

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, *LEVERAGE*
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PRAKTIK MANAJEMEN LABA**
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
di BEI tahun 2011-2013)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

VANIAN YAMADITYA
NIM. 12030110141146

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Vanian Yamaditya
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141146
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH ASIMETRI INFORMASI,
LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN LABA
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI
TAHUN 2011-2013)**
Dosen Pembimbing : Dr. H. Raharja, M.Si., Akt.

Semarang, 18 September 2014

Dosen Pembimbing



(Dr. H. Raharja, M.Si., Akt.)
NIP. 19491114 198001 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

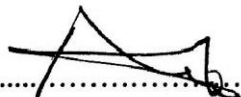
Nama Penyusun : Vanian Yamaditya
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141146
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH ASIMETRI INFORMASI,
LEVERAGE, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTIK
MANAJEMEN LABA
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDFATAR DI BEI
TAHUN 2011-2013)**


Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 29 September 2014

Tim Penguji

1. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt

(..........)

2. Dr. Darsono, SE., MBA., Akt

(..........)

3. Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, Macc, Akt

(..........)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Vanian Yamaditya, menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh Asimetri Informasi, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2011-2013), 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, tiru, 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 sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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 September 2014

Yang membuat pernyataan,

(Vanian Yamaditya)

NIM: 12030110141146

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap.

(Q.S Alam Nasyrak: 6-8)

Hadapilah sesuatu dengan tegar, dan jalan terbentang luas untuk orang yang mau maju dan berjuang demi mengharapkan masa depan yang cerah

-Bapak-

Skripsi ini saya persembahkan untuk Bapak dan Ibuku tercinta dengan rasa cinta dan kasih sayang dan senantiasa selalu memberiku semangat dan dorongan serta doa. Kepada kakakku satu-satunya yang tak pernah lupa selalu memotivasi saya, dan teman-temanku semua yang telah memberikan semangat kepada saya serta terimakasih atas kekeluargaan yang kita bentuk selama ini.

ABSTRACT

Earnings managements is a phenomenon that is influenced by various factors. Among them are such as information asymmetry, firm size and leverage. In Indonesia alone there are already cases of earnings management from several years ago. This study aims to investigate the influence of information asymmetry, leverage, and firm size on earnings management practices in manufacturing companies listed on the Stock Exchange.

This study took populations companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2011-2013. The sampling technique used was purposive sampling method. The method of analysis used in this study using multiple linear regression analysis to examine the effect of information asymmetry, leverage, and firm size on earnings management practices. The variables used in this study is the asymmetry of information, leverage, and firm size as an independent variable; earnings management practices as the dependent variable.

The results showed that the asymmetry of information and firm size has positive influence on earnings management practices, but leverage has no effect on earnings management practices.

Keywords: Information Asymmetry, Firm Size, Financial Reports, Earning Managements, Leverage, Purposive Sampling

ABSTRAK

Manajemen Laba merupakan suatu fenomena yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Diantaranya adalah seperti asimetri informasi, ukuran perusahaan dan *leverage*. Di Indonesia sendiri kasus manajemen laba sudah ada dari beberapa tahun yang lalu. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Asimetri Informasi, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini mengambil populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh asimetri informasi, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap praktik manajemen laba. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah asimetri informasi, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen; praktik manajemen laba sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa asimetri informasi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba, tetapi *leverage* tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Kata Kunci : Asimetri Informasi, Manajemen Laba, Laporan Keuangan, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Purposive Sampling*.

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN LABA (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013)** dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi 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 terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univeritas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr. M. Syafruddin, M.Si., Akt , selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dr.H. Raharja, M.Si.. Akt. , selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing, memberikan motivasi semangat dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Hj. Zulaikha, M.Si., Akt. Selaku dosen wali penulis yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dan teman-teman angkatan 2010.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, khususnya jurusan Akuntansi atas bimbingan dan pengajaran yang diberikan dalam masa studi penulis.
6. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro yang kian kooperatif dalam urusan administrasi dan perizinan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi.

7. Orang Tua tercinta, Bapakku Supriyadi dan Ibuku Agustina Setyoningsih terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan, bimbingan, motivasi dan doa-doa yang selalu mengiringi setiap jejak langkah penulis. Serta kakakku satu-satunya Dista Aditya Putra yang selalu memberikan dukungan bagi penulis.
8. Saudara sepupu Litha dan Wilda dan keluarga besar Sardjono yang telah membantu penulis dengan memberikan motivasi dan doa-doa yang selalu mengiringi setiap jejak langkah penulis.
9. Teman-teman penulis: Bunga, Adi Putra, Adhi Perdana, Janet, Mayang, Samuel, Roby, Dicko, Kemal, Kahfi, Dias, , Mala, Riana, Alvin, Vino, Kolis, Margi, Danis, Ica, Wahyu, Dewi, Claudia, Christa, Vyra, Galih, Raha, Waskito, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan serta kebersamaannya.
10. Teman-teman jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro angkatan 2010, khususnya Akuntansi Reguler II terimakasih atas kebersamaannya selama penulis menempuh pendidikan.
11. Teman-teman KKN: Mbah Hisyam, Bang Heri, Mas Rudi, Vian, Nyosi, Sherly, Ema, Iyun, Mba Yanti. Terimakasih atas dukungannya dan kebersamaannya selama melaksanakan kegiatan KKN.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan tulus memberikan motivasi dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 18 September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Agensi.....	12
2.1.2 Manajemen Laba.....	15
2.1.3 <i>Leverage</i>	21
2.1.4 Ukuran Perusahaan.....	22
2.1.5 Asimetri Informasi	23
2.1.6 Teori Bid Ask Spread.....	26

2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis	34
2.4.1 Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Praktik Manajemen Laba.....	34
2.4.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Praktik Manajemen Laba.....	35
2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>) terhadap Praktik Manajemen Laba	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Dependen.....	38
3.1.2 Variabel Independen	40
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5 Metode Analisis Data.....	45
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	45
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	45
3.5.2.3 Uji Heterokdesitas	46
3.5.2.4 Uji Autokolerasi	46
3.5.3 Uji Hipotesis	47
3.5.3.1 Model Analisis	47
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi.....	48
3.5.3.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	49
3.5.3.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Penelitian	51

