

TESIS

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PRAKTEK MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

***THE EFFECT OF INFORMATION ASYMETRICITY AND COMPANY SIZE ON
PROFIT MANAGEMENT PRACTICES IN MANUFACTURING COMPANIES
LISTED ON STOCK EXCHANGES INDONESIA***

IBRAHIM NURWARDANA



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

TESIS

PENGARUH ASIMETRI INFORMASI DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTEK MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

***THE EFFECT OF INFORMATION ASYMETRICITY AND COMPANY SIZE ON
PROFIT MANAGEMENT PRACTICES IN MANUFACTURING COMPANIES
LISTED ON STOCK EXCHANGES INDONESIA***

Disusun dan diajukan oleh

**IBRAHIM NURWARDANA
A012201067**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PRAKTEK MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

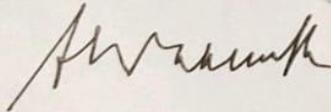
disusun dan diajukan oleh :

**IBRAHIM NURWARDA
A012201067**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
pada tanggal **02 AGUSTUS 2022**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

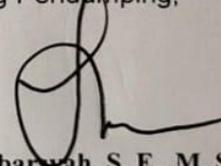
Menyetujui,

Pembimbing Utama,



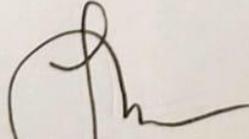
Prof. Dr. H. Abd. Rakhman Laba, S. E., M.B.A.
Nip. 19630125 198910 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. H. M. Sobarsyah, S. E., M. Si.
Nip. 19680629 199403 2 001

Ketua Program Studi,



Dr. H. M. Sobarsyah, S. E., M. Si.
Nip. 19680629 199403 2 001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. H. Dr. Abd. Rahman Kadir, S. E., M. Si., CIPM.
Nip. 19640205 199810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ibrahim Nurwardana
Nim : A012201067
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan **Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudiar. hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 10 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Ibrahim Nurwardana

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW sebagai uswatun hasanah, yang telah berjuang menyempurnakan akhlak manusia di muka bumi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa memulai hingga mengakhiri proses penyusunan tesis ini bukanlah hal seperti membalikkan telapak tangan. Ada banyak kendala dan cobaan yang di lalui. Adapun maksud dari penyusunan tesis ini adalah guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin berjudul: ***“Pengaruh Asimetri Informasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”*** telah diselesaikan dengan waktu yang telah direncanakan.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya tesis ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari segenap keluarga besar penulis Ayahanda, Ibunda dan Istri tercinta yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tak terhingga. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan yang tak henti-hentinya, kasih sayang, kesabaran, pengorbanan, serta bimbingan yang tak terhingga. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada saudara adik-adik dan kerabat yang telah memberikan dorongan moril sehingga tesis ini dapat dikerjakan oleh penulis dengan penuh semangat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tesis ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama, dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H..Abd. Rahman Kadir, SE.,M.Si., CIPM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Dr. H. M. Sobarsyah, SE.,M.Si., CIPM. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar.
3. Prof. Dr. H. Abd. Rakhman Laba, SE., MBA selaku pembimbing utama dan Ketua Tim Penguji yang sangat membantu dan mendampingi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si., CIPM. selaku pembimbing pendamping dan Sekretaris Tim Penguji yang telah sabar memberikan bimbingan, saran, petunjuk, dan bantuan dari awal penulisan hingga selesainya tesis ini.
5. Prof. Dr. H. Muhammad Ali, SE.,MS, Dr. Mursalim Nohong, SE., M.Si., CRA., CRP., CWM, dan DR. Fauzi R. Rahim, SE., M.Si., CFP., AEPP selaku tim penguji yang senantiasa memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan kepada penulis.
7. Seluruh staf pegawai akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Magister Manajemen yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian administrasi selama

menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

8. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin angkatan 2020, terkhusus kelas Konsentrasi Manajemen Keuangan.

Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan walaupun menerima bantuan dari berbagai pihak. Namun, apabila terdapat beberapa kesalahan dalam tesis ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan pada pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini. Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi terkait topic penelitian yang dibahas dalam tesis tersebut. Dengan diiringi rasa syukur kepada Allah SWT, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas segala dukungan dan motivasi pada semua pihak yang telah membantu. Semoga kebaikan senantiasa menyertai kita semua.

