purposive sampling sebanyak 45 perusahaan.

Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019. data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji koefisien determinasi, uji F dan uji t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Variabel asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Kata kunci: Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Manajemen Laba.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Information Asymmetry, Firm Size, Leverage, and Profitability on Earnings Management. This type of research method is quantitative research. The population of this research is 183 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2019. The samples collected using the purposive sampling method were 45 companies.

The data used is secondary data in the form of annual financial reports of companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 2018-2019. The data used in this research was 90 data. The data analysis methods used in this research are descriptive statistical analysis, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (coefficient of determination test, F test and t test) .

The research results show that the profitability variable has a positive and significant effect on earnings management. The variables information asymmetry, company size and leverage have no effect on earnings management.

Keywords: *Information Asymmetry, Firm Size, Leverage, Profitability, Earnings Management.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan merupakan badan usaha yang berorientasi pada pencapaian laba yang maksimal. Tingkat efisien dan efektivitas sebuah perusahaan dalam memperoleh laba dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besarnya atau semakin stabil dalam pencapaian laba dari satu periode ke periode berikutnya menunjukkan semakin baiknya kinerja perusahaan (Utama 2022). Besar kecilnya tingkat kepercayaan pada suatu perusahaan tergantung pada kualitas informasi yang diberikan oleh perusahaan. Informasi berkualitas yang dimaksud adalah informasi yang akurat mengenai kinerja perusahaan yang biasanya ditunjukkan melalui laporan keuangan perusahaan yang disusun secara periodik (Fahmi 2018).

Laporan keuangan berisi tentang informasi posisi keuangan dan kinerja perusahaan selama periode tertentu yang digunakan oleh pemegang saham, investor, dan kreditur (principal) sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, laporan keuangan menjadi hal penting bagi pemakainya dalam pengambilan keputusan sehingga laporan keuangan harus disajikan dengan benar sesuai standar pelaporan yang berlaku (Rizki 2021). Standar Akuntansi Keuangan menyatakan bahwa pemakai dan pengguna laporan keuangan berasal dari beberapa kelompok, baik dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Sehingga

pelaporan keuangan seharusnya dapat memberikan informasi yang dapat di pahami secara umum dan tidak berdasarkan pada kepentingan satu kelompok (Utama 2022).

Manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk memengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Informasi laba sering menjadi target manipulasi tindakan oportunitis manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya. Tindakan oportunitis tersebut dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur, dinaikkan maupun diturunkan sesuai dengan keinginan perusahaan (Anindya dan Yuyetta 2020).

Fenomena terhadap manajemen laba sudah banyak dibahas dalam literatur akuntansi diantaranya adalah kasus PT Kimia Farma, Tbk, dan PT Indofarma, Tbk. Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi praktik manajemen laba juga sudah banyak diteliti. Namun dari berbagai penelitian terdahulu terdapat hasil yang tidak konsisten antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan menggunakan variabel yang diduga menjadi faktor dalam praktik manajemen laba, diantaranya yaitu asimetri informasi, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas.

Informasi yang di butuhkan pemilik sering tidak simetris atau asimetri informasi, atau dapat disebut juga ketidak sempurnaan informasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelaporan keuangan memiliki pengaruh

terhadap terjadinya asimetri informasi (Utama 2022). Asimetri Informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi yang lebih banyak mengenai prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak eksternal perusahaan, misalnya investor. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer.

Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang di bandingkan dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan ketika terdapat informasi asimetri, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan (disclosure) informasi akuntansi (Shaleh dan Basalamah 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2018) dan Andari (2019) menyatakan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2021), Utama (2022), Sitanggang & Purba (2022), dan Shaleh & Basalamah (2022) yang menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh terhadap manajemen laba.

Faktor yang mempengaruhi lainnya yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan menurut besar kecilnya berdasarkan pada total aktiva suatu perusahaan. Semakin besar total aktiva yang dimiliki maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Apabila semakin kecil total aktiva yang dimiliki maka semakin

kecil pula ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya manajemen laba. Ukuran perusahaan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari para stakeholdernya agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan besar mempunyai alasan yang lebih kuat untuk melakukan praktik manajemen laba (Rizki 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anindya & Yuyetta (2020), Yasa, dkk (2020), dan Sari & Susilowati (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andari (2019), Rizki (2021), Utama (2022), dan Sitanggang & Purba (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

Selain asimetri informasi dan ukuran perusahaan, terdapat faktor lain yang diduga mempengaruhi manajemen laba yaitu leverage. Leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Leverage mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, dimana investor akan melihat rasio leverage perusahaan yang terkecil karena rasio leverage mempengaruhi dampak resiko yang terjadi. Jadi semakin kecil rasio leverage maka semakin kecil resikonya, begitu juga sebaliknya. Dengan cara begitu ketika perusahaan mempunyai rasio leverage yang tinggi maka perusahaan cenderung akan melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan

terancam tidak bisa memenuhi kewajibannya dengan membayar hutangnya tepat waktu (Shaleh dan Basalamah 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andari (2019) dan Anindya & Yuyetta (2020) menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maslihah (2019), Yasa, dkk (2020), Rizki (2021), Sari & Susilowati (2021), Utama (2022), Sitanggang & Purba (2022), dan Shaleh & Basalamah (2022) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap manajemen laba.

Selain asimetri informasi, ukuran perusahaan dan leverage, faktor lain penyebab terjadinya manajemen laba adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba sering kali menjadi ukuran kinerja perusahaan, dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dan juga sebaliknya (Damayanti & Kawedar, 2019). Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (Return On Asset). ROA biasanya digunakan sebagai rasio untuk menilai kinerja perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi tidak akan melakukan manajemen laba (Anindya dan Yuyetta 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Damayanti & Kawedar (2019), Anindya & Yuyetta (2020), Yasa, dkk (2020), dan Sari & Susilowati (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andani (2019), Maslihah

(2019) dan Rizki (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.

Praktik manajemen laba sudah menjadi fenomena yang umum terjadi di suatu perusahaan yang telah meramaikan dunia bisnis dan pemberitaan pers. Contoh kasus pelaksanaan manajemen laba terjadi pada PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA) dan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA).

