

**PENGARUH *EARNINGS MANAGEMENT*
TERHADAP *CAUSAL DISCLOSURE***



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

ERI NURJANAH

NIM. C2C009068

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Eri Nurjanah

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009068

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *EARNINGS MANAGEMENT*
TERHADAP *CAUSAL DISCLOSURE***

Dosen Pembimbing : Marsono, S.E., M.Adv.Acc., Akt.

Semarang, 18 April 2013

Dosen Pembimbing,

(Marsono, S.E., M.Adv.Acc., Akt.)

NIP. 19711225 199903 1003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama : Eri Nurjanah

NIM : C2C009068

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul : **PENGARUH *EARNINGS MANAGEMENT* TERHADAP
*CAUSAL DISCLOSURE***

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 1 Mei 2013

Tim Penguji:

1. Marsono, S.E., M.Adv.Acc., Akt. (.....)

2. Dr. H. Agus Purwanto, S.E., M.Si., Akt. (.....)

3. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Eri Nurjanah, menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh *Earnings Management* Terhadap *Causal Disclosure*, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja atau tidak, dengan ini saya menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 18 April 2013

Yang membuat pernyataan,

(Eri Nurjanah)

NIM. C2C009068

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

“...Katakanlah: “Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui ?” Sesungguhnya orang-orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.”
(Az-Zumar: 9)

Hadist Riwayat Abu Saïd Al-Khudri ra.: Bahwasanya ia pernah mendengar Rasulullah saw. bersabda: “Tidak ada satu kepedihan pun atau keletihan atau penyakit atau kesedihan sampai perasaan keluh-kesah yang menimpa seorang muslim kecuali akan dihapuskan dengan penderitaannya itu sebagian dari dosa kesalahannya.” (Shahih Muslim No. 4670)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk

Mama dan Bapa' tercinta,

Kakakku tersayang,

dan untuk calon imamku kelak :)

ABSTRACT

Initial Public Offering (IPO) is one reason for the emergence of earnings management is done to attract potential investors. Earnings management is suspected causal disclosure influence as a form of self-serving attributions. This study aimed to examine the effect of earnings management on the causal disclosure of non-financial firms do IPO in 2008-2011 are listed on the Stock Exchange and Bloomberg.

This study uses a quantitative approach using secondary data sources, where the observation method used is purposive sampling. This study uses multiple regression analysis with the assumption of Ordinary Least Square (OLS), which consists of two regression models using the control variable Size, Leverage, Audit Quality, Profitability, Sales Growth, Capital Intensity, Current Ratio, Percentage of Public Shares and Industry Dummy.

The results of this study indicate that partial earnings management significantly influence causal disclosure assertive. Control variables that influence the assertive causal disclosure Size, Leverage, Audit Quality, and Profitability. While simultaneously earnings management, Size, Leverage, Audit Quality, Profitability, Sales Growth, Capital Intensity, Current Ratio, Percentage of Public Shares and Industry Dummy influence assertive causal disclosure.

Keywords: Earnings management, causal disclosure, assertive, defensive

ABSTRAK

Initial Public Offering (IPO) merupakan satu alasan munculnya manajemen laba yang dilakukan untuk menarik calon investornya. Manajemen laba diduga mempengaruhi pengungkapan kausal sebagai bentuk atribusi *self-serving*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan kausal pada perusahaan non-keuangan yang melakukan IPO tahun 2008-2011 yang terdaftar di BEI dan Bloomberg.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sumber data sekunder, dimana metode pengamatan yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dengan asumsi *Ordinary Least Square* (OLS) yang terdiri atas dua model regresi dengan menggunakan variabel kontrol yaitu *Size*, *Leverage*, *Audit Quality*, *Profitability*, *Sales Growth*, *Capital Intensity*, *Current Ratio*, *Percentage of Public Shares* dan *Industry Dummy*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial manajemen laba berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan kausal asertif. Variabel kontrol yang berpengaruh terhadap pengungkapan kausal asertif yaitu *Size*, *Leverage*, *Audit Quality*, dan *Profitability*. Sedangkan secara simultan manajemen laba, *Size*, *Leverage*, *Audit Quality*, *Profitability*, *Sales Growth*, *Capital Intensity*, *Current Ratio*, Prosentase Saham Publik, dan *Industry Dummy* mempengaruhi pengungkapan kausal asertif.

Kata Kunci: Manajemen laba, pengungkapan kausal, asertif, defensif

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Earnings Management* Terhadap *Causal Disclosure*” disusun dalam rangka memenuhi persyaratan akademis untuk mencapai gelar kesarjanaan pada jurusan akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Marsono, S.E., M.Adv.Acc., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing, memberikan motivasi semangat dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si, Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Herry Laksito, S.E., M.Adv.Acc, Akt. selaku dosen wali penulis yang dengan sabar mendampingi dan membantu dalam kegiatan akademis.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, khususnya jurusan Akuntansi atas pengajaran dan bimbingan yang telah diberikan selama masa studi.
6. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
7. Mama (Hj. Siti Uswatun Khasanah) dan Bapa' (H. Makhrus Mujamil) tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang yang melimpah dan do'a yang tiada henti untuk anaknya ini. Kakakku (Afif Nurfaози) yang selalu memberikan semangat dan nasehatnya untuk kebaikanku selama ini.
8. Spesial untuk Burhanudin yang selalu memberikan dukungan, semangat, perhatian, dan menemaniku saat suka maupun duka, serta untuk kesabarannya. *Thanks* airku :)
9. Sahabat-sahabatku, Nia, Mbak Rosmi, Mbak Ida, Saras, Mamah Ulan, Nibras, Gea, Ayu dan Santi yang selalu memberikan semangat setiap hari-harinya di sini. Terima kasih atas bantuan kalian, Alkhamdulillah semuanya menjadi lancar.
10. *Team Sutar Management* alias teman-teman KKN Surokonto Kulon, Nulul, Moncee, Chaca, Mas Kres, Mas bubu, Makky. Senang sekali dapat berkumpul dengan kalian dan menemukan keluarga baru yang selalu memberikan semangat.

11. Teman-teman seperjuangan (satu bimbingan), Veli, Mega, Dewi, Andin, dan Glory yang telah membantu pengolahan data, memberikan informasi dimana dan kapan bimbingan :) dan kekompakkan kalian membuatku bersemangat.
12. Seluruh teman-teman akuntansi 2009 Reg 1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang atas kebersamaannya selama ini.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian ini. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, mengingat keterbatasan pengetahuan penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 18 April 2013

Penulis

Eri Nurjanah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Teori Keagenan.....	11
2.1.2 Teori Sinyal.....	13
2.1.3 Teori Atribusi.....	15

2.1.4 Asimetri Informasi.....	16
2.1.5 Manajemen Impresi dan Pengungkapan Kausal.....	17
2.1.6 Manajemen Laba	
2.1.6.1 Definisi Manajemen Laba.....	19
2.1.6.2 Faktor-faktor Pendorong Manajemen Laba	20
2.1.6.3 Pola Manajemen Laba.....	22
2.1.6.4 Teknik Manajemen Laba	23
2.1.7 Initial Public Offering (IPO)	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	
3.1.1 Variabel Independen.....	35
3.1.2 Variabel Dependen	
3.1.2.1 <i>Content Analysis</i> Prospektus IPO	36
3.1.2.2 <i>Coded Dimension of Explained Effects</i>	37
3.1.2.3 <i>Coded Dimension of Explanatory Factors</i>	38
3.1.3 Variabel Kontrol.....	39
3.2 Penentuan Sampel	42
3.3 Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis Data	
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	44
3.5.2 Uji Validitas.....	44
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	46

3.5.3.2 Uji Multikolonieritas.....	47
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.5.3.4 Uji Autokorelasi.....	48
3.5.4 Uji Hipotesis	
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Beganda.....	49
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	50
3.5.3.3 Uji Statistik F.....	51
3.5.3.4 Uji Statistik t.....	51
3.6 Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
4.2 Analisis Data	
4.2.1 Variabel Manajemen Laba.....	54
4.2.1.1 Mencari Koefisien.....	54
4.2.1.2 Menghitung <i>Discretionary Accruals</i>	58
4.2.2 Variabel Pengungkapan Kausal.....	59
4.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
4.2.4 Analisis Faktor.....	62
4.2.4.1 Menentukan Nilai KMO.....	62
4.2.4.2 Menentukan Model Analisis Faktor.....	62
4.2.4.3 Rotasi Varimax.....	63
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	65
4.2.5.2 Uji Multikolonieritas.....	68
4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.2.5.4 Uji Autokorelasi.....	71

4.3	Uji Hipotesis	
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.3.3	Uji Statistik F.....	73
4.3.4	Uji Statistik t.....	73
4.4	Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	76
4.5	Pembahasan	79
4.5.1	Pengungkapan Kausal Asertif.....	79
4.5.2	Pengungkapan Kausal Defensif	80
4.5.3	Implikasi Manajemen Laba dan Pengungkapan Kausal.....	80
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Keterbatasan	83
5.3	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		88

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1	Ukuran KMO.....	45
Tabel 3.2	Keputusan Autokorelasi	49
Tabel 4.1	Sampel Penelitian	53
Tabel 4.2	Nilai Skor <i>Outlier</i>	54
Tabel 4.3	Koefisien <i>Agriculture</i>	55
Tabel 4.4	Koefisien <i>Mining</i>	55
Tabel 4.5	Koefisien <i>Basic Industry and Chemicals</i>	56
Tabel 4.6	Koefisien <i>Consumer Goods Industry</i>	56
Tabel 4.7	Koefisien <i>Property, Real Estate, and Building Constructions</i>	57
Tabel 4.8	Koefisien <i>Infrastructure, Utilities, & Transportation</i>	57
Tabel 4.9	Koefisien <i>Trade, Services, & Investment</i>	58
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif DAC	59
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif <i>Explanation Content Characteristic</i>	60
Tabel 4.12	Nilai KMO.....	62
Tabel 4.13	<i>Principal Component Factor-Analysis Explanatory Content</i>	64
Tabel 4.14	Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.15	Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.17	Uji Statistik F.....	73
Tabel 4.18	Uji Statistik t Model 1	74
Tabel 4.19	Uji Statistik t Model 2	75
Tabel 4.20	Tabulasi Silang Manajemen Laba Tinggi.....	76
Tabel 4.21	Chi-Squares Manajemen Laba Tinggi.....	77