4.2 Analisis Data	51
4.2.1 Statistik Deskriptif	51
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	53
4.2.2.1 Uji Normalitas	53
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	57
4.2.2.3 Uji Heteroskedasitas	58
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	59
4.2.3 Model Regresi	60
4.2.4 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	62
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi	63
4.2.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	64
4.2.7 Uji Hipotesis	65
4.3 Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Keterbatasan	71
5.3 Saran	71
Daftar Pustaka	73
Lampiran-Lampiran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.2 Identifikasi Outlier	54
Tabel 4.3 Identifikasi Outlier Kedua.....	54
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.6 Uji Heteroskedasitas	59
Tabel 4.7 Uji Autokolerasi.....	60
Tabel 4.8 Model Penelitian	61
Tabel 4.9 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	62
Tabel 4.10 Koefisien Determinan	63
Tabel 4.11 Uji Signfikansi Parameter Individual (Uji t).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Uji Normalitas-Grafik Normal Plot.....	56
Gambar 4.2 Scatter Plott	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar Nama Perusahaan Sampel Penelitian	78
Lampiran B Hasil Tabulasi	80
Lampiran C Hasil Pengolahan SPSS	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak hal yang perlu dipertimbangkan oleh para pihak eksternal perusahaan seperti investor, kreditor, dll dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan sahamnya (investasi) atau meminjamkan dana ke suatu entitas. Salah satunya adalah memahami laporan keuangan perusahaan objek investasi. Laporan keuangan merupakan hasil dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi keuangan kepada pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan (Desmiyawati, dkk, 2009). Informasi dalam laporan keuangan dapat membantu pemilik atau pihak lain seperti kreditor dan investor untuk menilai kekuatan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa mendatang. Maka dari itu pihak manajemen cenderung melakukan berbagai tindakan agar dapat menghasilkan laporan keuangan terbaik kepada pemilik perusahaan. Laporan keuangan perusahaan diharapkan dapat memberi informasi bagi calon investor dan calon kreditor guna mengambil keputusan yang terkait dengan dana investasi mereka (Setiawati, 2002).

Laba merupakan salah satu komponen yang penting dalam laporan keuangan dimana laba digunakan untuk mengukur peningkatan atau kinerja suatu perusahaan. Prinsip Akuntansi Berterima Umum memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen untuk pemilihan metode atau kebijakan akuntansi dalam melaporkan laba

selama tidak menyimpang Standar Akuntansi Keuangan, namun dengan penguasaan yang lebih dan fleksibilitas yang diberikan oleh pemilik perusahaan menjadikan seorang manajer mendapatkan peluang melakukan praktik pengelolaan laba untuk tujuan tertentu yang dikenal dengan istilah manajemen laba (*earning management*).

Kasus praktik manajemen laba di Indonesia sendiri sudah ada dari beberapa tahun yang lalu, seperti kasus praktik manajemen laba yang terjadi pada PT. Kimia Farma Tbk yang melakukan manipulasi laporan keuangan, kemudian PT. Lippo Tbk dimana perusahaan tersebut telah menerbitkan laporan keuangan berbeda secara 3 versi dan perusahaan Indomobil yang melakukan praktik usaha tidak sehat yang dilakukan pemegang tender (Boediono, 2005).

Praktik manajemen laba (*earnings management*) secara umum didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan suatu tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sulistyanto, 2008). Sedangkan Manajemen laba menurut Scott (2009:403) adalah “*the choice by a manager of accounting policies so as to achieve some specific objective*. Yang artinya adalah manajemen laba merupakan keputusan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi tertentu yang dianggap bisa mencapai tujuan yang diinginkan, baik itu untuk meningkatkan laba atau mengurangi kerugian yang dilaporkan.

Tindakan manajemen laba terjadi karena pihak manajemen sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan pemilik perusahaan. Dengan

pengetahuan informasi tersebut terkadang *agent* menyampaikan informasi kepada pemilik tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sesungguhnya, maka dari itu *agent* mendapatkan peluang untuk melakukan praktik manajemen laba demi memaksimalkan utilitasnya. Adanya fenomena manajemen laba tersebut dapat mengakibatkan pengungkapan yang menyesatkan, sehingga akan mengakibatkan terjadinya kesalahan pengambilan keputusan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, khususnya pihak eksternal (Jatiningrum, 2000).

Tujuan yang akan dicapai oleh manajemen melalui manajemen laba meliputi: mendapatkan bonus dan kompensasi lainnya, mempengaruhi keputusan pelaku pasar modal, menghindari pelanggaran perjanjian hutang, dan menghindari biaya politik, Watt-Zimmerman (1986) dalam Saiful (2002).

Suranta dan Medistuti (2004) juga mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki nilai pasar yang tinggi akan cenderung untuk melakukan praktik manajemen laba, hal tersebut dikarenakan suatu perusahaan akan cenderung menjaga konsistensi labanya agar nilai pasar perusahaannya tetap tinggi sehingga dapat lebih menarik arus sumber daya kedalam perusahaannya. Beberapa pihak yang dirugikan oleh praktik manajemen laba antara lain calon investor, kreditur, suplier, regulator, dan stakeholder lainnya. Pengukuran manajemen laba dilakukan dengan menggunakan *proxy Discretionary Accrual (DA)* dan dihitung dengan *The Modified Jones Model*. *Discretionary Accrual* adalah komponen akrual yang terdapat dalam kebijakan manajer, artinya manajer dapat memberikan intervensi dalam laporan keuangan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Rahmawati, dkk (2006) hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*). Wewenang dan tanggung jawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama. Pembahasan mengenai manajemen laba berkaitan dengan teori agensi, dimana dalam teori agensi menyatakan adanya praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*) dimana mereka saling mengedepankan kepentingan masing-masing demi memaksimalkan utilitasnya.

Informasi dalam suatu perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, sehingga dibutuhkan oleh pemilik atau *principal*. Oleh sebab itu pihak manajemen atau *agent* harus menyampaikan informasi tersebut secara transparan. Tetapi sering banyak terjadi dimana pihak manajemen (*agent*) dalam menyampaikan informasi kepada *principal* tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan cenderung memanipulasi informasi tersebut. Sehingga informasi yang diperoleh *principal* dapat bersifat menyesatkan. Hal ini dilakukan oleh *agent* karena *Principal* memberikan kewenangan dan otoritas kepada *agent* untuk menjalankan perusahaan demi kepentingan *principal*. Sehingga manajer selaku *agent* mengetahui informasi internal lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan dengan *principal* (Rahmawati, dkk 2006). Manajer beranggapan bahwa apabila dia meningkatkan kinerjanya dengan cara melakukan tindakan tersebut maka *principal* akan memberikan bonus kepada *agent*. Informasi yang luas mengenai kondisi perusahaan yang dimiliki oleh *agent* dan informasi minim yang diterima oleh *principal* disebut asimetri informasi. Sehingga

memberikan kesempatan kepada *agent* untuk melakukan tindakan praktik manajemen laba.

Kondisi seperti ini merupakan masalah agensi yang sering terjadi dalam beberapa perusahaan yang ada di dunia. Asimetri informasi yang terjadi antara *agent* dan *principal* ini dapat menimbulkan suatu peluang kepada *agent* untuk melakukan praktik manajemen laba di perusahaan, karena dengan adanya informasi yang dimiliki oleh *agent* lebih banyak daripada *principal* maka *agent* dengan mudah dapat memanipulasi informasi yang ada di perusahaan. Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai hubungan asimetri informasi dengan praktik manajemen laba. Salah satunya penelitian Richardson (1998) dalam Desmiwiyati, dkk (2009). Menyatakan terdapat hubungan positif antara asimetri informasi dengan manajemen laba. Jadi ketika asimetri informasi tinggi, stakeholders tidak memiliki sumber daya yang cukup, insentif atau akses informasi yang relevan untuk memonitor tindakan manajemen. Hal ini akan memberikan peluang kepada manajer untuk melakukan pengelolaan laba. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati, dkk (2006) dan Muliati (2011) meneliti pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan di BEI yang menghasilkan bahwa asimetri informasi mempunyai hubungan signifikan positif terhadap praktik manajemen laba.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang terdapat pada laporan keuangan yang dapat mengetahui seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal, atau dapat juga menunjukkan beberapa bagian aktiva yang digunakan untuk menjamin hutang (Nugroho, 2011).