Dikutip pada CNBC Indonesia, PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA) pada 24 April 2019 muncul polemik laporan keuangan atau pada saat RUPS dengan salah satu agendanya yaitu mengesahkan laporan keuangan tahunan 2018. Namun dalam RUPS terjadi kisruh karena dua komisaris Garuda yakni, Chairal Tanjung dan Dony Oskaria menyatakan tidak mau menandatangani laporan keuangan tersebut. Diketahui dalam laporan keuangan 2018, Garuda mencatat laba bersih yang salah satunya ditopang oleh kerja sama antara Garuda dan PT Mahata Aero Teknologi. Kerja sama itu nilainya mencapai US\$ 239,94 juta atau sekitar Rp 3,48 triliun. Dana tersebut sejatinya masih bersifat piutang dengan kontrak berlaku untuk 15 tahun ke depan, namun sudah dibukukan di tahun pertama dengan diakui sebagai pendapatan dan masuk ke dalam pendapatan lain-lain. Alhasil, perusahaan yang sebelumnya merugi kemudian mencetak laba.

Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK) Kementerian Keuangan Bursa Efek Indonesia (BEI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga BPK juga ikut melakukan audit. PPPK dan OJK pun akhirnya memutuskan bahwa ada yang salah dalam sajian laporan keuangan GIAA 2018. Perusahaan diminta

untuk menyajikan ulang laporan keuangan tahunan per 31 Desember 2018 dan melakukan public expose. Perbaikan dan public expose wajib dilakukan 14 hari setelah ditetapkan oleh OJK dan perusahaan kena denda Rp 100 juta berikut dengan direksi dan komisaris yang menandatangani laporan keuangan tersebut. Setelah dilakukan penyesuaian pencatatan maskapai penerbangan nasional ini akhirnya mencatatkan kerugian US\$ 175 juta atau setara Rp 2,53 triliun. Ada selisih US\$ 180 juta dari yang disampaikan dalam laporan keuangan perseroan tahun buku 2018. Pada 2018 perseroan melaporkan untung US\$ 5 juta atau setara Rp 72,5 miliar.

Kasus manajemen laba selanjutnya yang dikutip pada idxchannel.com, PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) diduga menggelembungkan dana sebesar Rp 4 triliun di laporan keuangan tahun 2017 pada laporan hasil investigasi berbasis fakta PT Ernst & Young Indonesia (EY) atas manajemen baru AISA tertanggal 12 Maret 2019. Penggelembungan tersebut oleh manajemen lama. Selain penggelembungan dana sebesar Rp 4 triliun tersebut, terdapat juga temuan dugaan penggelembungan pendapatan senilai Rp 662 miliar dan penggelembungan lain senilai Rp 329 miliar yang terbukti dilakukan untuk mengerek harga saham pada saat itu agar investor tertarik.

Berdasarkan uraian di atas dan hasil penelitian terdahulu yang berbeda-beda sehingga adanya fenomena dan *research gap* menunjukkan bahwa penelitian mengenai manajemen laba masih menarik untuk dikaji kembali. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas**

Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian latar belakang tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah asimetri informasi berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh leverage terhadap manajemen laba.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

D. Manfaat Penelitian

Melalui Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan terhadap beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat bagi akademisi untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai asimetri informasi, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas yang mempengaruhi manajemen laba, yang selanjutnya dapat dijadikan referensi dan perbandingan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk dapat dijadikan sebagai masukan dan tinjauan secara nyata yang menggambarkan sejauh mana pengaruh bagi perusahaan khususnya yang berkaitan langsung dengan manajemen laba. Informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba dapat dijadikan acuan bagi perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Keagenan (Agency Theory)

Menurut Sudarno dkk (2022:8), teori agensi merupakan hubungan kontraktual antara *principal* dan *agent*. Teori keagenan adalah pemberian wewenang oleh pemilik perusahaan (*principal*) kepada pihak manajemen perusahaan (*agent*) guna untuk menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan kontrak yang meliputi pendelegasian sebagai kekuasaan pengambilan keputusan kepada *agent*, jika kedua belah pihak memiliki kepentingan yang sama untuk meningkatkan nilai perusahaan maka manajemen akan bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan.

Dalam hal ini, hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami fenomena manajemen laba. Konflik kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manajemen perusahaan terjadi karena kemungkinan *agent* tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan *principal* yang disebabkan karena adanya asimetri informasi antara *agent* dengan *principal*, sehingga *agent* memiliki peluang untuk melakukan manipulasi laporan keuangan dan memicu biaya keagenan.

Biaya keagenan (*agency cost*) merupakan penurunan kesejahteraan yang dialami *principal* karena adanya perbedaan tujuan antara *principal* maupun *agent*. Menurut Jensen & Meckling (1976) dalam Wijaya dkk

(2021:31) menyatakan bahwa masalah keagenan yang muncul adalah persoalan untuk mendorong *agent* supaya bertindak untuk memaksimalkan kesejahteraan *principal*. Terdapat tiga jenis biaya keagenan menurut Jensen & Meckling, yaitu:

a. Biaya Monitoring (*Monitoring Cost*)

Biaya monitoring adalah biaya yang dikeluarkan oleh *principal* untuk memantau *agent*. Biaya tersebut meliputi biaya untuk mengukur, memantau, dan mengendalikan perilaku *agent*.

b. Biaya Bonding (*Bonding Cost*)

Biaya bonding adalah biaya yang dikeluarkan oleh *agent* guna mengikat *agent* untuk menjamin mereka berperilaku sesuai dengan kepentingan *principal* dan tidak akan melakukan tindakan tertentu yang akan merugikan *principal*.

c. Kerugian Residual (*Residual Loss*)

Kerugian residual adalah efek pengurangan kekayaan *principal* bahwa tindakan *agent* berbeda dari perilaku memaksimalkan kekayaan *principal*.

2. Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Menurut Hery (2017:106-107) teori akuntansi positif memiliki ciri pemecahan masalah (*problem solving*) yang disesuaikan dengan realitas praktek akuntansi. Pendekatan yang digunakan dalam teori akuntansi positif adalah pendekatan ekonomi dan perilaku. Tujuan dari pendekatan teori akuntansi positif adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktek

akuntansi. Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses, yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu di masa mendatang. Teori akuntansi positif pada prinsipnya beranggapan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktek-praktek akuntansi

Menurut Firmansyah dan Estutik (2021:10-11) teori akuntansi pertama kali dikenalkan oleh Watts dan Zimmerman (1990) yang mengidentifikasi tiga hipotesis yang menjadi asumsi pada teori akuntansi positif yaitu:

a. Hipotesis Rencana Bonus (*Bonus Plan Hypothesis*)

Jika bonus untuk manajer didasarkan pada pendapatan perusahaan maka manajer memiliki kecenderungan untuk mengadopsi metode akuntansi yang bisa menyajikan pendapatan yang lebih tinggi pada periode berjalan. Hal tersebut dikarenakan manajer berusaha meningkatkan manfaat pribadi dengan imbalan yang tinggi.

b. Hipotesis Perjanjian Hutang (*Debt Covenant Hypothesis*)

Semakin besar rasio hutang perusahaan, semakin besar kemungkinan pemilihan metode akuntansi dengan sajian pendapatan yang lebih tinggi pada periode berjalan. Hal tersebut dikarenakan pelanggaran perjanjian kredit membuat manajer tidak leluasa menjalankan kegiatan operasional perusahaan.

c. Hipotesis Biaya Politik (*Political Cost Hypothesis*)

Jika manajer berada dibawah pengawasan politik, cenderung mengadopsi metode akuntansi yang mengurangi pendapatan yang dilaporkan. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan, misalnya menggunakan peraturan antitrust, menaikkan pajak perusahaan, dan lain-lain.

Kebebasan manajer menentukan kebijakan dan menyeleksi teknik akuntansi yang digunakan dapat menimbulkan perilaku oportunistik sehingga mempermudah manajer untuk mencapai tujuannya. Motivasi manajer melakukan tindakan oportunistik dapat dikaitkan dengan teori akuntansi positif yang akan membuat manajer bersikap lebih berhati-hati dalam melakukan pengelolaan laba.

3. Manajemen Laba

a. Definisi Manajemen Laba

Definisi manajemen laba sangatlah beragam. Berikut definisi yang diambil dari beberapa pendapat, baik dari buku, jurnal, maupun referensi ilmiah lainnya. Menurut Sulistyanto (2008:109) manajemen laba adalah tindakan untuk menambah, mengurangi, atau menyamakan laba dalam laporan keuangan. Masalah keagenan tidak dapat dihindari ketika tujuan agen dan prinsipal berbeda. Menurut Scott (2015) manajemen laba adalah pilihan oleh manajer atas kebijakan akuntansi, atau tindakan nyata, yang mempengaruhi laba untuk mencapai beberapa tujuan laba tertentu yang dilaporkan. Dengan demikian,

manajemen laba mencakup pilihan kebijakan akuntansi dan tindakan nyata. Menurut Sitanggang dan Purba (2022) manajemen laba merupakan kebijakan untuk memilih konsep akuntansi yang bertujuan untuk memodifikasi informasi laba. Pengaruh manajemen laba mengakibatkan informasi menjadi tidak seimbang dimana dapat mengakibatkan pengambilan keputusan bagi pihak pengguna laporan keuangan menjadi tidak akurat.

Praktik manajemen laba dipengaruhi dengan adanya konflik kepentingan antara *agent* dan *principal* ketika masing-masing pihak berusaha untuk meningkatkan kemakmuran yang diinginkan. Perbedaan kepentingan dan informasi antara *principal* dan *agent*, memacu *agent* untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi yang dihasilkan dapat memaksimalkan kepentingannya. Masalah keagenan tidak dapat dihindari ketika tujuan *agent* dan *principal* berbeda.

Menurut Scott (2003), cara pemahaman atas manajemen laba dibagi menjadi dua, yaitu :

1) Manajemen Laba Efisien

Salah satu alasan yang mendasari fenomena manajemen laba terus eksis dan dilakukan oleh banyak perusahaan karena adanya sisi baik dari manajemen laba. Sisi baik manajemen laba dapat ditinjau dari sudut pandang kontrak efisien dan pelaporan keuangan. Manajemen laba yang efisien ditunjukkan dengan peningkatan nilai perusahaan dan peningkatan laba, sehingga laba dapat

diprediksi dan dapat dijadikan sinyal bagi peningkatan kualitas laba perusahaan.

2) Manajemen Laba *Oportunistik*

Manajemen laba yang *oportunistik* ditunjukkan dengan meningkatnya atau memaksimumkan utilitasnya seperti kekayaan manajemen, orang dalam, dan pemegang saham pengendali dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang, dan *political costs*.

Menurut S. Jones (2015) yang dikemukakan Renaldo (2022:15), karena arus kas yang diharapkan tidak pasti, manajemen laba membutuhkan prediksi oleh manajemen. Jika manajemen memasukkan ekspektasi arus kas yang sebenarnya ke dalam proses alokasi periodik, dikatakan bahwa manajemen laba bermanfaat (efisien). Jika tidak, itu akan merusak perusahaan (*oportunistik*).

b. Pola Manajemen Laba

Menurut Scott (2006) yang dikemukakan Putri & Rahmini (2021:9) menjelaskan bahwa pola manajemen laba dibagi menjadi empat yaitu :

1) *Taking a bath*

Pola ini terjadi selama periode dimana terjadi tekanan dalam organisasi atau terjadi pada saat reorganisasi, misalnya pergantian direksi termasuk pengangkatan CEO baru. Apabila pola ini digunakan maka biaya – biaya yang ada pada periode yang akan

datang diakui pada periode berjalan. Hal ini dilakukan apabila kondisi yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari. Akibatnya laba pada periode yang akan datang menjadi tinggi meski kondisi sedang tidak menguntungkan.

2) *Income minimization*

Pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada laporan keuangan periode berjalan lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Cara ini dilakukan pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud mengurangi kemungkinan munculnya biaya politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan barang modal dan aktiva tidak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, serta pembebanan biaya riset. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi apabila laba pada tahun yang akan datang menurun secara drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya.

3) *Income maximization*

Manajer melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan mendapatkan bonus yang lebih besar, hal ini dilakukan ketika perusahaan mengalami penurunan laba. Selain itu tindakan ini juga dapat dilakukan untuk menghindari pelanggaran terhadap kontrak hutang jangka panjang.