Tabel 4.22	Tabulasi Silang Manajemen Laba Rendah.....	77
Tabel 4.23	Chi-Squares Manajemen Laba Rendah	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 P-Plot Model 1	65
Gambar 4.2 P-Plot Model 2	66
Gambar 4.3 Uji Kolmogorov-Smirnov Model 1	67
Gambar 4.4 Uji Kolmogorov-Smirnov Model 2	68
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas Model 1	70
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas Model 2	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A	Explanation Content Characteristic..... 89
LAMPIRAN B	Explanation Statement..... 90
LAMPIRAN C	<i>Coded Dimension of Explained Effects and Explanatory Factors</i> 92
LAMPIRAN D	Distribusi Sampel 94
LAMPIRAN E	Daftar Nama Perusahaan 96
LAMPIRAN F	Data Perhitungan DAC (Sebelum diolah)..... 98
LAMPIRAN G	Data Pengungkapan Kausal (Asertif dan Defensif) 104
LAMPIRAN H	Data <i>Explanation Content Characteristic</i> 106
LAMPIRAN I	Data Perusahaan (Variabel Dependen, Independen, dan Kontrol) 110
LAMPIRAN J	<i>Size</i> 114
LAMPIRAN K	<i>Audit Quality</i> 116
LAMPIRAN L	<i>Industry Dummy</i> 118
LAMPIRAN M	Data Perhitungan DAC (Setelah Dioah) 120
LAMPIRAN N	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Agriculture</i> 123
LAMPIRAN O	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Mining</i> 124
LAMPIRAN P	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Basic Industry and Chemicals</i> 125
LAMPIRAN Q	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Consumer Goods Industry</i> 126
LAMPIRAN R	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Property, Real Estate, and Building Construtions</i> 127
LAMPIRAN S	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Infrastructure, Utilities & Transportation</i> 128
LAMPIRAN T	Regresi Perhitungan Koefisien <i>Trade, Services & Investment</i> 129

LAMPIRAN U	Uji <i>Outlier</i>	130
LAMPIRAN V	Statistik Deskriptif DAC	133
LAMPIRAN W	Statistik Deskriptif <i>Explanation Content</i> <i>Characteristic</i>	134
LAMPIRAN X	Analisis Faktor	136
LAMPIRAN Y	Uji Normalitas	139
LAMPIRAN Z	Regresi Model 1	142
LAMPIRAN AA	Regresi Model 2	144
LAMPIRAN AB	Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	146

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan untuk membiayai kegiatan operasinya, baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Alternatif pendanaan dari dalam perusahaan umumnya menggunakan laba ditahan, sedangkan alternatif pendanaan dari luar perusahaan dapat berasal dari kreditur yang berupa utang maupun pendanaan yang bersifat penyertaan dalam bentuk saham. Pendanaan melalui mekanisme penyertaan umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada masyarakat atau sering dikenal dengan *go public*. Apabila perusahaan telah memutuskan untuk *go public* maka harus mempersiapkan penawaran saham perusahaan untuk pertama kalinya atau dikenal dengan *Initial Public Offering (IPO)*.

Dalam proses IPO, Investor akan mencari informasi mengenai perusahaan yang akan mereka pilih untuk ditanami modal melalui berbagai media sebelum akhirnya mereka menanamkan modalnya. Investor akan memilih perusahaan yang memiliki kesan manajemen yang baik. Media yang digunakan untuk mengetahui informasi kesehatan perusahaan yaitu melalui prospektus yang diterbitkan oleh perusahaan. Prospektus merupakan gabungan antara profil perusahaan dan laporan tahunan yang dibuat menjadi suatu dokumen resmi yang relevan yang digunakan oleh suatu lembaga atau perusahaan untuk memberikan suatu gambaran mengenai saham yang ditawarkannya untuk dijual kepada publik.

Investor menilai kinerja perusahaan melalui laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut melalui laporan laba rugi yang tersaji di dalam prospektus IPO. Dalam proses penyusunan laporan akan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang menentukan laporan yang akan dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Di lain pihak, manajemen perusahaan memiliki keleluasaan membuat kebijakan dalam penyusunan laporan keuangan untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu kebijakan yang dapat diambil oleh manajemen yaitu dengan melakukan manajemen laba.

Praktik ini dilakukan untuk mempengaruhi angka laba yang dapat dilakukan oleh manajemen baik secara legal maupun illegal. Praktik legal dalam manajemen laba berarti usaha untuk mempengaruhi angka laba tetapi tidak bertentangan dengan Standar Akuntansi, yaitu dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi, melakukan perubahan metode akuntansi, dan menggeser periode pendapatan atau biaya. Adapun manajemen laba yang dilakukan secara illegal melalui cara-cara yang tidak diperbolehkan oleh Standar Akuntansi, yaitu dengan cara menambah atau mengurangi nilai transaksi, atau mungkin dengan tidak melaporkan sejumlah transaksi, sehingga akan menghasilkan laba pada nilai atau tingkat tertentu yang dikehendaki. Seperti halnya yang diungkapkan Scott (2000) bahwa pilihan kebijakan akuntansi yang dilakukan manajer untuk tujuan spesifik disebut dengan manajemen laba. Hal ini didukung oleh Financial Accounting Standard Board (FASB) yang menerbitkan Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 8 menyatakan bahwa informasi laba berfungsi untuk menilai kinerja

manajemen, membantu memperkirakan kemampuan laba dalam jangka panjang, memprediksi laba, menaksir risiko dalam meminjam atau berinvestasi.

IPO merupakan salah satu alasan munculnya manajemen laba yang ditujukan sebagai bentuk manajemen impresi agar terlihat baik oleh calon investornya. Kasus manajemen laba ini terbukti dilakukan oleh beberapa perusahaan. Salah satu contohnya dilakukan oleh PT Kimia Farma, Tbk yang bermula dengan motivasi pihak direksi yang menginginkan kenaikan laba. Indikasi penggelembungan keuntungan (*overstated*) dalam laporan keuangan semester I 2002 yang juga dinyatakan dalam *annual report* Bapepam 2002. Setelah dilakukan pemeriksaan oleh Bapepam, ternyata laba bersih yang disajikan dalam laporan keuangan oleh perusahaan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2001 *overstated* sebesar Rp32,7 miliar, di mana 2,3% berasal dari penjualan dan sebesar 24,7% dari laba bersih. Kesalahan-kesalahan tersebut berasal dari kesalahan (1) *overstated* penjualan pada unit industri bahan baku sebesar Rp2,7 miliar, (2) *overstated* persediaan barang sebesar Rp23,9 miliar pada unit logistik sentral, dan (3) *overstated* sebesar Rp8,1 miliar pada persediaan barang dagangan dan *overstated* penjualan sebesar Rp10,7 miliar yang keduanya terjadi pada unit Pedagang Besar Farmasi (Siaran Pers Badan Pengawas Pasar Modal tanggal 27 Desember 2002) (Sulistiawan *et al*, 2011).

Manajemen laba menimbulkan biaya yang cukup besar, terutama di lingkungan yang memiliki pengawasan tinggi terhadap deteksi manajemen laba (Graham *et al*, 2005). Perkiraan biaya manajemen laba dapat memberikan insentif yang cukup untuk merasionalisasi dan membenarkan laba yang dikelola untuk

menjelaskan perubahan laba dan mengurangi “keprihatinan” manajemen laba. Manajemen juga dapat melakukan peningkatan kualitas perusahaan melalui pengungkapan informasi tambahan dalam laporan keuangan, namun hal tersebut dapat mengurangi asimetri informasi sehingga kesempatan untuk menerapkan kebijakan manajemen laba menjadi semakin sempit. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen laba dan tingkat pengungkapan kausal memiliki hubungan yang negatif, seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Surtijo (2012). Perusahaan yang menerapkan kebijakan manajemen laba akan lebih sedikit mengungkapkan informasi laporan keuangan agar tindakannya tidak dapat dengan mudah terdeteksi. Namun terdapat kemungkinan lain jika perusahaan melakukan kebijakan manajemen laba dengan tujuan untuk mengkomunikasikan informasi dan meningkatkan nilai perusahaan, maka hubungan yang seharusnya terjadi antara manajemen laba dan pengungkapan laporan keuangan akan positif (Veronica *et al*, 2003).

Manajemen laba dapat dideteksi dalam laporan keuangan dengan meneliti penggunaan akrual. Jumlah akrual yang tercermin dalam perhitungan laba terdiri dari *discretionary accruals* dan *non-discretionary accruals*. *Discretionary Accrual* adalah komponen akrual yang berada dalam kebijakan manajer, yang berarti bahwa manajer memberi intervensinya dalam proses pelaporan keuangan. Sedangkan *non-discretionary accruals* merupakan komponen akrual yang terjadi secara alami seiring dengan perubahan dari aktivitas perusahaan.

Bagi pihak-pihak di luar manajemen perusahaan selain kesehatan perusahaan dari laba yang dihasilkan, mereka juga memperhatikan pengungkapan

yang dilakukan manajemen perusahaan. Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan harus memadai agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan sehingga menghasilkan keputusan yang cermat dan tepat. Perusahaan diharapkan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi keuangan perusahaannya, sehingga dapat membantu para pengambil keputusan seperti investor, kreditur, dan pemakai informasi lainnya dalam mengantisipasi kondisi ekonomi yang semakin berubah. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan juga akan mempengaruhi keputusan investor untuk menanamkan modalnya.