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 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. Hutang yang dipinjamnya dapat efisien dan efektif apabila perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya sehingga perputarannya akan normal. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba seperti pada penelitian Agustia (2013) dan Wardani, dkk (2011). Sedangkan hasil penelitian Subhan (2011) dan Nugroho (2011) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu, *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel yang mempunyai hubungan dengan manajemen laba. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, nilai pasar saham (Azlina, 2010). Menurut Agustia (2013) Perusahaan besar cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang. Motivasi untuk mendapatkan dana tersebut akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba, sehingga dengan pelaporan laba yang tinggi maka calon investor maupun

kreditur akan tertarik untuk menanamkan dananya. Penelitian yang dilakukan Halim dkk (2005) dan Azlina (2010) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Veronica dan Utama (2005) dan Sulistiyawati (2013) bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang negatif terhadap praktik manajemen laba.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu maka perlu dilakukan penelitian mengenai hubungan asimetri informasi, *leverage*, dan ukuran perusahaan, terhadap praktik manajemen laba. Dimana variabelnya adalah asimetri informasi, ukuran perusahaan, *leverage* dan praktik manajemen laba. Untuk membuktikan masalah yang muncul, sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Alasan peneliti memilih sampel untuk menggunakan perusahaan manufaktur adalah, banyak penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan perusahaan perbankan dalam penelitian yang hampir serupa dan peneliti ingin membuktikan apakah mempunyai hasil yang berbeda dengan perusahaan manufaktur. Selain itu perusahaan manufaktur merupakan taraf perusahaan yang besar dan sangat berpengaruh dalam perkembangan perekonomian Negara dan komponen laba dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur disajikan secara detail. Persaingan perusahaan manufaktur juga semakin meningkat, dengan demikian kemungkinan untuk melakukan aktivitas manajemen laba sangat besar. Maka dari itu peneliti memilih sampel perusahaan manufaktur yang ada di BEI. Judul yang sesuai dengan

penelitian ini adalah “**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN LABA**” (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah asimetri informasi berpengaruh terhadap praktik manajemen laba?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktik manajemen laba?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap praktik manajemen laba?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh asimetri informasi, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap praktik manajemen laba.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan untuk pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi.
- b. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi penelitian terdahulu sekaligus sumber referensi dan informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan asimetri informasi dan manajemen laba.

2. Manfaat Praktis

- a. Perusahaan
Diharapkan dapat dijadikan acuan para praktisi untuk lebih berhati-hati kepada para manajernya agar melakukan tindakan pengawasan yang lebih ketat dalam menyusun laporan keuangan sehingga dapat mempertahankan relevansi nilai akuntansi.
- b. Investor dan Calon Investor
Diharapkan dapat dijadikan acuan para investor dan calon investor serta pelaku pasar lainnya dalam memandang laba perusahaan yang diumumkan sebagai tolok ukur untuk pengambilan keputusan yang tepat, baik keputusan investasi, kredit, maupun yang lain.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap isi dari penelitian ini, maka penulisan ini dibagi ke dalam lima bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi bagaimana latar belakang masalah yang terjadi sehingga diangkat menjadi objek penelitian. Dari latar belakang masalah tersebut dirumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti, tujuan dan manfaat dari penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Telaah Pustaka, membahas tentang landasan teori yang mendukung perumusan hipotesis dan dalam menganalisis hasil penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis sebagai pernyataan akurat yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian, membahas variabel penelitian, definisi optimal yang dapat memberikan deskripsi tentang variable-variabel yang dapat digunakan dalam penelitian, populasi yang berisi kumpulan dari keseluruhan elemen yang menjadi pusat objek penelitian serta sampel penelitian, jenis dan sumber data mendeskripsikan tentang jenis data dari variabel penelitian serta darimana data tersebut diperoleh, metode pengumpulan data dan menjelaskan prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, metode analisis yang berisi instrument penelitian yang digunakan dalam melakukan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, berisi gambaran umum objek penelitian, serta membahas tentang objek dan variabel yang berkaitan dengan penelitian, analisis data

yang bertujuan untuk menyederhanakan data agar mudah dibaca oleh pihak lain, serta pembahasan hasil penelitian yang menguraikan implikasi dari hasil analisis data.

Bab V Penutup, berisi hasil evaluasi yang dirangkum menjadi suatu kesimpulan dari pembahasan pada bab sebelumnya, serta keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori Agensi menggambarkan suatu perusahaan dengan suatu titik temu antara pemilik perusahaan atau *principal* dengan manajer atau *agent* yang memiliki hubungan kontraktual. Menurut Jensen dan Meckling dalam Rahmawati, dkk (2006) menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*). Wewenang dan tanggung jawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Teori agensi adalah pengembangan dari suatu teori yang mempelajari suatu desain kontrak dimana para *agent* bekerja atau bertugas atas nama *principal* ketika keinginan atau tujuan mereka bertolak belakang maka akan terjadi suatu konflik (Scott, 2006). Menurut Anthony dan Govindarajan (1995) dalam Widyaningdyah (2001) menyatakan bahwa konsep *agency theory* adalah hubungan atau kontrak yang terjadi antara *principal* dan *agent*. *Principal* mempekerjakan *agent* untuk kepentingan *principal*, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari *principal* kepada *agent*. Pada perusahaan yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai *principal*, dan CEO sebagai *agent* mereka untuk bertindak sesuai dengan kepentingan

principal. *Agency theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pihak *principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan profitabilitas perusahaannya yang selalu meningkat.

Hubungan *agent* dan *principal* harus memiliki kepercayaan yang kuat, dimana *agent* melaporkan segala informasi perkembangan perusahaan yang dimiliki oleh *principal* melalui segala bentuk informasi akuntansi karena hanya manajemen yang mengetahui pasti keadaan perusahaan. Pemisahan antara pengelola dan pemilik perusahaan sangat rentan terhadap masalah yang disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*).

Desmiyawati, dkk (2009) mengatakan bahwa perilaku manajemen laba dapat dijelaskan dengan teori agensi (*agency theory*). Sebagai *agent*, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para *principal* (pemilik perusahaan) melalui pelaporan laba. Sebagai imbalan atas kinerja *agent* tersebut, *principal* akan memberikan kompensasi atau bonus yang sesuai kepada *agent*. Dalam hal ini terdapat dua kepentingan yang berbeda antara *principal* dan *agent*. Masing-masing pihak akan berusaha untuk meningkatkan keuntungannya. Perbedaan kepentingan antara *agent* dan *principal* ini memicu timbulnya konflik kepentingan.