4) *Income smoothing*

Perusahaan cenderung lebih memilih untuk melaporkan trend pertumbuhan laba yang stabil dari pada perubahan laba yang meningkat atau menurun secara drastis. Perataan laba dapat dicapai dengan suatu ketentuan yang tinggi untuk hutang dan bertentangan dengan nilai aset pada tahun yang baik sehingga ketentuan itu dapat dikurangi. Hal ini dapat mempengaruhi laba yang dilaporkan pada masa yang buruk. Pola ini dilakukan dengan cara meratakan perolehan laba perusahaan yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

c. Alasan Melakukan Manajemen Laba

Berdasarkan pertimbangan biaya dan manfaat serta manajemen diperbolehkan memilih dan menerapkan metode-metode akuntansi. Hal ini dapat menjadi penyebab utama manajer melakukan manajemen laba. Menurut Scott (2003:377) dalam Suropto & Supriyanto (2021:51-52) beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan manajemen laba, antara lain :

1) Motivasi bonus (*Bonus Scheme Hypothesis*)

Manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonus yang diperoleh. Dalam skema bonus terdapat dua istilah penting, yaitu bogey dan cap. Bogey

merupakan batas bawah yang ditentukan untuk memperoleh bonus, sedangkan cap merupakan batas atas yang ditentukan untuk memperoleh bonus.

Jika, apabila laba berada di bawah bogey maka manajer tidak akan mendapatkan bonus. Maka dari itu, manajer perusahaan cenderung akan melakukan *taking a bath* pada pola manajemen laba, yaitu dengan merendahkan laba periode berjalan supaya biaya - biaya untuk periode di masa yang akan datang jauh lebih kecil dan laba di masa yang akan datang jauh lebih besar. Dengan begitu, di masa yang akan datang manajer akan mendapatkan bonus yang jauh lebih besar.

2) Motivasi kontrak (*Contracting Incentive*)

Pelaksanaan manajemen laba dari kepentingan perjanjian kontrak sejalan dengan *debt covenant hypothesis* pada teori akuntansi positif. Di mana manajer perusahaan cenderung menghindari batas pelanggaran kontrak karena dapat menyebabkan bertambahnya biaya. Berkaitan dengan hutang jangka panjang, manajemen laba bisa muncul sebagai alat untuk membantu manajer mengurangi peluang melanggar kontrak hutang, yaitu dengan cara manajer menaikkan laba bersih periode berjalan untuk dapat mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami gagal bayar (*default*).

3) Motivasi politik (*Political Motivation*)

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 ketat. Aspek politis tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri strategis karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak.

4) Motivasi pajak (*Taxation Motivation*)

Perpajakan merupakan motivasi yang paling jelas untuk melakukan manajemen laba. Manajer berusaha untuk mengatur labanya supaya pembayaran pajak lebih rendah dari yang seharusnya sehingga didapat penghematan pajak.

5) Pergantian CEO (*Incentive Chief Executive Officer*)

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Dan apabila kinerja perusahaan buruk, maka mereka akan memaksimalkan pendapatan supaya tidak diberhentikan. Sedangkan CEO baru cenderung akan menunjukkan kesalahan dari CEO sebelumnya.

6) Penawaran saham perdana (*Initial Public Offerings*)

Perusahaan yang baru akan melakukan penawaran saham perdana tidak memiliki harga pasar yang dapat dijadikan sebagai

acuan. Oleh sebab itu, hal ini memunculkan pertanyaan bagaimana cara menilai saham tersebut. Dengan informasi keuangan yang terdapat dalam prospektus menjadi sumber informasi penting yang dapat membantu calon investor mengambil keputusan.

Dan untuk menarik perhatian investor, manajer perusahaan yang *going public* akan melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya dengan harapan mendapatkan respon pasar yang positif.

7) Motivasi pasar modal

Perusahaan yang apabila melaporkan laba lebih besar dari laba yang diharapkan investor, maka dapat menikmati kenaikan harga saham perusahaan secara signifikan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Dan sebaliknya, apabila perusahaan tidak dapat memenuhi harapan investor, maka akan mengalami penurunan harga saham yang signifikan.

Hal ini dapat mempengaruhi nilai pasar karena pasar menilai manajer tidak mampu mengelola perusahaan dengan baik. Oleh karena itu, manajer melakukan manajemen laba diharapkan laba perusahaan yang dilaporkan sesuai dengan harapan investor, terlebih apabila manajer dijanjikan mendapatkan bonus sebagai imbalannya untuk mengungkapkan informasi privat yang dimiliki perusahaan kepada investor dan kreditor.

d. Pendekatan Manajemen Laba

Pada dasarnya pendeteksian manajemen laba dilakukan dengan menggunakan pendekatan *accrual*. Pendekatan ini menggunakan pengukuran berbasis akrual (*accrual based measures*) untuk mendeteksi ada atau tidaknya manipulasi. Menurut Sri Sulistyanto (2008:211) terdapat tiga model pendekatan guna untuk mendeteksi manajemen laba, yaitu :

1) Model Berbasis *Aggregate Accrual*

Merupakan model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa dengan menggunakan *discretionary accrual* sebagai proksi manajemen laba.

2) Model Berbasis Akrual Khusus (*Spesific Accruals*)

Merupakan pendekatan yang menghitung akrual sebagai proksi manajemen laba dengan menggunakan item atau komponen laporan keuangan tertentu dari industri tertentu atau cadangan kerugian piutang dari industri asuransi.

3) Model Berbasis *Distribution Of Earning After Management*

Merupakan pendekatan yang dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap komponen – komponen laba untuk mendeteksi faktor –faktor yang mempengaruhi pergerakan laba.

4. Asimetri Informasi

a. Definisi Asimetri Informasi

Menurut Scott (2009) dalam Enisari (2020:203-204) asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana salah satu pihak (*agent*) memiliki lebih banyak informasi dibandingkan dengan pihak lain (*principal*). Oleh karena itu, asimetri informasi dianggap sebagai ketidak seimbangan informasi yang diperoleh dengan keadaan sebenarnya yang ada di lapangan. Pihak manajemen perusahaan tentu memiliki informasi yang lebih banyak dan lebih detail tentang prospek yang dimiliki dan risiko yang dihadapi, dibandingkan dengan pihak di luar perusahaan. Dengan ketidaksesuaian inilah yang menyebabkan terjadinya suatu pelanggaran etika, utamanya pada hukum bisnis di sebut sebagai *Justice Approach*.

b. Jenis Asimetri Informasi

Jenis-jenis asimetri informasi menurut Scott (2000) dalam membagi asimetri informasi menjadi dua jenis berdasarkan bagaimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih unggul daripada pihak lainnya, dua jenis asimetri informasi diantaranya :

1) Pilihan yang merugikan (*Adverse Selection*)

Adverse selection merupakan jenis asimetri informasi yang diperoleh di mana satu atau lebih pihak dalam melakukan suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial memiliki keunggulan informasi melalui pihak lain. *Adverse selection* terjadi karena

beberapa pihak seperti dari manajer perusahaan dan dari pihak internal lainnya lebih mengetahui kondisi terkini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada pihak eksternal atau investor luar.