Makassar, 25 Juni 2022

Penulis

Ibrahim Nurwardana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14
1.5. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. LandasanTeori	17
2.1.1. Manajemen Laba	17
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Laba	17
2.1.1.2. Fungsi Manajemen Laba	21
2.1.1.3. Model-Model manajemen laba	22
2.1.1.4. Faktor-Faktor Mempengaruhi Manajemen Laba.....	23
2.1.1.5. Pengukuran Manajemen Laba.....	23
2.1.2. Asimetri Informasi.....	24
2.1.2.1. Pengertian Asimetri Informasi	24
2.1.2.2. Jenis-jenis Asimetri Informasi.....	26
2.1.2.3. Indikator Asimetri Informasi	27
2.1.2.4. Pengukuran Asimetri Informasi	29

2.1.3. Ukuran Perusahaan	30
2.1.3.1. Pengertian Ukuran Perusahaan	30
2.1.3.2. Klasifikasi Ukuran Perusahaan.....	32
2.1.3.3. Faktor - faktor yang mempengaruhi Ukuran Perusahaan	33
2.1.3.4. Pengukuran Ukuran Perusahaan	34
2.2. Tinjauan Empiris.....	34

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

PENELITIAN	40
3.1. Kerangka Konseptual.....	40
3.1.1. Pengaruh Operasional Perusahaan Manufaktur terhadap Asimetri Informasi ke Pemegang Saham	40
3.1.2. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Praktek Manajemen Laba.....	41
3.1.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba.....	41
3.1.4. Pengaruh Asimetri Informasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba	42
3.2. Hipotesis	44

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Rancangan Penelitian	45
4.2. Situs dan Waktu Penelitian	45
4.3. Populasi dan Sampel	46
4.3.1. Populasi.....	46
4.3.2. Sampel	46
4.4. Jenis dan Sumber Data	48
4.5. Metode Pengumpulan Data	48
4.6. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	49
4.7. Teknik Analisa Data	51
4.8. Pengujian Hipotesis.....	54
4.9. Koefisien Daterminasi	56

BAB V HASIL PENELITIAN.....	56
5.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	56
5.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
BAB VI PEMBAHASAN	71
6.1 Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Praktek Manajemen Laba.....	71
6.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba.....	75
6.3 Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba	77
BAB VII PENUTUP.....	81
7.1 Kesimpulan.....	81
7.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1.	Kriteria Sampel Penelitian	46
4.2.	Sampel Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020	47
4.3.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	50
5.1	Profil Perusahaan	56
5.2	Data Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Dan Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020	58
5.3	<i>Descriptive Statistics</i>	61
5.4	Hasil Uji Normalitas	63
5.5	Coefficient Untuk Praktek Manajemen Laba	64
5.6	Hasil Pengujian Regresi Berganda	66
5.7	Uji Parsial (Uji t).....	67
5.8	Uji Simultan (Uji f).....	68
5.9	Pengujian koefisiensi determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

3.1.	Kerangka Konseptual	44
5.1.	Histogram	62
5.2.	Normal P-Plot.....	63
5.3.	Hasil Uji heteroskedastisitas scatter plot	65

ABSTRAK

IBRAHIM NURWARDANA. Pengaruh Asimetri Informasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (dibimbing oleh Abd. Rakhman Laba dan M. Sobarsyah).

Perusahaan didirikan dengan tujuan memperoleh laba. Pemilik perusahaan biasanya menyerahkan sumber daya perusahaan yang ada untuk dikelola oleh manajemen yang akan bertanggung jawab kepada pemilik untuk melaporkan kegiatan pengelolaan sumber daya perusahaan melalui sebuah laporan keuangan. Salah satu informasi yang terdapat dalam laporan keuangan dan sering digunakan untuk mengukur peningkatan atau penurunan kinerja perusahaan adalah laba. Asimetri informasi dapat terjadi karena manajer lebih mengetahui informasi perusahaan dibandingkan dengan pemilik atau pemegang saham sehingga manajemen akan berusaha memanipulasi kinerja perusahaan yang dilaporkan untuk kepentingan sendiri. Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis Pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sampel yang memenuhi kriteria yang diamati selama tiga tahun sebanyak tiga puluh perusahaan manufaktur. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan asosiatif. Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Daya dianalisis menggunakan regresi linear berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Kami menemukan, variable independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap praktik manajemen laba. Pengujian secara parsial membuktikan, variabel asimetri informasi berpengaruh secara positif terhadap praktik manajemen laba dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci : Praktik Manajemen Laba, Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

IBRAHIM NURWARDANA. The Effect of Information Asymmetry and Company Size On Earning Management Practices in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (supervised by Abd. Rakhman Laba and M. Sobarsyah)

A company was founded to get a profit. The owner usually delivers the existing company resources to be managed by management. The management then responsible to the owner to report the management activities of company resources through a report finance. One of the information contained in the financial statements and that is often used to measure the increase or decrease of the company's performance is profit. Information asymmetry can occur because managers know more about the company's information than the owners or shareholders. Therefore, the management will try to manipulate the company's reported performance for its own sake. Study this aims to examine and analyze the effect of asymmetry information and size companies on profit management practices on the manufacturing companies registered on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study is the whole manufacturing companies registered on the indonesia Stock Exchange, and the samples are the ones that meet the criteria determining through observation for three years consisting of thirty manufacturing companies registered on the Indonesia Stock Exchange. The approach used is associative study. The technique of data collection used is documentation technique and the techniques of data analysis use multiple linear regression, testing hypothesis, and coefficient determination. The results of this study show that independent variable has no simultaneous effect on profit management practices and partial testing proves that information asymmetry does not have a positive effect on earning management practices. Similarly, company size does not have a positive effect on profit management practices in the manufacturing companies registered on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords: Earning management practice, information asymmetry, company size