Perusahaan yang *go public* diwajibkan untuk membuat laporan keuangan yang diaudit oleh akuntan publik independen sebagai sarana pertanggungjawaban kepada pihak yang berkepentingan (investor). Menurut Bapepam dalam Surat Keputusan Bapepam No. 06/PM/2000 tanggal 13 Maret 2000 tentang Pedoman Penyajian Laporan Keuangan mensyaratkan elemen-elemen dalam laporan keuangan yang seharusnya diungkapkan perusahaan-perusahaan publik di Indonesia. Untuk pedoman penyajian dan pengungkapan laporan keuangan perusahaan publik industri manufaktur diatur melalui Surat Edaran Ketua Bapepam No. SE-02/PM/2002 tanggal 27 Desember 2002.

Pengungkapan oleh manajemen dalam laporan tahunan biasanya terdiri dari 2 jenis narasi, yaitu narasi teknis akuntansi dan narasi berbasis kausalitas (Aerts dan Tarca, 2010). Narasi teknis akuntansi menggunakan bahasa akuntansi formal dengan konsep dan hubungan kalkulatif yang saling terkait dan melekat untuk menerangkan hasil akuntansi. Sedangkan narasi berbasis kausalitas mengacu pada pernyataan hubungan yang kausal antara hasil kinerja dengan

kegiatan internal atau eksternal, tindakan atau keputusan yang diidentifikasi sebagai sumber yang mendasari kinerja manajemen. Pengungkapan kausal pada laba dapat digunakan sebagai instrumen untuk membangun kesan yang baik yang sangat penting bagi keberhasilan IPO (Martens *et al*, 2007). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa perusahaan yang menunjukkan akrual yang kuat atas manajemen laba umumnya menampilkan narasi yang bersifat kausal (Aerts dan Tarca, 2010).

Penelitian sebelumnya menemukan bukti bahwa perusahaan menggunakan atribusi *self-serving* pada prospektus mereka dengan menunjukkan manajemen impresi dengan asertif yang tinggi (tingkat penjelasan pengaruh positif yang lebih tinggi, kecenderungan yang kuat mengakui hubungan positif dari hasil laba yang terkait dan untuk menghindari penjelasan teknis akuntansi dalam menerangkan hasil laba positif yang terkait). Sementara perilaku defensif merupakan kecenderungan untuk menyalahkan perkembangan negatif yang disebabkan oleh faktor eksternal (Aerts dan Cheng, 2011).

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian Aerts dan Cheng (2011) yang menyelidiki pengaruh pengaturan IPO terhadap pengungkapan kausal asertif dan defensif dan kecenderungan manajemen laba. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali secara empiris atas faktor yang digunakan pada penelitian Aerts dan Cheng (2011) masih berpengaruh terhadap pengungkapan kausal dengan menambah faktor *current ratio* dan prosentase kepemilikan saham publik. Penelitian ini juga menggunakan data dan tahun yang berbeda, serta hanya berfokus pada *Performance-Matched Discretionary Accruals Model* yang

dikembangkan oleh Kothari *et al* (2005) untuk mengukur manajemen laba. Sampel perusahaan yang digunakan yaitu perusahaan non-keuangan yang *go public* tahun 2008-2011 dan terdaftar di Bloomberg.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan mengenai laba merupakan hal yang penting yang dilakukan oleh manajemen suatu perusahaan untuk menunjukkan kinerja mereka, terlebih ketika perusahaan memutuskan untuk melakukan *go public*. Hal ini dikarenakan perusahaan yang baru melakukan *go public* biasanya belum dikenal oleh calon investor. Calon investor akan mencari tahu informasi kinerja perusahaan tersebut melalui prospektus yang merupakan salah satu sumber informasi yang relevan yang dibuat oleh suatu perusahaan untuk kepentingan penawaran umum.

Dalam laporan perusahaan umumnya pengungkapan berisi 2 jenis narasi, yaitu narasi teknis akuntansi dan narasi berbasis kausalitas (Aerts dan Tarca, 2010). Narasi berbasis kausalitas mengacu pada hubungan sebab-akibat antara hasil kinerja perusahaan dengan kegiatan internal atau eksternal. Narasi kausal ini dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memperoleh kesan manajemen yang baik dengan menunjukkan hasil positif dari laba yang dihasilkan. Untuk memperoleh kesan yang baik, perusahaan mempunyai kekuasaan untuk menerapkan suatu kebijakan dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan yang dikenal dengan manajemen laba. *Size, Leverage, Audit Quality, Profitability, Sales Growth, Capital Intensity, Current Ratio, Percentage of Public Shares* dan *Industry Dummy* merupakan faktor-faktor lain yang diduga

mempengaruhi pengungkapan kausal yang dilakukan oleh manajemen. Berdasarkan uraian tersebut, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Apakah ada hubungan antara manajemen laba dengan pengungkapan kausal?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara manajemen laba dengan pengungkapan kausal yang dilakukan oleh perusahaan yang melakukan IPO melalui prospektus yang dipublikasikan. Untuk mendapatkan bukti mengenai perilaku manajemen yang mementingkan dirinya sendiri (*self-serving*), maka penelitian ini akan mengukur perilaku manajemen tersebut dengan narasi berbasis kausalitas dan manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

manfaat dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

a. Bagi ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian terdahulu sehubungan dengan *Discretionary Accruals* serta pengungkapan kausal pada perusahaan yang akan melakukan IPO.

b. Bagi investor

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu masukan dalam pengambilan keputusan investasi saham, terutama dalam menilai kualitas laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Melalui pengungkapan kausal, investor akan mengetahui sebab-akibat yang dilaporkan manajemen yang berusaha menunjukkan kemampuan atau prestasi perusahaan atau berusaha menutupi hasil yang menurun.

c. Bagi pengelola pasar modal

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan tambahan dalam pengambilan keputusan sejauh mana pengungkapan yang diharuskan bagi para emiten dengan mempertimbangkan asas biaya dan manfaat yang ditimbulkan. Dan dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan pengawasan yang seharusnya dilakukan pengelola.

d. Bagi Manajer

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan mengenai perilaku manajer dalam mengungkapkan hasil labanya dalam prospektus agar dapat menarik investor.

1.4 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai teori agensi, teori sinyal, asimetri informasi, manajemen laba, manajemen impresi dan pengungkapan, tinjauan penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan metodologi penelitian termasuk sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, identifikasi dan pengukuran variabel, model penelitian, teknis analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus pada hasil uji empiris terhadap data yang dikumpulkan dan pengolahan data yang telah dilakukan, serta membahas deskriptif, uji statistik, pembuktian hipotesis berdasarkan informasi yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan yang memfokuskan pada hasil penelitian dan mencoba untuk menarik beberapa implikasi dari hasil penelitian. Keterbatasan dan saran dari penelitian juga akan dibahas pada bab ini.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan mengasumsikan bahwa setiap individu termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri yang menimbulkan adanya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Belkoui (2006) menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer sebagai agen dengan pemilik sebagai prinsipal. Wewenang dan tanggung jawab agen maupun prinsipal diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama. Menurut Anthony dan Govindarajan (1995) dalam Widyaningdyah (2001) menyatakan bahwa pada perusahaan yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai prinsipal, dan agen mereka adalah CEO (*Chief Executive Officer*).

Prinsipal mempunyai motivasi atau ketertarikan terhadap hasil keuangan yang bertambah dengan terus meningkatkan profitabilitas, sedangkan agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Prinsipal akan menilai kinerja agen melalui peningkatan laba yang dialokasikan dalam pembagian deviden, semakin tinggi laba dan deviden yang dibagikan maka prinsipal akan dianggap telah berhasil atau layak sehingga mendapat kesan yang baik oleh prinsipalnya. Agen akan berusaha memenuhi tuntutan prinsipal demi mendapatkan kompensasi yang tinggi. Sehingga apabila tidak dilakukan

pengawasan, agen dapat melakukan beberapa inisiatif untuk dapat mencapai target yang telah ditentukan. Misalnya dengan melakukan manajemen laba.

Salno dan Baridwan (2000) menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan yang terjadi antara agen dan prinsipal ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai dan mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki. Adanya perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal tersebut dapat dipengaruhi oleh kebijakan yang diputuskan agen karena agen memiliki keleluasaan untuk menerapkan manajemen laba apabila tidak adanya pengawasan yang memadai dari prinsipal.

Pada kenyataannya, prinsipal tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kinerja agen, sedangkan agen mempunyai lebih banyak informasi mengenai kinerja perusahaan secara keseluruhan dan prospek perusahaan di masa mendatang. Informasi yang agen sampaikan kepada prinsipal terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Hal inilah yang mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh prinsipal dan agen. Peristiwa ini biasa disebut dengan asimetri informasi. Agen memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan informasi tertentu. Asimetri informasi dan konflik kepentingan mendorong agen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada prinsipal, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja agen yang bersifat negatif.

Menurut Suyudi (2009) teori keagenan ini menjelaskan bahwa kontrak yang terjadi dalam hubungan keagenan berdasarkan pada kinerja perusahaan. Jika

kinerja perusahaan buruk maka dapat dikatakan sebagai suatu bentuk pelanggaran kontrak. Manajer sebagai agen akan dianggap telah melanggar kontrak yang sudah dilakukan. Hal ini memacu agen untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya yang disajikan dalam laporan keuangan melalui suatu kebijakan yang disebut dengan manajemen laba (Richardson, 1998 dalam Sulistyanto, 2008). Kebijakan akuntansi dalam manajemen laba terbagi ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah pemilihan kebijakan akuntansi sedangkan kelompok kedua adalah penggunaan *discretionary accruals*. *Discretionary accruals* sering digunakan sebagai ukuran manajemen laba.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal menurut Prasetyaningrum (2008) dalam Indrawan (2011) menjelaskan alasan suatu perusahaan menyajikan informasi yang digunakan untuk kepentingan pihak eksternal. Teori ini menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Sinyal ini berupa informasi mengenai kinerja yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk mengungkapkan kepada pihak eksternal khususnya untuk kepentingan pemilik yang digunakan untuk menentukan keputusannya. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan-perusahaan lain (Jama'an, 2008).

Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal yang dilakukan oleh manajemen memiliki tujuan untuk mengurangi adanya asimetri informasi. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan yang menyatakan bahwa manajemen menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip ini mencegah perusahaan untuk melakukan tindakan penggelembungan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aset yang dimiliki perusahaan.

Suyudi (2009) menyatakan bahwa ketika manajemen memiliki lebih banyak informasi mengenai prospek dan kinerja perusahaan, mereka dapat memberikan sinyal kepada pemegang saham dengan mencatat *Discretionary Accruals*. Manajemen melakukan kebijakan akrual yang mengarah pada persistensi laba. Motivasi sinyal mendorong manajemen menyajikan laporan laba yang dapat mencerminkan laba sesungguhnya. Teori sinyal merupakan efek yang timbul dari pengumuman laporan keuangan yang dipergunakan oleh para pemakai laporan keuangan.

Teori sinyal menjelaskan secara tersirat mengenai manajemen laba. Jika kinerja perusahaan baik, manajer akan memberikan sinyal dengan meningkatkan laba akuntansi, sebaliknya jika kinerja perusahaan mengalami penurunan (buruk), maka manajer akan memberikan sinyal dengan menurunkan laba akuntansi. Di dalam teori sinyal juga dijelaskan bahwa seorang investor yang berpikir rasional akan melakukan analisa sebelum membuat keputusan berinvestasi. Investor memerlukan informasi yang dapat dijadikan sinyal untuk menilai prospek perusahaan di masa mendatang. Informasi yang tersedia dapat berupa informasi

masa lalu, informasi masa sekarang, maupun informasi yang bersifat sebagai pendapat atau opini rasional (Riany, 2008). Informasi mengenai kinerja perusahaan juga dapat dilihat di dalam prospektus perusahaan. Pada awal perusahaan menjual sahamnya kepada publik, informasi keuangan, kegiatan perusahaan, penawaran umum, prospek perusahaan yang dipublikasikan dalam prospektus merupakan sumber informasi yang penting karena dimanfaatkan sebagai sinyal yang digunakan investor untuk menilai perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat investor, maka manajer akan berusaha untuk menaikkan jumlah laba yang dilaporkan. Manajemen laba di dalam teori sinyal merupakan sinyal yang buruk, sehingga risiko yang dihadapi oleh investor juga semakin tinggi.

2.1.3 Teori Atribusi

Teori atribusi menjelaskan ketika seseorang melakukan pengamatan terhadap suatu perilaku, apakah perilaku tersebut disebabkan oleh faktor internal atau faktor eksternal. Contohnya, ketika perusahaan mengalami peningkatan laba disebabkan karena adanya inovasi produk (faktor internal) atau disebabkan karena perekonomian yang membaik (faktor eksternal). Teori atribusi menjelaskan bahwa seseorang dapat mengalami bias *self-serving*, yaitu seseorang akan menunjukkan keberhasilan mereka dengan faktor internal (asertif) atau menyalahkan suatu kegagalan terhadap faktor eksternal (defensif).

Teori ini dapat diterapkan ketika suatu perusahaan yang menerapkan manajemen laba. Jika kinerja perusahaan baik, kemungkinan besar manajemen

memiliki insentif *self-serving* dengan menunjukkan atau memberikan sinyal kepada investor bahwa kinerja masa kini maupun dimasa mendatang dapat terus menaikkan laba. Sedangkan ketika kinerja manajemen buruk, manajemen tidak akan memberikan sinyal bahwa kinerja mereka yang buruk karena tidak ingin dianggap tidak profesional oleh investor.

Menurut Suyudi (2009) teori atribusi dapat digunakan untuk memprediksi manajemen laba sebagai berikut:

- a. Bila kinerja perusahaan baik, manajer akan melakukan manajemen laba *signaling* dengan menaikkan laba. Manajer berharap investor dapat mendeteksi sinyal tersebut dan kemudian berpersepsi kalau manajer telah cakap menjalankan kinerjanya.
- b. Bila kinerja perusahaan buruk, manajer tidak melakukan manajemen laba *signaling* dengan menurunkan laba, tetapi manajer kemungkinan akan melakukan manajemen laba dengan menaikkan laba untuk menyembunyikan kinerja buruk perusahaan. Karena manajer tidak ingin dikatakan tidak cakap oleh investor.

2.1.4 Asimetri Informasi

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi mengenai prospek perusahaan yang tidak diketahui oleh pihak eksternal (Julia Halim *et al*, 2005). Asimetri ini terjadi ketika adanya ketidakseimbangan informasi antara manajemen perusahaan dan pihak yang berkepentingan dengan informasi yang diterbitkan dalam laporan perusahaan baik

dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan. Adanya asimetri informasi mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Hal ini yang akan memberikan kesempatan manajer untuk melakukan kebijakan yang bersifat oportunistik berupa manajemen laba.

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

a. *Adverse selection*

yaitu menyatakan bahwa para manajer beserta orang-orang dalam perusahaan biasanya mengetahui informasi mengenai keadaan dan prospek perusahaan yang lebih banyak dibandingkan pihak eksternal. Dan kemungkinan manajer dan orang-orang dalam perusahaan tidak menyampaikan fakta-fakta tertentu kepada pemegang saham.

b. *Moral hazard*

yaitu bahwa seorang manajer dapat melakukan tindakan melanggar kontrak dan secara etika (norma) tidak layak dilakukan di luar pengetahuan investor (pemegang saham). Hal tersebut dapat terjadi karena tidak seluruh kegiatan manajer diketahui oleh investor.

2.1.5 Manajemen Impresi dan Pengungkapan Kausal

Manajemen impresi berasal dari psikologi sosial dan berhubungan dengan bagaimana individu dianggap positif oleh individu lain (Hooghiemstra, 2000). Dalam pelaporan perusahaan, manajemen impresi digunakan untuk mengendalikan dan memanipulasi kesan yang disampaikan kepada pengguna

informasi akuntansi (Clatworthy dan Jones, 2001). Manajemen impresi merupakan mekanisme perbaikan untuk merespon gangguan yang mengancam identitas perusahaan. Motif manajemen impresi menonjol ketika gangguan yang material terhadap akuntabilitas terjadi (Aerts, 2005).

Manajer memiliki keleluasaan untuk melakukan manajemen laba pada laporan keuangan dan manajemen impresi dalam pembahasan kinerja perusahaan. Manajemen impresi dapat dilihat dari laporan tahunan yang diungkapkan oleh perusahaan. Pengungkapan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup hasil kinerja perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Pengungkapan oleh manajemen dalam laporan tahunan terdiri dari narasi teknis akuntansi dan narasi berbasis kausalitas. Narasi teknis akuntansi menggunakan bahasa akuntansi formal, dengan konsep dan hubungan kalkulatif yang saling terkait dan melekat untuk menerangkan hasil akuntansi. Sedangkan narasi berbasis kausalitas mengacu pada pernyataan hubungan yang kausal antara hasil kinerja dan kegiatan internal atau eksternal, tindakan atau keputusan yang diidentifikasi sebagai sumber yang mendasari kinerja manajemen. Pengungkapan kausal pada laba dapat digunakan sebagai instrumen untuk membangun kesan yang baik yang sangat penting bagi keberhasilan IPO (Martens *et al*, 2007). Hubungan antara pengungkapan informasi tertentu dan manajemen laba dapat ditentukan berdasarkan urutan waktu pengambilan keputusan oleh manajer (Lobo dan Zhou, 2001). Praktek pengungkapan berpotensi menyesatkan, sesuai dengan narasi yang telah diselidiki di laporan tahunan oleh Clatworthy dan Jones (2003).

2.1.6 Manajemen Laba

2.1.6.1 Definisi Manajemen Laba

Manajemen laba juga disebut sebagai “*creative accounting*”. Healy dan Wahlen (1999) dalam Sulistyanto (2008) mengemukakan bahwa:

Manajemen laba muncul ketika manajer menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan untuk menyesatkan *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu.

Sedangkan menurut National Association of Certified Fraud Examiners dalam Sulistyanto (2008), mendefinisikan:

Manajemen laba adalah kesalahan atau kelalaian yang disengaja dalam membuat laporan mengenai fakta material atau data akuntansi sehingga menyesatkan ketika semua informasi itu dipakai untuk membuat pertimbangan yang akhirnya akan menyebabkan orang yang membacanya akan mengganti atau mengubah pendapat atau keputusannya.

Schipper dalam Lo (2005) mengartikan manajemen laba sebagai perilaku oportunistik yang dilakukan manajer untuk memaksimalkan kepentingannya. Manajer dapat menaikkan atau menurunkan laba dengan pemilihan metode atau kebijakan akuntansi tertentu dengan menerapkan manajemen laba. Manajer dapat menggeser laba periode yang akan datang ke periode masa kini untuk menaikkan laba, sedangkan untuk menurunkan laba manajer dapat menggeser laba periode masa kini ke periode berikutnya

Sugiri (1998) membagi definisi manajemen laba menjadi dua, yaitu:

a. Definisi sempit

Manajemen laba hanya berkaitan dengan metode akuntansi yang dipilih oleh manajer. Manajemen laba dalam artian sempit didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “mengotak-atik” komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya laba perusahaan.

b. Definisi luas

Manajemen laba merupakan perilaku manajer yang bertujuan meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan pada masa kini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

2.1.6.2 Faktor-faktor Pendorong Manajemen Laba

Scott (2000) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba, yaitu:

a. *Bonus Purposes*

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan menggunakan metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba masa kini.

b. *The debt covenant hypothesis*

Manajemen akan berusaha meningkatkan laba supaya mereka tidak dianggap melanggar perjanjian kredit yang telah disepakati serta demi menjaga nama baik dan reputasi mereka.

c. *Political Motivations*

Perusahaan cenderung akan melakukan manajemen laba yang digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

d. *Taxation Motivations*

Motivasi untuk menghemat pajak menjadi alasan manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metode akuntansi digunakan dengan tujuan penghematan pajak pendapatan perusahaan.

e. Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan bonus yang lebih tinggi. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

f. *Initial Public Offering (IPO)*

Manajer yang perusahaannya akan *go public* melakukan manajemen laba di dalam prospektus yang mereka terbitkan dengan harapan bahwa harga saham yang ditawarkan akan naik karena perusahaan yang baru melakukan *go public* cenderung belum dikenal masyarakat dan belum memiliki nilai pasar.