Menurut Ujijanto dan Bambang (2007) teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia, yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*).
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*).
3. Manusia selalu menghindari risiko (*risk adverse*).

Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut, manajer sebagai manusia akan bertindak *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya.

Agent termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Konflik kepentingan semakin meningkat terutama karena *principal* tidak dapat memonitor aktivitas CEO sehari-hari untuk memastikan bahwa CEO bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham. *Principal* tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja *agent*. *Agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai perusahaan secara keseluruhan. Hal inilah yang mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh *principal* dan *agent*. (Nasution dan Doddy, 2007)

Ketidakseimbangan informasi inilah yang disebut dengan asimetri informasi. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan *agent* memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Hal ini dapat memacu *agent* untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk

memaksimalkan kepentingannya. Tindakan *agent* tersebut bisa disebut praktik manajemen laba (*earning management*).

2.1.2 Manajemen Laba

Praktik manajemen laba (*earnings management*) secara umum didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan suatu tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sulistyanto, 2008).

Menurut (Scott:2009) Manajemen laba merupakan keputusan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi tertentu yang dianggap bisa mencapai tujuan yang diinginkan, baik itu untuk meningkatkan laba atau mengurangi kerugian yang dilaporkan. Menurut Wilk et al (2007) dalam Zulia,dkk (2013) manajemen laba merupakan suatu cara bagi manajemen untuk melakukan intervensi dalam penentuan laba perusahaan. Manajemen laba bisa dilakukan untuk tujuan pribadi.

Healy dan Wahlen (1999) dalam Saiful (2002) menyatakan bahwa manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan *judgement* dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan sehingga menyesatkan *stakeholder* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil yang berhubungan dengan kontrak yang tergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan.

Sugiri (1998) dalam Widyaningdyah (2001) membagi definisi manajemen laba menjadi dua, yaitu: definisi sempit dan definisi luas. Pada definisi sempit, manajemen laba dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Manajemen laba dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya laba. Sedangkan dalam definisi luas manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi laba yang) dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang.

Penggunaan pengukuran dasar akrual sangat penting untuk diperhatikan dalam mendeteksi ada tidaknya manajemen laba dalam perusahaan. Total akrual adalah selisih antara laba dan arus kas yang berasal dari aktivitas operasi. Total akrual dapat dibebankan menjadi dua bagian yaitu: (1) bagian akrual yang memang sewajarnya ada dalam proses penyusunan laporan keuangan, disebut normal accruals atau *non discretionary accruals*, dan (2) bagian yang merupakan manipulasi data akuntansi yang disebut dengan *abnormal accruals* atau *discretionary accruals* (Luhglatno, 2008).

Terdapat berbagai motivasi yang melatarbelakangi manajer dalam melakukan praktik manajemen laba. Seperti yang dikemukakan oleh Scott (2003) dalam Luhglatno (2008) menyatakan berbagai motivasi manajer perusahaan melakukan manajemen laba, yaitu:

1. *Bonus Plan*

Manajer mempunyai informasi laba bersih sebelum dilaporkan dalam laporan keuangan, sementara pihak luar tidak bisa mengetahuinya sampai mereka membaca laporan keuangan. Karenanya manajer akan berusaha untuk mengatur laba bersih tersebut sehingga dapat memaksimalkan bonus mereka berdasarkan *compensation plans* perusahaan. Ada dua pendekatan yang dapat ditempuh oleh manajer dalam mengendalikan laba, yaitu: mengendalikan *accruals*, yaitu meliputi penghasilan (*revenue*) dan beban (*expenses*) dalam perhitungan rugi yang tidak mempengaruhi *cash flows* dan dengan merubah kebijakan akuntansi.

2. *Debt Covenant*

Kontrak hutang jangka panjang merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman lender atau kreditor dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditor, seperti deviden yang berlebihan, pinjaman tambahan, atau membiarkan modal kerja dan kekayaan pemilik berada di bawah tingkat yang telah ditentukan, yang mana semuanya menurunkan keamanan (atau menaikkan risiko) bagi kreditor yang telah ada. Kontrak ini didasarkan pada teori akuntansi postif (PAT), yakni hipotesis *debt covenant*, yang menyatakan bahwa semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang, manajer akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat “memindahkan” laba periode mendatang ke periode berjalan.

3. *Political Motivation*

Aspek politis tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri strategis, karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak. Beberapa motivasi politis yang mendorong perusahaan melakukan manajemen laba dengan cara menurunkan laba antara lain (a) untuk mengurangi biaya politis dan pengawasan dari pemerintah, (b) untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah, misalnya subsidi, perlindungan dari pesaing luar negeri, dan (c) untuk meminimalkan tuntutan serikat buruh.

4. *Taxation Motivation*

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama mengapa perusahaan mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Sebagai contoh, untuk persediaan, perusahaan akan memilih metode akuntansi LIFO, yang menghasilkan laba bersih paling rendah dibandingkan metode lainnya.

5. Pergantian CEO

Beragam motivasi timbul di sekitar pergantian CEO. Sebagai contoh, CEO yang mendekati masa akhir penugasan atau pensiun akan melakukan strategi memaksimalkan laba untuk meningkatkan bonusnya dan membuat CEO yang baru merasa sangat berat untuk mencapai tingkat laba tersebut. Demikian juga dengan CEO yang kurang berhasil memperbaiki kinerja

perusahaan akan cenderung memaksimalkan laba untuk mencegah atau membatalkan pencatatannya.

6. *Initial Public Offering (IPO)*

Pada hakikatnya, perusahaan yang baru pertama kali menawarkan sahamnya di pasar modal belum mempunyai harga pasar sehingga memiliki masalah bagaimana menetapkan nilai saham yang akan ditawarkan. Oleh karena itu, untuk tawar menawar, informasi keuangan yang terdapat dalam prospektus merupakan sumber informasi yang sangat berguna. Secara analitikal, informasi seperti laba bersih dapat dibagi sebagai sinyal kepada investor tentang “nilai” perusahaan. Jadi, hal ini memunculkan kemungkinan bahwa pihak manajemen perusahaan yang *go public* melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya.

Adapun teknik manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000), tiga teknik dalam melakukan manajemen laba adalah:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

Cara manajemen mempengaruhi laba melalui *judgement* (perkiraan) terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi tak berwujud, estimasi biaya garansi, dan lain-lain.

2. Mengubah metode akuntansi

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

3. Menggeser periode biaya dan pendapatan

Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain: mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat/menunda pengeluaran promosi sampe periode berikutnya, mempercepat/menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tak dipakai.