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Pemilik biasanya menyerahkan sumber daya perusahaan yang ada untuk dikelola oleh manajemen. Manajemen tersebut nantinya bertanggung jawab kepada pemilik untuk melaporkan kegiatan pengelolaan sumber daya perusahaan melalui sebuah laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan hasil dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi keuangan kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan. Seperti yang diterangkan dalam Kerangka Konseptual *Financial Accounting Standard Board* (FASB), kegiatan objektif dari laporan keuangan adalah memberikan informasi yang berguna untuk kepentingan bisnis serta petunjuk kepada para pemegang saham potensial dan investor lainnya dalam membuat keputusan investasi, Laporan Keuangan tersebut mencerminkan hasil kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.

Salah satu informasi yang terdapat dalam laporan keuangan dan sering digunakan untuk mengukur peningkatan atau penurunan kinerja perusahaan adalah laba (*earnings*). Laba yang digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan dasar akrual. Prinsip Akuntansi Berterima Umum memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen perusahaan dalam memilih metode/kebijakan akuntansi dalam melaporkan laba selama tidak menyimpang dari Standar Akuntansi Keuangan. Namun, adanya fleksibilitas yang senantiasa terbuka dalam implementasi Prinsip Akuntansi yang Berlaku Umum memberikan peluang

terjadinya praktik pengelolaan laba yang dilakukan oleh manajemen untuk tujuan tertentu yang dikenal dengan istilah manajemen laba.

Pada praktiknya terdapat beberapa pihak yang memiliki kepentingan berbeda seperti pemilik perusahaan, manajemen, maupun pemerintah. Pemilik perusahaan berkepentingan terhadap perkembangan modal yang ditanam, sementara pihak manajemen berkepentingan atas bonus (*reward*) yang akan diperolehnya (Dista, 2012).

Menurut Schipper (1989: 92) manajemen laba didefinisikan sebagai “disclosure management in the sense of a purposeful intervention in the external financial reporting process, with the intent of obtaining some private gain”. Dari definisi ini manajemen laba diartikan sebagai upaya manajer untuk mendapatkan keuntungan pribadi.

Menurut DeFond dan Park (1997) manajemen laba merupakan upaya untuk meratakan pendapatan. Bila laba periode berjalan rendah dan laba periode mendatang diperkirakan meningkat, maka manajer akan meminjam laba periode mendatang untuk digunakan pada periode berjalan. Bila laba periode berjalan tinggi dan kemungkinan laba periode mendatang rendah, maka manajer akan menabung laba periode berjalan untuk digunakan di masa mendatang.

Menurut (Scott, 2000) mendefinisikan manajemen laba sebagai “Given that managers can choose accounting policies from a set (for example, GAAP), it is natural to expect that they will choose policies so as to maximize their own utility and/or the market value of the firm”. Dari definisi tersebut manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan. Praktek manajemen laba yang memunculkan kasus skandal pelaporan akuntansi

telah banyak terjadi di Indonesia seperti kasus yang terjadi pada PT. Lippo Tbk. dan PT. Kimia Farma Tbk. yang melibatkan pelaporan keuangan (financial reporting) yang diawali dengan deteksi adanya praktek manipulasi (Gideon, 2005). Salah satu upaya mengurangi manajemen laba tersebut yaitu melakukan koreksi terhadap standar akuntansi. Perbaikan standar akuntansi yang saat ini sedang menjadi isu adalah adopsi International Financial Reporting Standard (IFRS). Menurut yang mengungkapkan salah satu isu dari IASB adalah bahwa standar internasional bertujuan untuk menyederhanakan berbagai alternatif kebijakan akuntansi yang diperbolehkan dan diharapkan untuk membatasi pertimbangan kebijakan manajemen (management's discretion) terhadap manipulasi laba sehingga dapat meningkatkan kualitas laba.

Konsep Manajemen Laba (earning management) menurut Salno dan Baridwan (2000) yang menggunakan teori keagenan (agency theory) menyatakan bahwa earnings management dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (agent) dan pemegang saham (principal) yang timbul karena setiap pihak perusahaan untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya. Pihak principal termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat sedangkan agen termotivasi untuk memaksimalkan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Dengan adanya perbedaan kepentingan maka jelas bahwa asimetri informasi akan mendorong terjadinya praktik manajemen laba oleh manajemen. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajemen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Hal ini memberikan peluang kepada

manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Adanya asumsi bahwa manajer bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri mengakibatkan mereka memanfaatkan kesempatan untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal.