2.1.6.3 Pola Manajemen Laba

Sulistyanto (2008) menyatakan mengenai beberapa pola dalam manajemen laba, yaitu:

a. Peningkatan laba (*income increasing*)

Upaya perusahaan dalam mengelola laba periode berjalan agar menjadi lebih tinggi dari laba sebenarnya. Hal tersebut dilakukan dengan cara memainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih tinggi dari pendapatan yang sebenarnya diperoleh atau dengan cara menurunkan biaya periode berjalan dari biaya yang sebenarnya dikeluarkan.

b. Penurunan laba (*income decreasing*)

Upaya perusahaan dalam mengelola laba periode berjalan agar menjadi lebih rendah dari laba yang sebenarnya diperoleh perusahaan. Hal tersebut dilakukan dengan cara memainkan pendapatan periode berjalan agar menjadi lebih rendah atau dengan cara menaikkan biaya periode berjalan dari yang sebenarnya.

c. Perataan laba (*Income Smoothing*)

Upaya perusahaan agar laba perusahaan relatif sama dalam beberapa periode. Hal tersebut dilakukan dengan cara memainkan pendapatan dan biaya periode berjalan menjadi lebih tinggi atau lebih rendah dari pendapatan atau biaya yang sebenarnya.

2.1.6.4 Teknik Manajemen Laba

Manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000) dapat dilakukan dengan 3 teknik, yaitu:

- a. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

Manajemen mempengaruhi laba melalui perkiraan terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aset tetap atau amortisasi aset tak berwujud, estimasi biaya garansi, dan lain-lain.

- b. Mengubah metode akuntansi

Manajemen akan mempengaruhi laba yang dihasilkan perusahaan melalui perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contohnya merubah metode depresiasi aset tetap, dari metode angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

- c. Menggeser periode biaya atau pendapatan

Contoh permainan manajemen laba pada biaya atau pendapatan antara lain mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat atau menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aset tetap yang sudah tidak dipakai.

2.1.7 *Initial Public Offering (IPO)*

Penawaran umum perdana (IPO) atau *go public* merupakan alternatif sumber pendanaan suatu perusahaan melalui peningkatan ekuitas perusahaan dengan cara menawarkan saham kepada masyarakat luas. Di dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan penawaran umum menjadi suatu kegiatan penawaran saham yang dilakukan oleh emiten untuk menjual saham kepada masyarakat luas berdasarkan tata cara yang telah diatur di dalam undang-undang dan peraturan pelaksanaan. Persyaratan utama untuk melakukan IPO yaitu dengan mendapatkan pernyataan efektif dari Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam). Seluruh informasi mengenai perusahaan yang akan melakukan IPO harus disampaikan kepada Bapepam dan dokumen-dokumen perusahaan akan diperiksa.

Ada 4 alasan atau tujuan perusahaan melakukan IPO menurut Sunariyah (2001), yaitu:

a. Meningkatkan modal perusahaan

Dana yang masuk dari masyarakat ke perusahaan akan memperkuat kondisi permodalan perusahaan dan dengan kata lain akan meningkatkan kemampuan perusahaan.

b. Memungkinkan pendiri untuk melakukan diversifikasi usaha

Mengenai harga saham yang dijual, masyarakat akan menilai beberapa harga saham dan dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menambah laba dengan adanya kenaikan harga saham. Keuntungan dari

kenaikan harga saham tersebutlah yang akan digunakan perusahaan untuk melakukan diversifikasi usaha.

c. Mempermudah usaha pembelian perusahaan lain

Para pemegang saham sebelum melakukan *go public* mempunyai kesempatan untuk mencari dana dari lembaga-lembaga keuangan tanpa melepas sahamnya. Dengan pinjaman tersebut, maka dapat mengambil alih perusahaan lain (*share swap*, yaitu membeli perusahaan lain tanpa mengeluarkan uang tunai, tetapi membayar dengan saham yang terdaftar di bursa).

d. Nilai perusahaan

Go public memungkinkan manajemen maupun masyarakat mengetahui nilai perusahaan yang tercermin pada kekuatan penawaran saham. Jika perusahaan diperkirakan sebagai perusahaan yang mempunyai prospek di masa yang akan datang, maka nilai saham menjadi lebih tinggi dan sebaliknya, jika perusahaan diperkirakan sebagai perusahaan dengan kecenderungan stagnan atau bahkan kinerja di masa mendatang buruk, maka nilai saham akan menurun.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan manajemen laba dan pengungkapan kausal telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, sehingga hasil penelitian sebelumnya dan beberapa poin penting dapat digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini.

Berikut ini tabel penelitian sebelumnya mengenai manajemen laba dan pengungkapan kausal:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
1.	Sylvia Veronica N.P.S dan Yanivi S. Bachtiar (2003)	Hubungan Antara Manajemen Laba Dengan Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan	<p><i>Variabel Dependen:</i></p> <p>a. Tingkat pengungkapan</p> <p>b. Manajemen laba</p> <p><i>Variabel Independen:</i></p> <p>a. Manajemen laba</p> <p>b. Tingkat pengungkapan</p>	Perusahaan dengan tingkat pengungkapan yang rendah cenderung melakukan manajemen laba yang lebih banyak dan sebaliknya, perusahaan yang banyak melakukan manajemen laba cenderung untuk mengungkapkan informasi yang lebih sedikit.
2.	Mark Clatworthy dan Michael John Jones (2003)	Financial reporting of good news and bad news: evidence from accounting narratives	<p><i>Variabel Dependen:</i></p> <p>Laporan pemimpin (good news dan bad news)</p> <p><i>Variabel Independen:</i></p> <p>Prestasi perusahaan</p>	Perusahaan fokus pada peningkatan hasil yaitu good news daripada bad news. Penurunan hasil tidak didiskusikan dan dianalisis ataupun memberikan alasan dari hasil yang tidak baik tersebut. Perusahaan dengan hasil yang meningkat kemungkinan lebih menerapkan asertif pada atribusinya daripada perusahaan yang mengalami penurunan hasil.
3.	Julia Halim, Carmel Maiden, dan Rudolf	Pengaruh Manajemen Laba Pada Tingkat Pengungkapan	<p><i>Variabel Dependen:</i></p> <p>Manajemen laba</p> <p><i>Variabel Independen:</i></p> <p>a. Asimetri</p>	Manajemen laba berpengaruh signifikan positif pada tingkat

	Lumban Tobing (2005)	Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Termasuk Dalam Indeks LQ-45	<p>informasi</p> <ul style="list-style-type: none"> b. Kinerja masa kini c. Kinerja masa depan d. Leverage e. Ukuran perusahaan <p><i>Variabel Dependen:</i> Tingkat pengungkapan</p> <p><i>Variabel Independen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Ukuran perusahaan b. Return kumulatif c. Current ratio 	<p>pengungkapan laporan keuangan. Namun sebaliknya, tingkat pengungkapan berpengaruh signifikan negatif pada manajemen laba.</p> <p>Asimetri informasi, kinerja masa kini, kinerja masa depan, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada manajemen laba. Ukuran perusahaan dan return kumulatif berpengaruh signifikan pada tingkat pengungkapan.</p>
4.	Walter Aerts (2005)	Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcome	<p><i>Variabel Dependen:</i> Narasi laporan (director's report)</p> <p><i>Variabel Independen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Listing status b. Financial performance growth c. Company size d. Profitability e. Group structure f. Financial performance stability g. Heavy industry/ production h. Manufacturing + consumer goods i. Constructions j. Trade/ retail/ leisure k. Diversified services 	<p>Perusahaan yang terdaftar menggunakan atribusi yang lebih daripada perusahaan yang tidak terdaftar. Atribusi defensif signifikan lebih tinggi di perusahaan yang terdaftar daripada yang tidak. Banyak pola yang mendukung penjelasan dari bias <i>self-serving</i>: (1) pengaruh utama dari faktor sosial dan lingkungan, (2) signifikan lebih tinggi menyatakan taktik pada perusahaan yang terdaftar ketika</p>

			l. Real estate m. leverage	secara keseluruhan hasil keuangan menurun dijelaskan secara intuisi dalam model penjelasan informasi.
5.	Encarna Guillamon dan Beatriz Garcia (2010)	Self-serving Financial Reporting Communication: a Study of The Association between Earnings Management and Impression Management	<i>Variabel Dependen:</i> ARPR (Annual Result Press Releases) <i>Variabel Independen:</i> a. Manajemen laba aktual b. Manajemen laba impresi c. Manajemen impresi	Perusahaan yang menunjukkan manajemen laba yang lebih besar (didasarkan pada <i>discretionary accruals</i>) lebih sedikit kemungkinannya mengeluarkan di ARPR. Dan membuktikan perusahaan yang menerapkan manajemen laba lebih besar akan menunjukkan manajemen impresi yang lebih juga.
6.	Walter Aerts dan Ann Tarca (2010)	Financial performance explanations and institutional setting	<i>Variabel Dependen:</i> Self-promotional <i>Variabel Independen:</i> a. Size b. Change in leverage c. Foreign revenue d. Number of operating segment e. Market ti book ratio f. Capital intensity g. Corporate governance composite h. Big 4 auditor	Perusahaan signifikan menggunakan narasi dalam laporan tahunan. Namun terdapat kausal defensif dan asertif yang rendah di Amerika Utara dan Amerika Serikat. Dan penggunaan bahasa formal sebanyak 47,28% pada hasil di Amerika Serikat sebagai penengahnya.
7.	Walter Aerts dan Peng Cheng (2011)	Causal disclosures on earnings and earnings	<i>Variabel Dependen:</i> Pengungkapan kausal <i>Variabel Independen:</i> Manajemen laba	menemukan hubungan yang signifikan antara manajemen laba dan