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

1. *Taking a Bath*

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

2. *Income Minimization*

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

3. *Income Maximization*

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

4. *Income Smoothing*

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

2.1.3 *Leverage*

Leverage merupakan hutang sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya. Tingkat *leverage* dapat diketahui dengan cara membandingkan total hutang dengan total aset. Menurut Nugroho (2011) Rasio *leverage* merupakan rasio yang terdapat pada laporan keuangan yang dapat mengetahui seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal, atau dapat juga menunjukkan beberapa bagian aktiva yang digunakan untuk menjamin hutang. Dengan demikian *leverage* menunjukkan resiko yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan hutang yang dimiliki perusahaan. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula sedangkan perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang rendah berarti mempunyai resiko yang lebih kecil.

Menurut Van horne 1997 dalam Analisa (2013) dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. Karena *leverage* menghitung seberapa besar dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat aset suatu perusahaan yang tinggi namun resiko leveragenya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut karena dikhawatirkan aset yang tinggi tersebut diperoleh dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Leverage mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, 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.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, nilai pasar saham (Azlina, 2010). Karena semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan, ketiga variabel tersebut digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar (ukuran) perusahaan (Sudarmaji dan Sularto,

2007). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*) (Suwito dan Herawati, 2005).

Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek arus kas dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator atau pemerintah akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektivitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum. (Muliati, 2011).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang. Motivasi untuk mendapatkan dana tersebut akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba, sehingga dengan pelaporan laba yang tinggi maka calon investor maupun kreditur akan tertarik untuk menanamkan dananya (Agustia, 2013)..

2.1.5 Asimetri Informasi

Asimetri informasi adalah suatu keadaan yang muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan

dibandingkan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Ketika timbul asimetri informasi keputusan ungkapan yang dibuat untuk manajer dapat mempengaruhi harga saham sebab asimetri informasi antara investor yang lebih terinformasi dan investor yang kurang terinformasi menimbulkan biaya transaksi dan mengurangi likuiditas yang diharapkan dalam pasar untuk saham-saham perusahaan (Rina, dkk 2011)

Agency theory mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (*agent*) dengan pemilik (*principal*). *Agency theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pemegang saham sebagai pihak *principal* mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi (Nasution dan Doddy, 2007). Masalah keagenan muncul karena adanya perilaku oportunistik dari *agent*, yaitu perilaku manajemen untuk memaksimalkan kesejahteraan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan *principal*. Manajer memiliki dorongan untuk memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memperlihatkan kinerjanya yang baik untuk tujuan mendapatkan bonus dari *principal*.

Asimetri informasi sangat berkaitan erat dengan praktik manajemen laba. Asimetri informasi yang terjadi antara manajer dengan pemegang saham sebagai pengguna laporan keuangan menyebabkan pemegang saham tidak dapat mengamati seluruh kinerja dan prospek perusahaan secara sempurna. Dalam situasi dimana pemegang saham memiliki informasi yang lebih sedikit daripada manajer, manajer dapat memanfaatkan fleksibilitas yang dimilikinya tersebut untuk melakukan praktik manajemen laba.

Menurut Scott (2000) dalam Wisnumurti (2010) terdapat dua macam asimetri informasi, yaitu;

a. Adverse selection

Adverse selection, yaitu bahwa para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Dan mungkin terdapat fakta-fakta yang tidak disampaikan kepada principal

b. Moral Hazard

Moral hazard, yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer tidak seluruhnya diketahui oleh investor (pemegang saham, kreditor), sehingga manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan

2.1.6 Teori Bid Ask Spread

Jika seorang investor ingin membeli atau menjual suatu saham atau sekuritas lain di pasar modal, dia biasanya melakukan transaksi melalui *broker/dealer* yang memiliki spesialisasi dalam sekuritas. *Broker/dealer* inilah yang siap untuk menjual pada investor untuk harga *ask* jika investor ingin membeli suatu sekuritas. Jika investor sudah mempunyai suatu sekuritas dan ingin menjualnya, maka *broker/dealer* ini yang akan membeli sekuritas dengan harga *bid*. Perbedaan antara harga *bid* dan harga *ask* adalah *spread*. Jadi, *bid-ask spread* merupakan selisih harga beli tertinggi bagi *broker/dealer* bersedia untuk membeli suatu saham dan harga jual dimana *broker/dealer* bersedia untuk menjual saham tersebut (Restuwulan, 2013).

Penggunaan *bid ask spread* sebagai proksi dari asimetri informasi menurut Komalasari (2001) dalam Wisnumurti (2010) dikarenakan dalam mekanisme pasar modal, pelaku pasar modal juga menghadapi masalah keagenan. Partisipan pasar saling berinteraksi di pasar modal guna mewujudkan tujuannya yaitu membeli atau menjual sekuritasnya, sehingga aktivitas yang mereka lakukan dipengaruhi oleh informasi yang diterima baik secara langsung (laporan publik) maupun tidak langsung (*insider trading*). *Dealer* atau *market-makers* memiliki daya pikir terbatas terhadap persepsi masa depan dan menghadapi potensi kerugian ketika berhadapan dengan *informed traders*. Hal inilah yang menimbulkan *adverse selection* yang mendorong *dealers* untuk menutupi kerugian dari pedagang terinformasi dengan meningkatkan *spread*nya

terhadap pedagang likuid. Jadi dapat dikatakan bahwa asimetri informasi yang terjadi antara dealer dan pedagang terinformasi tercermin pada *spread* yang ditentukannya (Komalasari, 2011).

Pembahasan lebih lanjut mengenai *spread* dikemukakan oleh Cohen, dkk (1986) dalam Muliati (2011) yang menyatakan bahwa riset mengenai kos transaksi/kos kesegaran (*immediacy cost*) harus membedakan antara *spread dealer* dan *spread pasar*. *Spread dealer* untuk suatu saham merupakan perbedaan harga *bid* dan *ask* yang ditentukan oleh *dealer* secara individual ketika *dealer* hendak memperdagangkan saham tersebut, sedangkan *spread pasar* untuk suatu saham merupakan perbedaan harga *bid* tertinggi dan *ask* terendah diantara beberapa dealer yang sama-sama melakukan transaksi untuk saham tersebut. Berdasarkan perbedaan tersebut, maka *spread pasar* dapat lebih kecil dibandingkan dengan *spread dealer*.

Terdapat tiga komponen biaya dalam menetapkan *bid ask spread* (Rahmawati, dkk 2006).

- 1) Biaya pemrosesan pemesanan (*order processing cost*), merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengatur transaksi, mencatat serta melakukan pembukuan.
- 2) Biaya Pemilikan Saham (*Inventory Holding Cost*), merupakan biaya oportunitis dan resiko saham yang berkaitan dengan pemilikan saham.

- 3) Biaya *Adverse Selection*, terjadi karena informasi terdistribusi secara asimetris antara partisipan pasar modal, oleh karena itu *broker/dealer* menghadapi masalah *adverse selection* karena ia melakukan transaksi dengan investor yang memiliki informasi superior.