2) Penyimpangan perilaku (*Moral Hazard*)

Moral hazard merupakan jenis asimetri informasi di mana satu atau lebih pihak dalam melangsungkan suatu transaksi bisnis atau transaksi potensial, dapat mengamati tindakan mereka dalam pemenuhan transaksi tetapi pihak lainnya tidak bisa. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik pada kebanyakan perusahaan besar.

c. Kelebihan dan Kekurangan Asimetri Informasi

1) Kelebihan Asimetri Informasi

Melalui adanya informasi yang asimetri, dapat diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi sampai pada tahap dimana setiap orang memiliki karakteristik tersendiri, sehingga dapat memberikan informasi detail tentang suatu hal berdasarkan kepakarannya. Karena informasi asimetri adalah ukuran akan adanya ruang – ruang keahlian kerja.

Meskipun hal tersebut memberikan banyak ruang kepada informasi asimetris, namun sinyal baik bagi perekonomian ini

merupakan hal yang seharusnya terjadi pada suatu sistem ekonomi yang terspesialis.

2) Kekurangan Asimetri Informasi

Melalui pengetahuan informasi yang lebih banyak daripada pihak lain maka berpotensi akan melakukan penipuan. Dengan adanya kekuasaan yang lebih besar atas suatu pengetahuan, pihak tertentu dapat mengambil keuntungan melalui ketidaktahuan pihak lain.

5. Ukuran Perusahaan

a. Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Basyaib (2007:122), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat. Menurut Scott (2009) dalam Enisari (2020:203-204) ukuran perusahaan adalah skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan dilihat berdasarkan total aset, log size, nilai pasar, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*).

Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan pada total aset perusahaan. Perusahaan dengan ukuran sedang dan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari para *stakeholder*, supaya kinerja

perusahaan sesuai dengan harapan para investor dibandingkan dengan perusahaan kecil.

b. Jenis –Jenis Ukuran Perusahaan

Menurut Undang –Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil, perusahaan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu :

1) Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang :

- i. Memiliki sejumlah kekayaan atau total aset tidak lebih dari Rp.20.000.000.000,00 (dua puluh miliar rupiah)
- ii. Bukan merupakan afiliasi dan dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah atau kecil
- iii. Bukan merupakan reksadana.

2) Perusahaan Menengah atau Besar

Perusahaan menengah atau besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional atau usaha milik negara maupun usaha milik swasta dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Menurut Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil, mikro dan menengah, perusahaan dibagi menjadi empat jenis, yaitu :

1) Usaha Mikro

Merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.

2) Usaha Kecil

Merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini.

3) Usaha Menengah

Merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang – undang.

4) Usaha Besar

Merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha

nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi Indonesia.

c. Kriteria Ukuran Perusahaan

Menurut Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil, mikro dan menengah, berdasarkan ukuran nilai kekayaan bersih dan hasil penjualannya, perusahaan dibagi menjadi tiga kriteria usaha, yaitu:

1) Usaha Mikro

Kriteria usaha mikro antara lain adalah sebagai berikut :

- i. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- ii. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Usaha Kecil

Kriteria usaha kecil antara lain adalah sebagai berikut :

- i. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- ii. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan

paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

3) Usaha Menengah

Kriteria usaha menengah antara lain adalah sebagai berikut :

- i. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- ii. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Ramadhan (2017:469) perusahaan dengan skala besar cenderung untuk menurunkan laba guna mengurangi tingkat visibilitasnya terutama saat periode kemakmuran yang tinggi. Upaya ini dilakukan dengan harapan memperoleh kemudahan serta fasilitas dari pemerintah. Biaya politik muncul dikarenakan laba perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen. Ukuran perusahaan sebagai proksi dari biaya politik tersebut dianggap sangat sensitif terhadap perilaku pelaporan laba. Maka dapat mendorong terjadinya praktik manajemen laba.

6. Leverage

a. Definisi *Leverage*

Menurut Kasmir (2017:112) *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* timbul karena perusahaan dalam operasionalnya menggunakan aset atau sumber dana yang memiliki beban (biaya) tetap yang berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap dan biaya bunga dari hutang dengan maksud untuk meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Menurut Sosiawan (2012:82) semakin besar rasio *leverage*, berarti semakin tinggi nilai utang perusahaan. Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi, berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi aktiva dan akan cenderung melakukan manipulasi dalam bentuk manajemen laba guna untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang.

b. Jenis *Leverage*

Leverage terbagi atas tiga konsep, yaitu antara lain :

1) *Operating Leverage* (leverage operasi)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam menggunakan *fixed operating cost* (biaya tetap operasional) untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *Earning Before Interest and Taxes* (EBIT). *Leverage* operasi timbul dari adanya beban operasional perusahaan. Dengan menggunakan

leverage operasi perusahaan mengharapkan perubahan penjualan akan mengakibatkan perubahan laba sebelum bunga dan pajak lebih besar.

2) *Financial leverage* (leverage keuangan)

Leverage keuangan yang timbul karena adanya kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan perusahaan. Besar kecilnya leverage keuangan dihitung dengan DFL (*Degree of Financial Leverage*). DFL menunjukkan seberapa jauh perubahan EPS (*Earning per Shares*) karena perubahan tertentu dari EBIT. Semakin besar DFL-nya, maka semakin besar juga risiko finansial perusahaan tersebut.

3) *Total leverage* (leverage total)

Merupakan leverage gabungan antara leverage operasi dan leverage keuangan. Total leverage merupakan pengaruh perubahan penjualan terhadap perubahan laba setelah pajak. Hal ini mengukur secara langsung efek perubahan penjualan terhadap perubahan laba rugi pemegang saham dengan DCL yang didefinisikan sebagai presentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat persentase perubahan dalam unit yang terjual.