		management in an IPO setting	<i>Variabel Kontrol:</i> a. Size b. Sales growth c. Profitability d. Profitability change e. Debt-to-asset f. Big 4 Auditor g. Capital Intensity h. Industry Profitability i. Industry dummy	bias atribusi di bagian Pembahasan dan Analisis IPO prospektus. Perusahaan menggunakan kedua strategi (kesan dan manajemen laba) untuk menarik dan membujuk calon investor.
8.	Bambang Surtoto (2012)	Manajemen Impresi Dalam Pembahasan Kinerja Perusahaan oleh Manajer pada Bagian Naratif Laporan Keuangan	<i>Variabel Dependen:</i> Manajemen impresi <i>Variabel Independen:</i> a. Tingkat kinerja b. Pertumbuhan kinerja c. Manajemen laba d. Tata kelola perusahaan	Membuktikan tingkat kinerja, pertumbuhan kinerja, manajemen laba, dan tata kelola perusahaan berpengaruh negatif terhadap intensitas manajemen impresi.
9.	Walter Aerts (2012)	Management's Earnings Justifications and Earnings Management under Difference Institutional Regimes	<i>Variabel Dependen:</i> Manajemen laba akrual <i>Variabel Independen:</i> Manajemen laba <i>Variabel Kontrol:</i> a. Industry dummies b. 20F filling c. Company size d. Negative EPS e. Change in profitability f. Number of segment g. Capital intensity h. Foreign revenue i. Change in leverage	Adanya hubungan antara manajemen laba akrual dengan penggunaan penjelasan hasil. Arah akrual manajemen laba memperlihatkan pengaruh yang sangat besar terhadap jenis penjelasan yang ditawarkan. Adanya hubungan yang kuat antara manajemen laba yang meningkat dan penggunaan penjelasan kausal di lingkungan yang tinggi pengawasannya dan

			<ul style="list-style-type: none"> j. Market-to-Book ratio k. Corporate governance composite l. Return volatily m. Institutional envirointment 	<p>pembalikan kondisi dari bawah dari manajemen laba yang menurun memberikan kesan bahwa perusahaan tidak sama dikaitkan dengan manajemen laba yang meningkatkan laba atau menurunkan laba.</p>
--	--	--	--	---

Sumber: Penelitian-penelitian terdahulu

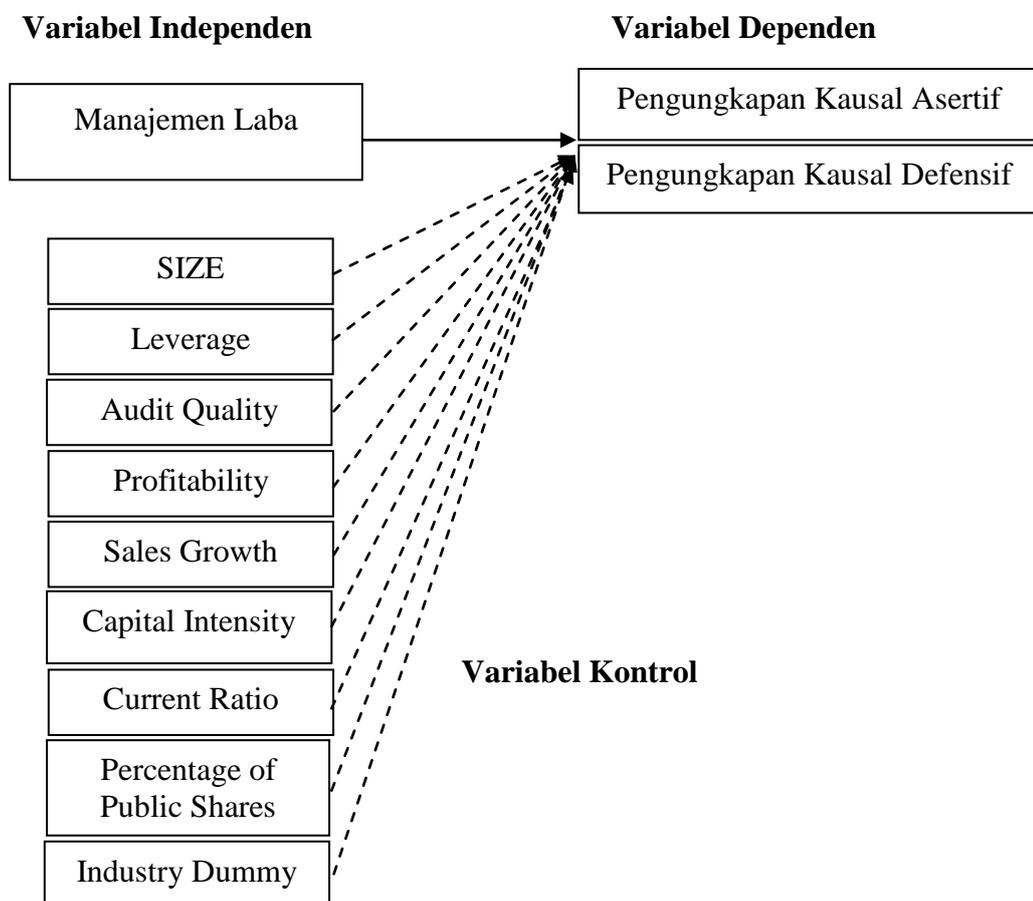
Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aerts dan Cheng (2011). Perbedaan mendasar dar penelityian sebelumnya yaitu asal negara penelitian, dan perbedaan lainnya terletak pada variabel kontrol yang digunakan yaitu Ukuran Perusahaan (*Size*), *leverage (Debt to Assets)*, Kualitas Audit (*Audit Quality*), Profitabilitas (*Profitability*), Perumbuhan Penjualan (*Sales Growth*), *Capital Instensity*, *Change in Earnings*, *Current Ratio*, persentase saham publik (*Percentage of Public Shares*), dan *Industry Dummy*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Mengacu pada penelitian sebelumnya, maka penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel kontrol. Dalam hubungannya antara manajemen laba (DAC) dengan manajemen impresi yang dapat dilihat melalui pengungkapan kausal, sebelumnya perlu memperhatikan pengaruh dari variabel-variabel kontrol yang mempengaruhi pengungkapan kausal yaitu Ukuran Perusahaan (*Size*), *leverage (Debt to Assets)*, Kualitas Audit (*Audit*

Quality), Profitabilitas (*Profitability*), Perumbuhan Penjualan (*Sales Growth*), *Capital Intensity*, *Change in Earnings*, *Current Ratio*, persentase saham publik (*Percentage of Public Shares*), dan *Industry Dummy*. .

Dari variabel-variabel tersebut dapat digambarkan hubungan penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Teori keagenan memberikan pemikiran yang kuat untuk menggambarkan perilaku manajemen. Ketika pemegang saham kurang memiliki motivasi atau kemampuan untuk memantau dan memverifikasi tindakan manajemen, maka manajemen cenderung mementingkan kepentingan mereka sendiri (Eisenhardt, 1989). Tujuan ini kemungkinan dapat dicapai dengan menggunakan berbagai strategi. Misalnya, manajer dapat menghubungkan hasil negatif terhadap penyebab lingkungan yang tidak terkendali dan hasil positif dengan tindakan maupun kegiatan mereka sendiri (Aerts, 2005). Manajer juga dapat menyembunyikan hasil negatif sepenuhnya (Abrahamson dan Amir, 1996) atau menggunakan manipulasi tematik, selektivitas, penekanan, dan teknik presentasi lainnya untuk menyajikan citra positif dari kinerja perusahaan (Clatworthy dan Jones, 2001).

Narasi dalam suatu pengungkapan dapat membangun kesesuaian dan rasionalitas melalui penggunaan argumen yang dilakukan perusahaan (Keil, 2006). Manajemen akan menghubungkan peristiwa dan hasil kinerja dengan kalimat penyebab atau alasan terjadinya. Melalui atribusi *self-serving* pada prospektus, perusahaan akan menunjukkan manajemen impresi dengan asertif yang tinggi (tingkat positif yang tinggi dalam menjelaskan pengaruh, kecenderungan yang kuat mengakui hubungan positif dari hasil laba yang terkait dan untuk menghindari penjelasan teknis akuntansi dalam menerangkan hasil positif laba yang terkait). Sementara perilaku defensif merupakan kecenderungan

untuk menyalahkan perkembangan yang negatif yang disebabkan oleh faktor eksternal (Aerts dan Cheng, 2011).

Narasi dalam praktek pengungkapan berpotensi menyesatkan terutama di laporan tahunan. Literatur sebelumnya meneliti penggunaan bahasa positif dan negatif dalam penjelasan laporan tahunan (Clatworthy dan Jones, 2003). Analisis terdiri dari kata-kata mengklasifikasikan menjadi positif dan negatif untuk menganalisis keberadaan manipulasi tematik. Praktek pengungkapan yang lain yang dapat menyesatkan yaitu dengan menggunakan informasi kualitatif melalui pengulangan informasi atau memperkuat bagian tertentu dari informasi untuk membuatnya lebih jelas bagi pembacanya (Brennan *et al*, 2009). Selain itu Aerts dan Cheng (2011) juga menemukan hubungan yang signifikan antara manajemen laba dan bias atribusi di bagian Pembahasan dan Analisis prospektus IPO. Perusahaan menggunakan kedua strategi (kesan dan manajemen laba) untuk menarik dan membujuk calon investor. Secara khusus, mereka menemukan hubungan yang kuat antara manajemen laba dan manajemen impresi. Mengingat kebijakan diperbolehkan untuk manajer dan tidak adanya pengawasan yang tinggi dalam pengungkapan.