2.2 Penelitian Terdahulu

Keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab terjadinya Praktik Manajemen Laba. Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti pengaruh asimetri informasi terhadap tindakan praktik manajemen laba. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati, dkk (2006) yang telah meneliti pengaruh asimetri informasi dan manajemen laba. Dimana variabel independennya adalah asimetri informasi dan variabel dependennya adalah manajemen laba. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel independen asimetri informasi berpengaruh secara positif signifikan dan mampu menjelaskan variabel dependen manajemen laba.

Seperti dengan Rahmawati, dkk (2006), Desmiwiyati (2009) dan Muliati (2011) juga melakukan penelitian serupa. Selain variabel asimetri informasi dan manajemen laba, mereka menambahkan variabel independen ukuran perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut asimetri informasi mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba dan ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut disebabkan ketika pemilik

perusahaan tidak banyak mengetahui informasi atau terjadinya asimetri informasi, maka kesempatan tersebut dapat dijadikan peluang oleh manajer untuk melakukan praktik manajemen laba.

Dian Agustia (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh Faktor Good Corporate Governance, Free Cash Flow, dan *leverage* terhadap manajemen laba. Dimana variabel independennya adalah mekanisme *Good Corporate Governance*, *Free Cash Flow* dan *leverage*. Sedangkan variabel dependennya adalah manajemen laba. Dari hasil penelitian tersebut, mekanisme *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan *Free Cash Flow* dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. *Leverage* dapat mempengaruhi terjadinya praktik manajemen laba karena investor akan melihat rasio *leverage* perusahaan yang terkecil, sebab semakin kecil rasio *leverage* perusahaan atau semakin kecil modal yang dibiayai oleh hutang maka perusahaan mempunyai resiko yang kecil juga, begitu juga sebaliknya. Dengan kondisi tersebut, dapat dijadikan oleh manajer untuk melakukan praktik manajemen laba dengan memanipulasi laporan keuangannya.

Azlina (2010) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba. Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah dewan direksi, ukuran perusahaan dan *leverage*. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa hanya variabel ukuran perusahaan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, berikut ini

tabel ringkasan penelitian terdahulu:

Tabel ringkasan penelitian terdahulu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil
1	Boediono (2005)	Studi Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i> dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisis Jalur	<i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap timbulnya Manajemen Laba
2	Rahmawati, dkk (2006)	Hubungan Asimetri Informasi Dengan Manajemen Laba	Asimetri Informasi, Manajemen Laba	Asimetri Informasi mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap Manajemen Laba.
3	Wulandari, dkk (2008)	Pengaruh Asimetri Informasi, Manajemen Laba, dan Indikator Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia	Mekanisme <i>Corporate Governance</i> , Asimetri Informasi, Manajemen Laba, Kinerja Perusahaan	Mekanisme <i>Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan, Asimetri Informasi dan Manajemen Laba berpengaruh signifikan positif

				terhadap Kinerja Perusahaan.
4	Desmiyawati, dkk (2009)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba
5	Nur Azlina (2010)	Analisis faktor yang mempengaruhi Manajemen Laba (Studi pada perusahaan yang terdaftar di BEI)	Dewan direksi, ukuran perusahaan, leverage	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba
6	Muliati (2011)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan pada Praktik Manajemen Laba di Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI	Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba
7	Dian Agustia (2013)	Pengaruh Faktor <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Free Cash Flow</i> , dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba.	Mekansime <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Leverage</i> , <i>Free Cash Flow</i> , Manajemen Laba	Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh signifikan. <i>Leverage</i> dan <i>Free Cash Flow</i> berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba

8	Restuwulan (2013)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur sektor <i>Food and Beverages</i>	Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Asimetri Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba
---	-------------------	---	---	--

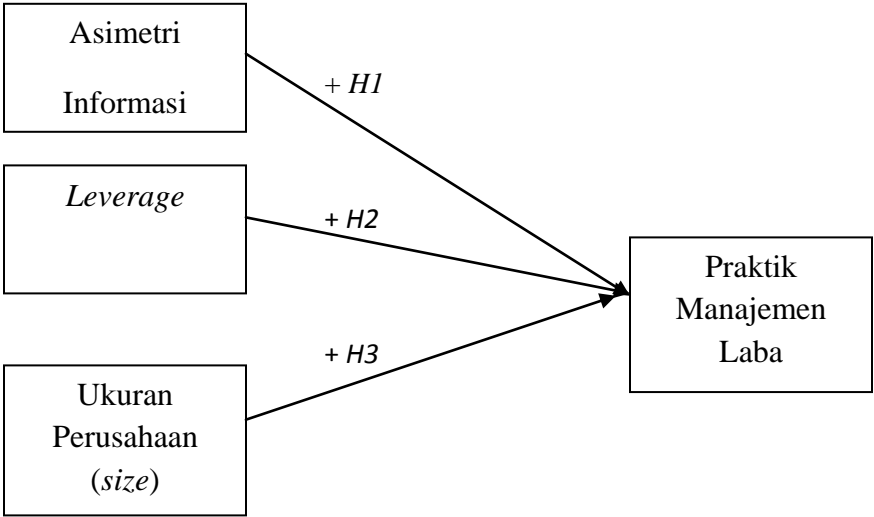
Sumber: *Jurnal Riset Akuntansi, Simposium Nasional V, Jurnal Ekonomi Manajemen, Jurnal Keuangan dan Perbankan.*

Penelitian ini mengacu dari beberapa penelitian terdahulu. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel independen, objek penelitian dan tahun penelitiannya. Penelitian sebelumnya rata-rata hanya menggunakan variabel asimetri informasi dan ukuran perusahaan, pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel independen *leverage*. Objek penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan perbankan dan LQ 45 sebagai objek penelitian, pada penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur. Begitu juga tahun penelitian ini periode terbaru yaitu dari tahun 2011-2013.

2.3 Kerangka Pemikiran

Manajemen laba merupakan pemilihan metode oleh manajer dalam mengelola laba dalam suatu perusahaan. Adapun hal-hal yang mempengaruhi terjadinya manajemen laba dalam suatu perusahaan. Diantaranya asimetri informasi, *leverage* dan ukuran perusahaan. Asimetri informasi terjadi ketika manajer lebih mengetahui

informasi dan prospek perusahaan kedepan dibandingkan pemilik perusahaan, dengan kesempatan ini maka manajer dapat melakukan tindakan pengelolaan laba untuk memaksimalkan utilitasnya. *Leverage* dapat mempengaruhi praktik manajemen laba, 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. Ukuran perusahaan juga berpengaruh terhadap manajemen laba, perusahaan akan melakukan pengelolaan labanya untuk meyakinkan para calon investor. Dari uraian tersebut maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Rahmawati, dkk (2006), Desmiwiyati (2009), Muliati (2010), Agustia (2013)

Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Praktik Manajemen Laba

Laporan keuangan sangat penting sekali bagi para pengguna eksternal, karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya. Berbeda dengan pengguna eksternal, pengguna internal memiliki kontak langsung dengan perusahaan sehingga mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di perusahaan. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan asimetri informasi. Asimetri informasi timbul ketika manajer dalam suatu perusahaan lebih mengetahui segala informasi dalam perusahaan hingga prospek perusahaan yang tidak diketahui oleh pemegang saham atau *stakeholder*. Dengan informasi yang dimiliki oleh manajer perusahaan, dapat memicu manajer melakukan tindakan-tindakan yang dapat memaksimalkan kepada pemilik perusahaan yang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya, terutama informasi mengenai kinerja perusahaan dan informasi yang disajikan dalam bentuk laporan keuangan.