7. Profitabilitas

a. Definisi Profitabilitas

Menurut Hery (2017:312-313) profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dari aktivitas normal bisnisnya seperti kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

Menurut Riyanto (2012:35) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode tertentu, dimana perusahaan yang mempunyai kemampuan menghasilkan laba yang baik dapat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan.

b. Jenis – Jenis Rasio Profitabilitas

Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisa laporan keuangan melalui rasio profitabilitas. Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba rugi dan/atau neraca. Berikut beberapa jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dipakai dalam jenis akuntansi keuangan, yaitu antara lain :

1) *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

Merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai presentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Dilakukan dengan cara membandingkan laba kotor dengan pendapatan penjualan, guna menunjukkan berapa banyak pendapatan bisnis dengan cara mempertimbangkan biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang dan juga jasanya.

Rasio margin laba kotor yang cukup tinggi mencerminkan efisiensi operasi inti yang lebih tinggi. Dimana artinya masih bisa menutupi biaya operasional, dividen, biaya tetap, dan depresiasi sekaligus memberikan laba bersih kepada perusahaan. Dan apabila rasio margin laba kotor yang rendah maka menunjukkan harga pokok penjualan yang tinggi. Artinya bisa dikaitkan dengan kebijakan pembelian yang merugi, harga jual yang rendah, penjualan yang rendah, persaingan pasar yang cukup ketat, dan juga kebijakan promosi penjualan yang salah.

2) *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Merupakan rasio profitabilitas untuk menilai presentase laba bersih yang didapatkan setelah dikurangi dengan pajak dari pendapatan yang didapatkan dari penjualan. rasio margin laba digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak terhadap

penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih, maka akan semakin baik operasi sebuah perusahaan.

3) Return On Assets Ratio (Rasio Pengembalian Aset)

Merupakan rasio profitabilitas guna untuk menilai presentase keuntungan yang didapatkan perusahaan terkait dengan sumber daya ataupun total aset. Sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya dapat dilihat melalui rasio presentase ini.

4) Return On Equity Ratio (Rasio Pengembalian Ekuitas)

Merupakan rasio profitabilitas guna untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari investasi pemegang saham perusahaan, yang mana hal itu akan dinyatakan dalam persentase. ROE dihitung dari pendapatan perusahaan terhadap modal yang ditanamkan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham biasa dan juga pemegang saham preferen.

ROE menunjukkan seberapa berhasil perusahaan dalam mengelola modalnya. Sehingga tingkat keuntungan akan diukur dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan.

5) Return On Sales Ratio (Rasio Pengembalian Penjualan)

Merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan tingkat keuntungan perusahaan setelah adanya pembayaran biaya variabel produksi seperti biaya tenaga kerja, bahan baku, dan lainnya

sebelum kemudian dikurangi pajak dan bunga. ROS menunjukkan tingkat keuntungan yang didapatkan dari setiap rupiah penjualan yang disebut dengan margin operasi atau margin pendapatan operasional.

6) *Return On Capital Employed* (Pengembalian Modal Yang Digunakan)

Merupakan rasio profitabilitas yang mengukur keuntungan perusahaan dari modal yang dipakai sebagai presentase. Modal yang dimaksud yaitu ekuitas perusahaan ditambah dengan kewajiban tidak lancar atau total aset dikurangi dengan kewajiban lancar. ROCE menggambarkan efisiensi dan juga profitabilitas modal atau investasi perusahaan. Laba sebelum pajak dan pengurangan bunga yaitu EBIT (*Earning Before Interest and Tax*).

7) *Return On Investment* (ROI)

Merupakan rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi dengan pajak dari total aset. ROI berguna untuk mengukur keseluruhan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba terhadap total aset yang tersedia di perusahaan. Semakin tinggi rasio, maka akan semakin baik kondisi sebuah perusahaan.

8) Earning Per Share (EPS)

Merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan perusahaan dilihat dari nilai per share untuk menghasilkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Manajemen perusahaan, pemegang saham, dan juga calon pemegang saham akan sangat memperhatikan laba per saham karena merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan.

Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas kinerja manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Kinerja yang baik ditunjukkan melalui keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan. Pengukuran dilakukan untuk beberapa periode dengan tujuan untuk memonitoring dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas dari waktu ke waktu.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan untuk menjadi acuan dalam penelitian ini :

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel X	Alat Analisis	Hasil
1.	Anurotul Laeli Fahmi Mokhammad Kodir (2018)	Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Asimetri Informasi, Kebijakan Dividen Dan Financial Distress Terhadap Earnings Management (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2017)	(X1) Konservatisme Akuntansi (X2) Asimetri Informasi (X3) Kebijakan Dividen (X4) Financial Distress (Y) Manajemen laba	Uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan alat bantu berupa program SPSS	Konservatisme akuntansi dan financial distress secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Asimetri informasi dan kebijakan dividen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
2.	Arrum Kris Andari (2019)	Pengaruh Asimetri Informasi, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Free Cash Flow, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada	(X1) Asimetri Informasi (X2) Leverage (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Free Cash Flow	Analisis regresi berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Asimetri informasi dan leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan, arus kas bebas, dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba

		Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2017)	(X5) Profitabilitas (Y) Manajemen laba		
3.	Carolina Reni Damayanti Warsito Kawedar (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Pemantauan Dan Financial Distress Terhadap Manajemen Laba	(X1) Profitabilitas (X2) Mekanisme Pemantauan (X3) Financial Distress (Y) Manajemen laba	Analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba Mekanisme pemantauan dan financial distress berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
4.	Ainaul Maslihah (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Aktivitas Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba	(X1) Profitabilitas (X2) Aktiva pajak tangguhan (X3) Perencanaan pajak (X4) Leverage (Y) Manajemen laba	Uji normalitas , Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Aset pajak tangguhan berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Perencanaan pajak berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan

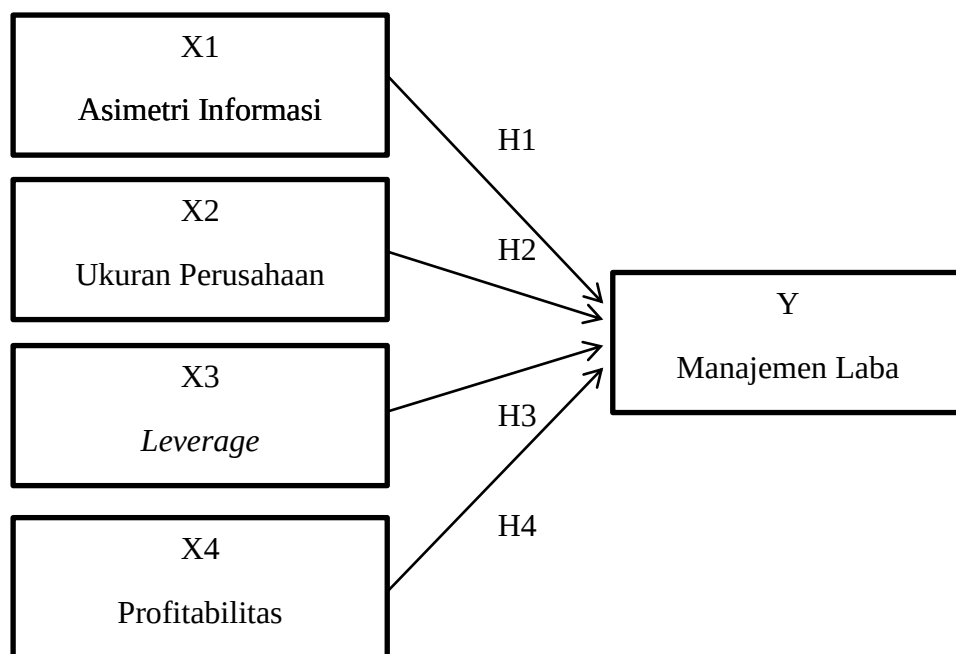
					terhadap manajemen laba. Leverage berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
5.	Wina Anindya Etna Nur Afri Yuyetta (2020)	Pengaruh Leverage, Sales Growth, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba	(X1) Leverage (X2) Pertumbuhan Penjualan (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Profitabilitas (Y) Manajemen laba	Uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.
6.	I Komang Eva Trisma Yasa Ni Made Sunarsih I Gusti Ayu Asri Pramesti (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2016-2018	(X1) Ukuran Perusahaan (X2) Leverage (X3) Profitabilitas (Y) Manajemen laba	Analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

7.	Fionissa Noor Rizki (2021)	Pengaruh Asimetri Informasi, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Mnaufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)	(X1) Asimetri Informasi (X2) Leverage (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Profitabilitas (Y) Manajemen laba	Analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.
8.	Nimas Arum Sari Yeye Susilowati (2021)	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kualitas Audit, dan Komite Audit terhadap Manajemen Laba	(X1) Leverage (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Profitabilitas (X4) Kualitas Audit (X5) Komite Audit (Y) Manajemen laba	Analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Leverage dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan, profitabilitas dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

9.	Anugrah Utama (2022)	Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	(X1) Asimetri Informasi (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Leverage (Y) Manajemen laba	Analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
10.	Abdonsius Sitanggang Antonius M. Purba (2022)	Pengaruh Asimetri Informasi, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013	(X1) Asimetri Informasi (X2) Leverage (X3) Ukuran Perusahaan (Y) Manajemen laba	Analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Asimetri informasi, leverage dan ukuran perusahaan, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.
11.	Musliha Shaleh Muhammad Syafii A. Basalamah (2022)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur yang Listing Di Bursa Efek Indonesia	(X1) Asimetri Informasi (X2) Leverage (Y) Manajemen laba	Analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bentuk program SPSS	Asimetri informasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Leverage berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap manajemen laba.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan, berikut adalah gambar kerangka pikir dalam penelitian untuk mengetahui tentang pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019.



Gambar 1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba

Teori keagenan mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer perusahaan (*agent*) dengan pemilik saham (*principal*). Asimetri informasi dapat mempengaruhi manajemen laba, karena manajer perusahaan lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di

masa yang akan datang lebih banyak dan akurat dibandingkan pihak eksternal perusahaan (pemegang saham, kreditor, dan investor). Hal ini disebabkan karena manajer perusahaan (*agent*) memiliki kemampuan untuk mengakses data internal perusahaan dengan lebih leluasa dibandingkan dengan pihak eksternal perusahaan (*principal*). Sesuai dengan teori agensi yang mengasumsikan bahwa manajer perusahaan melakukan manajemen laba yang bertujuan untuk bertindak oportunistik guna untuk memaksimalkan keuntungan pribadi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2021), Utama (2022), Sitanggang & Purba (2022) serta Shaleh & Basalamah (2022) yang menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan landasan teori yang ada dan dari hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Asimetri informasi berpengaruh terhadap manajemen laba.

2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi manajemen laba, karena ukuran perusahaan dijadikan sebagai salah satu hipotesis yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba dan dijadikan sebagai pedoman dalam menentukan biaya politik. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula biaya politik yang akan dibebankan kepada perusahaan. Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah mendapat perhatian dari pihak eksternal, semakin besar ukuran perusahaan maka

semakin banyak pihak eksternal yang akan memberikan tuntutan kepada perusahaan. Maka dari itu, perusahaan besar akan cenderung melakukan manajemen laba untuk mengurangi tuntutan dari pihak eksternal. Hal ini sesuai dengan teori akuntansi positif yang menjelaskan terkait variabel ukuran perusahaan, dimana teori tersebut memprediksi kebijakan apa yang akan dipilih oleh manajer perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andani (2019), Rizki (2021), Utama (2022) serta Sitanggang & Purba (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan landasan teori yang ada dan dari hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

3. Pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba

Leverage dapat mempengaruhi manajemen laba, karena perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki arti bahwa perusahaan tersebut memiliki proporsi jumlah hutang terhadap jumlah aset yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan resiko kebangkrutan. Maka perusahaan akan berusaha menghindar dengan cara melakukan manajemen laba melalui tindakan akuntansi yang masih dalam koridor Standar Akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba pada periode tersebut dengan tujuan untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang. Hal ini sejalan dengan hipotesis *debt covenant* dalam teori akuntansi positif yang

menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki rasio leverage yang tinggi cenderung akan melakukan manajemen laba dengan memilih kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan untuk periode mendatang ke periode sekarang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Maslihah (2019), Yasa, dkk (2020), Rizki (2021), Sari & Susilowati (2021), Utama (2022), Sitanggang & Purba (2022) serta Shaleh & Basalamah (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan landasan teori yang ada dan dari hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.

4. Pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas bisnis (seperti penjualan dan pendapatan investasi) yang dilakukan selama satu periode waktu tertentu. Laba sering kali dijadikan sebagai tolak ukur kinerja perusahaan, dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi maka dapat dikatakan perusahaan saat itu melakukan kinerja yang bagus. Dan apabila saat mengalami kerugian maka manajer akan melakukan manajemen laba. Hal ini disebabkan karena apabila perusahaan memiliki laba yang rendah maka akan memperkeruh kinerja manajer dimata perusahaan. Dalam teori akuntansi positif menjelaskan mengenai perusahaan yang mendapatkan

laba tinggi ditentukan untuk mendapatkan bonus, sehingga manajer cenderung akan melakukan manajemen laba.

Hal ini sejalan dengan hipotesis bonus plan dalam teori keagenan yang menjelaskan bahwa manajer termotivasi untuk melakukan manajemen laba dengan meingkatkan laba pada nilai tertentu dikarenakan manajer berusaha meningkatkan manfaat pribadi (memperoleh bonus) dengan imbalan yang tinggi. Oleh karena itu, tinggi rendahnya profitabilitas yang dihasilkan berkaitan dengan tindakan manajemen laba dengan tujuan pelaporan tingkat profitabilitas yang berada pada tahap yang aman.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andari (2019), Maslihah (2019), dan Rizki (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan landasan teori yang ada dan dari hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H4 : Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.
2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.
3. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.
4. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari nilai koefisien determinan (R^2) pada kolom *Adjusted R-Squared* sebesar 0,304 atau 30,4%. Artinya bahwa variabel asimetri

informasi, ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas hanya dapat menjelaskan manajemen laba sebesar 30,4%, sedangkan sisanya 69,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap manajemen laba seperti umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan kebijakan dividen. Hal ini supaya hasil penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik dan akan menjelaskan variabel – variabel lain yang mempengaruhi manajemen laba yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

2. Penelitian ini hanya mengamati periode selama 2 tahun. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya mengamati periode penelitian yang lebih panjang agar diperoleh hasil yang berbeda dengan hasil penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan perusahaan - perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk memperhatikan faktor – faktor lain seperti kualitas audit, arus kas dan pertumbuhan penjualan supaya dapat meminimalisir kemungkinan adanya manajemen laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, F. (2019, Maret 27). Tiga Pilar Sejahtera Diduga Gelembungkan Laporan Keuangan Rp4T. Dipetik November 14, 2022, dari IDX Channel: <https://www.idxchannel.com/market-news/tiga-pilar-sejahtera-diduga-gelembungkan-laporan-keuangan-rp4-t>
- Andari, A. K. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Leverage, Ukuran Perusahaan, Free Cash Flow, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2017).
- Anindya, W., & Yuyetta, E. N. (2020). Pengaruh Leverage, Sales Growth, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba, 1-14.
- Bambang, R. (2012). *Dasar-dasar Pembelanjaan, Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Basyaib, F. (2007). *Keuangan Perusahaan Pemodelan Menggunakan Microsoft Excel. Edisi 1*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Damayanti, C. R., & Kawedar, W. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Pemantauan dan Financial Distress Terhadap Manajemen Laba, 2.
- Dr. Tarjo. (2021). *Relevansi Konsentrasi Kepemilikan dan Kebijakan Hutang dalam Riset Manajemen Laba, Nilai Pemegang Saham Serta Cost Of Equity Capital*. Indramayu, Jawa Barat: Penerbit Adab.
- Enisari, N. A. (2020). *Penalaran Abad 21*. Sukabumi: CV Jejak.
- Fahmi, A. L., & Kodir, M. (2018). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Asimetri Informasi, Kebijakan Dividen Dan Financial Distress Terhadap Earnings Management, 2.
- Firdaus, I. (2013). Pengaruh Asimetri Informasi dan Capital Adequacy Ratio Terhadap Manajemen Laba, 1-27.
- Firmansyah, A., & Estutik, R. S. (2021). *Kajian Akuntansi Keuangan : Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Kinerja Tanggung Jawab Lingkungan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Agresivitas Pajak*. Indramayu: CV Adanu Abimata.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Hery. (2017). *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kasmir. (2017). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenada Kencana.
- Maslihah, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba.
- Putri, G. A., & Rahmini, A. N. (2021). *Monograf Pengaruh Leverage terhadap Manajemen Laba dengan Corporate Governance pada Perusahaan Pertambangan*. Klaten: Lakeisha.
- Ramadhan, R. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat di BEI. Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017) (hal. 464-476). Jember: UNEJ E-PROCEEDING.
- Renaldo, N. (2022). *Manajemen Laba Teori dan Pembuktian*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Rizki, F. N. (2021). PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018), 188-189.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. S., Islamiati, S. H., et al. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Sandria, F. (2021, Juli 27). Deretan Skandal Lapkeu di Pasar Saham Indofarma-Hanson! Dipetik November 14, 2022, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210726191301-17-263827/deretan-skandal-lapkeu-di-pasar-saham-ri-indofarma-hanson/2>
- Sari, N. A., & Susilowati, Y. (2021). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,.
- Shaleh, M., & A. Basalamah, M. S. (2022). Pengaruh Asimetri Informasi dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur yang Listing Di Bursa Efek Indonesia, 232-233.
- Siregar, S. A. (2024). *Kumpulan Jurnal Akreditasi Sinta (Akuntansi Keuangan)*. Belajar Akuntansi Online.
- Sitanggang, A., & M. Purba, A. (2022). Pengaruh Asymmetric Information, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi

Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013).

Sosiawan, S. Y. (2012). *Pengaruh Kompensasi, Leverage, Ukuran Perusahaan, Earnings Power Terhadap Manajemen Laba*, 82.

Sudarno. (2022). *Teori Penelitian Keuangan*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.

Sugiyono. (2017). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sulistyanto, S. (2008). *Manajemen Laba Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo.

Suripto, & Supriyanto. (2021). *Behavioral Finance (Theory and Implementation in International Journal)*. Jawa Timur: Global Aksara Pres.

Utama, A. (2022). Pengaruh Informasi Asimetri, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Earnings Management) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI), 143-149.

Widjono Hs. (2007). *Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Wijaya, S., & Rahayu, F. D. (2021). *Penghindaran Pajak : Agresivitas Transfer Pricing, Negara Lindung Pajak, dan Kepemilikan Institusion*. Tangerang: Guepedia.

Yasa, I. E., Sunnarsih, N. M., & Pramesti, I. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2016-2018.