Manajemen yang sudah mengambil keputusan melakukan manajemen laba lebih kecil kemungkinan memberikan penjelasan dalam bentuk atribusi kausal dalam pembahasan kinerjanya. Hal itu akan mengakibatkan manajer tidak dapat melakukan manajemen impresi melalui atribusi kausal yang berpola *self-serving* untuk meninggikan perannya terhadap hasil-hasil positif dan merendahkan perannya terhadap hasil-hasil negatif (Suripto, 2012).

H_1 = Manajemen laba berpengaruh terhadap pengungkapan kausal asertif.

H_2 = Manajemen laba berpengaruh terhadap pengungkapan kausal defensif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Independen

Dalam penelitian ini manajemen laba merupakan variabel independen. Manajemen laba adalah intervensi atau campur tangan manajer dalam proses penyusunan laporan keuangan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Penelitian manajemen laba akan diukur dengan menggunakan *Discretionary Accruals* dalam tahun terakhir sebelum IPO sebagai perhitungan sejauh mana manajer melakukan kebijakan untuk memanipulasi laba. Manajemen laba secara empiris dipelajari dengan menyusun kembali *Total Accrual* ke *Discretionary Accrual* dan *Non-Discretionary Accrual* dan menggunakan model regresi agregat. Dalam penelitian ini manajemen laba diproksi dengan menggunakan *performance-matched discretionary accruals* yaitu model Jones yang dimodifikasi dengan menambahkan ROA ke dalam regresi *Non-Discretionary Accruals* yang dikembangkan oleh Kothari *et al* (2005). Model ini ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Discretionary Accrual} = \text{EBXI} - \text{CFO} - \text{Non-Discretionary Accrual}$$

$$\frac{TAC_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \alpha_0 \left(\frac{1}{TA_{i,t-1}} \right) + \alpha_1 \left(\frac{\Delta SALES_{i,t} - \Delta TR_{j,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{PPE}{TA_{i,t-1}} \right) + \alpha_3 ROA_{i,t} + \xi_{i,t}$$

$$NTAC_{i,t} = \alpha_0 \left(\frac{1}{TA_{i,t-1}} \right) + \alpha_1 \left(\frac{\Delta SALES_{i,t} - \Delta TR_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{PPE}{TA_{i,t-1}} \right) + \alpha_3 ROA_{i,t}$$

$$DAC_{i,t} = \left(\frac{TAC_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) - NTAC_{i,t}$$

Keterangan :

EBXI : *Earnings Before Extraordinary Item* perusahaan

CFO : *Cash Flows Operating* perusahaan

TAC_{j,t} : *Total Accrual* perusahaan i pada tahun t

ΔSALES : Perubahan pendapatan penjualan perusahaan dari i

ΔTR : Perubahan piutang dagang perusahaan i

PPE : Nilai aktiva tetap perusahaan i

TA : Total aset awal

ROA : Skala EBXI oleh total aset awal

NTAC_{i,t} : Skala *Non-Discretionary Accrual* perusahaan i pada tahun t

DAC_{i,t} : *Discretionary Accrual* perusahaan i pada tahun t

3.1.2 Variabel Dependen

3.1.2.1 Content Analysis dari Prospektus IPO

Penelitian ini menggunakan *content analysis* untuk menentukan nilai pengungkapan kausal dalam prospektus IPO. *Content analysis* dilakukan dengan membaca prospektus setiap perusahaan sampel. *Content analysis* dalam penelitian

ini terbatas pada atribusi pernyataan (Lampiran A). Atribusi pernyataan dapat didefinisikan sebagai sebuah frase atau kalimat yang menerangkan hasil dari kegiatan atau prestasi perusahaan yang dihubungkan dengan alasan atau sebab untuk hasil yang ditunjukkannya tersebut. Setiap hubungan kalimat akibat diperlakukan sebagai kalimat atribusi yang terpisah, ketika terdapat di dalam suatu frase dengan beberapa kalimat yang berhubungan dengan penjelasan pengaruh suatu kegiatan atau peristiwa. Asertif merupakan bagian dari atribusi *self-serving* yang memiliki kecenderungan untuk menjelaskan hasil positif dari lebih ke faktor internal daripada faktor eksternal, diukur dengan menjumlahkan narasi hasil positif oleh faktor internal dikurangi jumlah dari narasi hasil positif di luar faktor eksternal. Sedangkan defensif sebagai kecenderungan untuk menjelaskan hasil negatif dari faktor eksternal lebih daripada faktor internal, diukur dengan menjumlahkan narasi hasil negatif dengan faktor eksternal dikurangi dengan jumlah dari narasi hasil negatif faktor internal (Aerts, 2005).

3.1.2.2 Coded Dimensions of Explained Effects

Explained effects dikodekan menurut 5 karakteristik (Lampiran C). masing-masing karakteristik memiliki elemen yang dibedakan sebagai berikut:

- a. *Nature* : pendapatan bersih, marjin
- b. *Valence* : positif, negatif, netral (dari sudut pandang investor)
- c. *Time orientation* : masa kini, masa sekarang, masa mendatang
- d. *Qualification* : kuantitatif (jumlah mutlak atau prosentase) atau kualitatif (narasi)

- e. *Analytical level* : Divisi/lini produk/segmen dibandingkan dengan laporan perusahaan.

3.1.2.3 Coded Dimensions of Explanatory Factors

Explanatory Factors dikodekan menurut 5 karakteristik (Lampiran C). karakteristik tersebut dikodekan sebagai berikut;

- a. *Explicitness of the antecedent-consequence relationship*: eksplisit dikarakteristikan dengan penggunaan konjungsi sebab-akibat atau frase penghubung sebab-akibat (karena, disebabkan oleh, diakibatkan oleh, sebagai hasil dari..., dll) atau implisit, dikatakan implisit ketika terdapat suatu “catatan” dalam kalimat sebab-akibat yang dapat dijadikan alasan yang meghubungkan satu sama lain.
- b. *Direction of influence of the antecedent-consequence relatonship*: sama atau bertentangan (meskipun, namun,...)
- c. *Time orientation of the explanatory factor*: masa kini, masa sekarang, masa mendatang (mengacu pada periode akuntansi terbaru)
- d. *Nature of the antecedent-consuquence*: kausal atau teknis akuntansi
- e. *Qualification of the explanatory factor*: kuantitatif atau kualitatif
- f. *Locus of causality*: sumber kausalitas dapat berasal dari internal perusahaan (keputusan manajemen, faktor dari divisi, lini produk, perorangan, atau lainnya) atau dari eksternal perusahaan (industri, lingkungan ekonomi yang lebih besar, atau yang lainnya).

3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol didefinisikan sebagai variabel yang faktornya dikontrol oleh peneliti untuk menetralisasi pengaruhnya. Jika tidak dikontrol, maka variabel tersebut akan mempengaruhi gejala yang sedang diteliti. Variabel ini berguna untuk menghindari bias dalam hasil penelitian.

Penelitian ini menyelidiki faktor-faktor penentu pengungkapan kausal, sebagai berikut:

a. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan adalah faktor penting dalam pengungkapan perusahaan. Hasil terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara size dengan pengungkapan perusahaan. Menurut Almilia (2008) terdapat beberapa argumentasi yang mendasar hubungan size dengan pengungkapan, yaitu:

1. Perusahaan besar memiliki insentif untuk menyajikan pengungkapan karena perusahaan besar dihadapkan pada biaya dan tekanan politik yang lebih tinggi dibanding perusahaan kecil.
2. Perusahaan kecil cenderung untuk menyembunyikan informasi penting dikarenakan *competitive disadvantage*.

Ukuran perusahaan diukur dari Ln total aset perusahaan.

b. *Leverage*

Leverage menunjukkan besaran ekuitas yang tersedia untuk memberikan jaminan terhadap utang. Semakin besar *leverage* menunjukkan besarnya risiko dalam pembayaran utang perusahaan, sehingga akan semakin sempit dalam mengungkapkan laporan keuangan. Sebaliknya, semakin kecil

leverage menunjukkan rendahnya tingkat utang perusahaan, maka akan semakin luas dalam pengungkapan laporan keuangan.

Leverage diukur dengan menggunakan rasio total utang tahun t terhadap total ekuitas tahun t .

c. Kualitas Audit (*Audit Quality*)

Variabel ini menggunakan variabel dummy, yaitu dengan menggunakan skala 1 untuk auditor big 4 dan skala 0 untuk auditor non-big 4. 4 auditor tersebut yaitu Deloitte Touche Tohmatsu (KAP Osman Bing Satrio dan Rekan), PwC (KAP Haryanto Sahari dan kemudian berganti KAP Tanudiredja, Wibisono & Rekan), Ernst & Young (KAP Purwanto, Sarwoko, Sandjaja yang kemudian menjadi KAP Purwanto, Sarwoko, Surja), dan KPMG (KAP Siddharta, Widjaya).

d. Profitabilitas (*Profitability*)

Profitabilitas bertujuan untuk mengukur efisiensi aktivitas perusahaan dan mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan tersebut, pengelola perusahaan harus mampu bekerja secara efisien serta kinerja perusahaan harus senantiasa ditingkatkan untuk mengukur profitabilitas maka akan semakin luas pengungkapan laporan keuangan.

Profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA. Adapun rumus ROA sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

e. *Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)*

Menurut Deitiana (2011), pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka mencerminkan pendapatan yang meningkat sehingga pengungkapan semakin luas.

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}}$$

f. *Capital Intensity*

Capital intensity mencerminkan seberapa besar modal yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan (Haryadi, 2012). Dalam melakukan investasi perusahaan harus selalu memperhatikan peluang dan prospek perusahaan dalam merebut pasar. Dalam penelitian ini *capital intensity* didefinisikan sebagai rasio antara *fixed asset* terhadap *total asset*.