Asimetri informasi dapat mempengaruhi praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajer, seperti yang dikemukakan oleh penelitian Richardson (1998). Ketika asimetri informasi tinggi, *stakeholder* tidak memiliki sumber daya yang cukup atas informasi yang relevan dalam memonitor tindakan manajer sehingga akan memunculkan praktik manajemen laba. Akibatnya asimetri informasi ini akan mendorong manajer untuk tidak menyajikan informasi selengkapnyanya. Jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer.

Sesuai dengan penelitian Rahmawati (2006) bahwa asimetri informasi mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba, begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Desmiyawati (2009) dan Muliati (2011). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Asimetri Informasi berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba

2.4.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Praktik Manajemen Laba

Leverage merupakan perbandingan antara total hutang dengan total aset perusahaan. Rasio ini merupakan pengukur bagi perusahaan atas aktiva yang dibiayai dengan hutang. *Leverage* mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, 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. Hal ini dijelaskan dalam teori keagenan, semakin dekat perusahaan dengan pelanggaran perjanjian hutang yang berbasis akuntansi, lebih memungkinkan manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang memindahkan laba yang dilaporkan dari periode masa mendatang ke periode saat ini, hal tersebut dilakukan karena laba bersih yang dilaporkan naik akan mengurangi kemungkinan kegagalan membayar hutang-hutangnya pada masa mendatang (Watts and Zimmerman, 1986).

Dari uraian di atas, pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian Wardani, dkk (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen

laba, begitu juga sepaham dengan hasil penelitian Agustia (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, investor akan melihat rasio *leverage* perusahaan yang terkecil, karena semakin kecil rasio *leverage* perusahaan atau semakin kecil modal yang dibiayai oleh hutang maka perusahaan mempunyai resiko yang kecil juga, begitu juga sebaliknya. Dengan kondisi tersebut dapat dijadikan oleh manajer untuk melakukan praktik manajemen laba dengan memanipulasi laporan keuangannya. Sedangkan Indriani (2010) dan Robert Jao (2011) menyatakan bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : Leverage berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba

2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan (*size*) terhadap Praktik Manajemen laba

Ukuran perusahaan dapat menunjukkan bagaimana keadaan perusahaan tersebut apakah tergolong perusahaan yang mempunyai kinerja yang bagus dengan pengalaman dan perkembangannya atau bahkan sebaliknya. Sehingga dapat mengetahui kemampuan perusahaan dan tingkat risiko dalam mengelola investasi yang diberikan pada pemegang saham.

Ukuran perusahaan mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, Moses (1997) dalam Muliati (2011) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk

melakukan perataan laba (salah satu bentuk manajemen laba) dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena memiliki biaya politik lebih besar. Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen. Perusahaan besar seringkali menjadi perhatian banyak pihak investor sehingga seringkali mendapatkan tuntutan untuk memiliki informasi laba yang lebih baik. Tuntutan tersebut seringkali menjadikan manajemen berusaha untuk melaporkan laba lebih tinggi, dengan begitu maka manajemen melakukan tindakan manajemen laba untuk memanipulasi labanya agar menarik investor.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Halim (2005) dan Muliati (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan positif dengan praktik manajemen laba. Berbeda dengan Muliati (2011) dan Halim (2005), Siregar dan Utama (2005) dan Veronica dan Siddharta (2005) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba .

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : Ukuran perusahaan (size) berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah praktik manajemen laba. Manajemen laba adalah (*Earnings management*) tindakan manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.

Manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Dechow et al. (Desmiyawati, 2009) menyebutkan bahwa penggunaan *discretionary accruals* sebagai pengukuran proksi manajemen laba dihitung dengan Modified Jones Model, karena model ini dianggap baik di antara model lain untuk mengukur manajemen laba. Model perhitungannya adalah sebagai berikut (Dechow, Sloan, Sweeney, 1995)

$$TACC_{it} = NI_{it} - OCF_{it}$$

Untuk menilai manajemen laba yang dilakukan dalam perusahaan, nilai total akrual dibedakan menjadi *discretionary accrual* dan *non-discretionary accrual*. Dalam menghitung *discretionary accrual*, digunakan model Jones yang

dimodifikasi karena model ini dianggap paling baik diantara model lain yang sama-sama digunakan untuk mendeteksi manajemen laba (Desmiwiyati, 2009).

Model perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$TACC_{it}/A_{it-1} = \alpha_1 (1 / A_{it-1}) + \alpha_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) / A_{it-1}) + \alpha_3 (PPE_{it} / A_{it-1}) + e_{it}$$

Persamaan total akrual diatas diestimasi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Estimasi α_1 , α_2 , α_3 diperoleh dari regresi OLS tersebut dan digunakan untuk menghitung *non-discretionary accrual* sebagai berikut:

$$NDACC_{it} = \alpha_1 (1 / A_{it-1}) + \alpha_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) / A_{it-1}) + \alpha_3 (PPE_{it} / A_{it-1})$$

Selanjutnya *discretionary accrual* (DA) dapat dihitung sebagai berikut:

$$DACC_{it} = (TACC_{it} / A_{it-1}) - NDACC_{it}$$

Keterangan:

- $DACC_{it}$: *Discretionary Accruals* perusahaan i pada tahun t
- $TACC_{it}$: Total akrual perusahaan i pada tahun t
- OCF_{it} : Kas dari aktivitas operasi (cash flow from operation) perusahaan i tahun t
- NI_{it} : Laba bersih (net income) perusahaan i pada tahun t
- A_{it-1} : Total aktiva perusahaan i pada tahun t-1
- ΔREV_{it} : Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan tahun t-1

$\Delta RECT$: Piutang perusahaan i pada tahun t dikurangi piutang tahun t-1

PPE_{it} : Aktiva tetap perusahaan i pada tahun t

3.1.2 Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah asimetri informasi, *leverage* dan ukuran perusahaan.

1. Asimetri Informasi

Asimetri informasi timbul ketika manajer dalam suatu perusahaan lebih mengetahui segala informasi dalam perusahaan hingga prospek perusahaan yang tidak diketahui oleh pemegang saham atau *stakeholder*.

Asimetri informasi mempunyai hubungan terhadap praktik manajemen laba. Ketika asimetri informasi tinggi, *stakeholder* tidak memiliki sumber daya yang cukup atas informasi yang relevan dalam memonitor tindakan manajer sehingga akan memunculkan praktik manajemen laba. Akibatnya asimetri informasi ini akan mendorong manajer untuk tidak menyajikan informasi selengkapnya (Richardson, 1998).