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{fixed asset}}{\text{Total asset}}$$

g. *Current Ratio*

Rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan yang cenderung melakukan hal ini akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan

tersebut kredibel. *Current Ratio* diukur dengan menggunakan aset lancar dengan utang lancar.

h. *Persentase Saham Publik (Percentage of Public Shares)*

Variabel ini menunjukkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat. Persentase saham publik ini dihitung dengan cara membandingkan antara jumlah saham yang dimiliki masyarakat (publik) dengan total saham perusahaan. Saham yang ditawarkan kepada publik menunjukkan besarnya *private information* yang harus diungkapkan manajemen kepada publik. Semakin besar prosentase saham yang ditawarkan kepada publik, maka semakin besar pula informasi internal yang harus diungkapkan, sehingga kemungkinan dapat mengurangi terjadinya manajemen laba.

i. *Industry Dummy*

Industry Dummy diukur dengan memberikan nilai 1 pada industri dengan *hi-tech IT* dan *energy*, dan nilai 0 untuk perusahaan yang sebaliknya.

3.2 Penentuan Sampel

Penelitian ini didesain untuk melihat pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan kausal yang dilakukan perusahaan non-keuangan *go public*. Berdasarkan dimensi waktu penelitian ini bersifat *times series* karena selain mengambil sampel berdasarkan runtutan waktu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang *go public* di BEI tahun 2008-2011. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah

purposive sampling dimana pengambilan sampel perusahaan dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Seluruh perusahaan non-keuangan yang *go public* di BEI tahun 2008-2011 dan terdaftar di Bloomberg, perusahaan keuangan tidak disertakan dalam pengambilan sampel karena akrual yang digunakan pada laporan keuangan perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda sehingga penggunaan *Performance-Matched Discretionary Accruals Model* dalam menentukan *discretionary accruals* menjadi tidak relevan,
- b. Data laporan keuangan perusahaan tersedia berturut-turut untuk tahun pelaporan selama 1 tahun sebelum IPO dan 2 tahun sebelum IPO yang dinyatakan dalam rupiah (Rp),
- c. Perusahaan sampel tersebut mempublikasikan laporan keuangan auditor dengan menggunakan tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember,
- d. Data yang tersedia lengkap, baik data yang diperlukan untuk menghitung manajemen laba maupun data yang digunakan untuk menganalisis pengungkapan kausal.

3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang tidak dikumpulkan sendiri oleh peneliti misalnya data dari Biro Pusat Statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Data penelitian ini berupa prospektus IPO yang diterbitkan oleh perusahaan non-keuangan yang *go public* dan dipublikasikan oleh Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) yang

terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2011 dan terdaftar di Bloomberg.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Dalam metode ini, data yang diperlukan dikumpulkan dan dicatat, sedangkan mengenai studi pustaka diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu dan ditunjang dengan literatur-literatur lain. Data pengungkapan kausal dan manajemen laba diperoleh melalui data prospektus IPO yang diperoleh dari pojok BEI Universitas Diponegoro. Periode pengumpulan data 2008-2011 dari *website* Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan *website* Bloomberg www.bloomberg.com.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran sampel penelitian yang dapat diketahui dengan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2011).

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana skor/nilai/ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran atau pengamatan yang

ingin diukur. Uji ini dilakukan dengan mengukur korelasi antara variabel/item dengan total skor variabel. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor.

Menurut Suliyanto (2005), pada prinsipnya analisis faktor digunakan untuk mengelompokkan beberapa variabel yang memiliki kemiripan untuk dijadikan satu faktor, sehingga dimungkinkan dari beberapa atribut yang mempengaruhi suatu komponen variabel dapat diringkas menjadi beberapa faktor utama yang jumlahnya lebih sedikit.

Tujuan analisis faktor adalah mencari seminimal mungkin faktor dengan prinsip kesederhanaan atau parsimoni (*parsimony*) yang mampu menghasilkan korelasi diantara indikator-indikator yang diobservasi (Widarjono, 2010). Metode KMO mengukur homogenitas indikator. Metode KMO ini tidak memerlukan uji statistikal, tetapi ada petunjuk yang bisa digunakan untuk melihat homogenitas indikator sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Ukuran KMO

No.	Ukuran KMO	Rekomendasi
1.	$\geq 0,9$	Sangat baik (<i>Marvelous</i>)
2.	0,80 – 0,89	Berguna (<i>Meritorious</i>)
3.	0,70 – 0,79	Biasa (<i>Middling</i>)
4.	0,60 – 0,69	Cukup (<i>Mediocre</i>)
5.	0,50 – 0,59	Buruk (<i>Miserable</i>)
6.	$\leq 0,49$	Tidak diterima (<i>Unacceptable</i>)

Jika nilai KMO MSA $\geq 0,5$ maka indikator tersebut layak digunakan untuk analisis faktor dan uji analisis faktor dapat dilanjutkan, sebaliknya jika nilai KMO MSA $< 0,5$ maka indikator tersebut tidak layak.

Penelitian ini menggunakan varimax yang merupakan metode rotasi orthogonal untuk meminimalisasi jumlah indikator yang mempunyai *factor loading* tinggi pada tiap faktor. Dengan metode rotasi varimax kemungkinan terciptanya struktur dimana setiap variabel memiliki bobot faktor yang besarnya mencolok hanya pada satu faktor saja, sehingga interpretasi atas faktor-faktor menjadi mudah karena sudah ada acuan tertentu yang digunakan menjadi dasar. Penentuan variabel manifest yang membentuk variabel laten mensyaratkan bobot faktor harus lebih dari 0,5.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil analisis data yang memenuhi syarat pengujian, maka dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik regresi yang baik (BLUE = *Blue Linier Unbiased Estimate*). Model regresi dikatakan BLUE apabila tidak terdapat Autokorelasi, Multikolinieritas, Heterodeksitas, dan Normalitas. Berikut ini penjelasan mengenai uji asumsi klasik (Ghozali, 2011):

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi tersebut dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk sampel dengan jumlah yang kecil (Ghozali, 2011).

Untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) (Ghozali, 2011).

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 = data residual berdistribusi normal.

H_A = data residual tidak berdistribusi normal.

Suatu regresi yang memiliki distribusi data residual normal apabila hasil dari uji K-S memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.5.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Ghozali,2011). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dengan melihat nilai tolerance dan lawannya nilai variance inflation factor (VIF). Suatu model regresi yang terdapat multikolonieritas apabila nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap,

maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan metode grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*unstandartized*.

3.5.3.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelum t ($t-1$). Uji ini menggunakan metode Durbin-Watson yang hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan hanya mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2011).

Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.2 Keputusan Autokorelasi

Hipotesa Nol	Keputusan	Kriteria
Ada Autokorelasi Positif	Tolak	$0 < \text{nilai DW} < dl$
Tidak ada Autokorelasi Positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq \text{nilai DW} \leq du$
Tidak ada Autokorelasi	Jangan tolak	$du < \text{nilai DW} < 4-du$
Tidak ada Autokorelasi Negatif	Tidak ada keputusan	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Ada Autokorelasi Negatif	Tolak	$4-dl < \text{nilai DW} < 4$

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan kausal yang diprediksikan dipengaruhi oleh variabel independen yaitu manajemen laba. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Model 1 Asertif} = \beta_0 + \beta_1 \text{DAC} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{Debt} + \beta_4 \text{Audit} + \beta_5 \text{Profit} + \beta_6 \text{Growth} + \beta_7 \text{Capital} + \beta_8 \text{CR} + \beta_9 \text{Pros} + \beta_{10} \text{Dummy} + e$$

$$\text{Model 2 Defensif} = \beta_0 + \beta_1 \text{DAC} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{Debt} + \beta_4 \text{Audit} + \beta_5 \text{Profit} + \beta_6 \text{Growth} + \beta_7 \text{Capital} + \beta_8 \text{CR} + \beta_9 \text{Pros} + \beta_{10} \text{Dummy} + e$$

Keterangan:

Asertif = Selisih antara Asertif Internal dikurangi Asertif Eksternal

Defensif = Selisih antara Defensif Eksternal dikurangi Defensif Internal

β_0	= <i>Intercept</i>
β_n	= Koefisien (n= 1,2,3,4,...k)
DAC	= <i>Discretionary Accruals</i>
Size	= Ukuran Perusahaan
Debt	= Leverage
Audit	= Kualitas Audit
Profit	= Profitabilitas
Growth	= <i>Sales Growth</i> (Pertumbuhan Penjualan)
Capital	= <i>Capital Intensity</i>
CR	= <i>Current Ratio</i>
Pros	= Prosentase Saham
Dummy	= <i>Hi-tech IT</i> dan <i>Energy</i>
e	= kesalahan pengganggu

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepastian yang paling baik dalam analisis regresi yang dinyatakan dengan koefisien determinasi majemuk (R^2). $R^2 = 1$ berarti variabel independent berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Uji Statistik F

Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap F hitung kemudian membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 yang menyatakan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, ditolak. Ini berarti secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti secara simultan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

3.5.4.4 Uji Statistik t

Uji t adalah pengujian secara statistik untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila t hitung $>$ t tabel dan tingkat signifikansi (α) $<$ 0,05 maka H_0 yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen ditolak. Ini berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila t hitung $<$ t tabel dan tingkat signifikansi (α) $>$ 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6 Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Analisis tabulasi silang ini, pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *crosstab* adalah data berskala nominal atau kategori. Analisis ini merupakan salah satu analisis korelasional yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel. Sehingga analisa tabulasi silang ini dapat digunakan untuk menganalisa lebih dari dua variabel (Ghazali, 2011). *Crosstab* pada penelitian ini menggunakan metode uji Chi-Squares yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar baris dan kolom.