Pada penelitian ini pengukuran asimetri informasi dihitung dengan menggunakan *relative bid-ask spread* yang telah

dioperasionalkan oleh Komalasari dan Baridwan (2001) dalam Silvia Siregar (2002) sebagai berikut:

$$BIDASK_{i,t} = (\text{ask}_{i,t} - \text{bid}_{i,t}) / \{(\text{ask}_{i,t} + \text{bid}_{i,t}) / 2\} \times 100 \%$$

Keterangan

$\text{ask}_{i,t}$: *closing ask price* tiap bulan dari perusahaan i

$\text{bid}_{i,t}$: *closing bid price* tiap bulan dari perusahaan i

Bid-ask spread sebagai proksi dari asimetri informasi dihitung sebagai rata-rata selama 12 bulan (Januari-Desember) dari perhitungan di atas untuk tiap tahun periode penelitian.

2. *Leverage*

Rasio *leverage* (*leverage ratios*) mengukur sejauh mana aktiva perusahaan yang telah dibiayai oleh penggunaan hutang. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin banyak aktiva yang didanai hutang oleh pihak kreditor, sehingga menunjukkan resiko perusahaan dalam pelunasannya, hal ini dapat memicu terjadinya praktek manajemen laba. Pengukuran *leverage* dihitung dengan menggunakan rasio utang terhadap total aset (Agustia, 2013).

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Utang}}{\text{Aktiva}}$$

Keterangan:

Leverage = Rasio utang terhadap aktiva

Utang = total utang

Aktiva = total aktiva

3. Ukuran perusahaan

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan dan kapitalisasi pasar (Azlina, 2010). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan yang diukur dari total aktiva akan ditransformasikan dalam bentuk logaritma natural dengan tujuan untuk memperhalus data, sehingga diharapkan mampu mengeliminir perbedaan total aktiva yang terlalu ekstrim antara perusahaan satu dengan lainnya.

Perusahaan besar seringkali menjadi perhatian banyak pihak investor sehingga seringkali mendapatkan tuntutan untuk memiliki informasi laba yang lebih baik. Tuntutan tersebut seringkali menjadikan manajemen berusaha untuk melaporkan laba lebih tinggi, dengan begitu maka manajemen melakukan tindakan manajemen laba untuk memanipulasi labanya agar menarik investor. Oleh karena itu ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi praktik manajemen laba.

Pada penelitian ini ukuran perusahaan dihitung dengan skala rasio dimana pengukurannya menggunakan logaritma natural dari total asset yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Total Asset}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2011-2013. Pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan (*annual report*) secara lengkap untuk periode 31 Desember 2011 - 2013 dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan (*annual report*) secara lengkap untuk periode 31 Desember 2011-2013 dalam *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)*.
4. Perusahaan manufaktur yang melaporkan laba setiap tahunnya atau tidak mengalami kerugian.
5. Perusahaan manufaktur yang menyajikan harga ask dan bid dalam laporan keuangannya.
6. Perusahaan manufaktur yang aktif dalam perdagangan saham.

7. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya dalam bentuk rupiah.

3.3 Jenis dan Sumber data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur, yaitu:

1. Daftar perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Data ini didapatkan dari Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Data laporan keuangan perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Data ini diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*, website *IDX (Indonesia Stock Exchange)*, dan Pojok BEI Universitas Diponegoro.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan perusahaan manufaktur periode tahun 2011 - 2013 yang bersumber dari *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)* dan website *IDX (Indonesia Stock Exchange)*. Kemudian untuk data sekunder dalam penelitian ini, menggunakan pengumpulan artikel, jurnal penelitian terdahulu, dan buku yang terkait dengan penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif untuk mengetahui gambaran mengenai standar deviasi, rata-rata, minimum, maksimum dan variabel-variabel yang diteliti. Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya data sampel. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2005). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan tabel *kolmogrov smirnov* dan grafik *normal probability plot*.

3.5.2.2 Uji Multikolineritas

Uji multikoleneritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat kolerasi antara variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Multikolineritas dapat diketahui dengan beberapa cara salah satunya melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) yang dihasilkan oleh variabel-variabel independen (Ghozali, 2005). Jika nilai

$tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut. Dan sebaliknya jika $tolerance < 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi gangguan multikolinieritas.

3.5.2.3 Uji Heterokdastisitas

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahuinya digunakan grafik *scatterplot*, yaitu dengan melihat pola-pola tertentu pada grafik (Ghozali, 2005). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan menggunakan grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Apabila nilai probabilitas signifikansinya di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas (Ghozali, 2005). Jika terdapat pola tertentu yang teratur, seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit maka menunjukkan telah terjadi heteroskedasitas.

3.5.2.4 Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada

periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi, maka terdapat problem autokolerasi (Ghozali. 2005). Autokolerasi timbul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi. Pengujian autokolerasi dapat diketahui melalui uji Durbin Watson statistic. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokolerasi, sebagai berikut:

- a. Jika $0 < d < d_L$, maka tidak ada autokolerasi positif, hipotesis ditolak.
- b. Jika $d_L \leq d \leq d_U$, maka tidak ada autokorelasi positif, tidak ada keputusan / tidak dapat disimpulkan.
- c. Jika $4-d_L < d < 4$, maka tidak ada autokolerasi negatif, hipotesis ditolak.
- d. Jika $4-d_U < d < 4-d_L$, maka tidak ada autokolerasi negatif, tidak dapat disimpulkan.
- e. Jika $d_U < d < 4-d_U$, maka tidak ada autokolerasi positif atau negatif.

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Model Analisis

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 16. Sebelumnya dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model yang digunakan adalah normal dan tidak mengandung gejala

multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan uji hipotesis untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2004).

Berikut ini model analisis yang dapat diilustrasikan:

$$DA = \beta_0 + \beta_1 \text{BIDASK} + \beta_2 \text{LR} + \beta_3 \text{SIZE} + e$$

Keterangan:

DA = Discretionary accruals

BIDASK = Asimetri informasi

LR = *Leverage*

SIZE = Ukuran Perusahaan

β_0 = Konstanta

E = *error*

(Sumber: Pengembangan dari berbagai sumber)

3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Nilai R² berkisar antara 0-1% dan jika nilainya mendekati 1 maka semakin baik. Selanjutnya menurut Ghozali (2005) kelemahan pada uji R² adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan atau variabel, maka nilai R² akan meningkat tanpa mempertimbangkan apakah variabel independen tersebut berpengaruh

secara signifikan terhadap variabel dependen, sehingga disarankan untuk menggunakan nilai *adjusted R2* pada saat mengevaluasi.

3.5.3.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksud dalam penelitian mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, Ghozali (2005). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan nilai signifikansi 0,05. Dengan cara sebagai berikut:

- a. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas < nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis tidak dapat ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas > nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis tidak dapat diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

3.5.3.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Ghozali (2005) menyatakan, uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara

individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada uji t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Bila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\text{Sig} < 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Bila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\text{Sig} > 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.