Menurut Wardani dan Kusuma (2012:63) ada dua cara dalam mengelola laba, pertama adalah dengan memanipulasi akrual tanpa mempengaruhi aliran kas (manajemen laba akrual), dan kedua dengan aktivitas nyata yang mempengaruhi aliran kas perusahaan (manajemen laba riil). Pengelolaan laba yang dilakukan sebuah perusahaan selain kedua cara tersebut juga dapat bersifat oportunistik maupun efisien (informatif). Jika pengelolaan laba bersifat oportunistik maka keputusan-keputusan yang diambil oleh manajer akan menguntungkan pihak manajer sendiri, sedangkan jika pengelolaan laba bersifat efisien (informatif) maka keputusan manajer cenderung menguntungkan pihak pemegang saham (Yudanto dan Ratnaningsih, 2012).

Salah satu faktor penyebab adanya praktik manajemen laba di dalam perusahaan menurut teori agensi adalah karena terdapat perbedaan kepentingan antara pihak yang terkait (pemilik perusahaan, manajemen, dan pemerintah). Faktor pertama yang bisa mempengaruhi manajemen laba adalah ukuran perusahaan. Menurut Desmiyawati (2009) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan menurut besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh pihak-pihak eksternal sehingga manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya. Besarnya perhatian pihak luar tersebut membuat manajemen berpikir dua kali untuk melakukan manajemen laba.

Informasi laba sebagai bagian dari laporan keuangan sering menjadi target rekayasa oleh pihak manajemen untuk melakukan tindakan yang dapat

membuat laporan keuangan menjadi baik. Tindakan manajemen untuk mengatur laba atau merekayasa laporan keuangan dikenal dengan istilah praktik manajemen laba (*earnings management*). Praktik manajemen laba merupakan fenomena yang umum dan dilakukan di banyak Negara. Namun demikian, praktik manajemen laba ini dapat menyebabkan pengungkapan laba yang tidak memadai atau menyesatkan Akibatnya, pihak eksternal sebagai pemakai laporan keuangan tidak memperoleh informasi keuangan yang akurat untuk dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan. Manajemen laba sebagai suatu pilihan metode akuntansi yang secara sengaja dipilih oleh manajemen untuk tujuan tertentu, (Halim, 2015).

Dalam Praktik Manajemen Laba, manajer yang berkewajiban untuk menyampaikan kondisi perusahaan kepada pemegang saham terkadang tidak menyampaikan informasi sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya Kondisi ini sering disebut sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi (*information asymmetric*). Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi yang lebih banyak mengenai prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak eksternal perusahaan. Keberadaan asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba (*earnings management*). (Desmiyawati, 2009).

Menurut Tarigan (2011) asimetri informasi dapat terjadi karena manajer lebih mengetahui informasi perusahaan dibandingkan dengan pemilik atau pemegang saham sehingga memungkinkan manajemen melakukan praktik akuntansi dengan berorientasi pada angka laba, yang dapat menciptakan kesan (*prestasi*) tertentu.

Adanya asimetri informasi ini memungkinkan manajemen melakukan manajemen laba, Tindakan manajemen untuk memanipulasi laba ini di picu

oleh karena kelemahan yang terdapat dalam metode akuntansi yaitu dimana metode akuntansi memberikan peluang untuk mencatat suatu fakta yang sama yaitu dengan cara yang berbeda dan metode akuntansi ini juga memungkinkan bagi pihak manajemen untuk melibatkan subyektifitas dalam menyusun estimasi. Kelemahan inilah yang merupakan salah satu hal yang memberikan peluang atau kesempatan bagi pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba. Asimetri informasi dapat terjadi karena manajer lebih mengetahui informasi perusahaan dibandingkan dengan pemilik atau pemegang saham, sehingga manajemen akan berusaha memanipulasi kinerja perusahaan yang dilaporkan untuk kepentingan sendiri, (Manggau, 2016).

Keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Adanya asimetri informasi dianggap mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja perusahaan. Fleksibilitas manajemen untuk memanajementi laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar yang akan mencerminkan tingkat manajemen laba.

Biaya informasi asimetri terjadi karena ada dua pihak pedagang yang tidak sama dalam hal mengakses dan kepemilikan informasi. Pihak pertama adalah pihak yang memiliki informasi lebih banyak dibandingkan dengan pihak kedua. Oleh karena perbedaan dalam kepemilikan informasi itu menyebabkan adanya resiko bagi pihak yang memiliki informasi lebih sedikit, sehingga untuk menutup kerugian tersebut tercermin dalam bid-ask spread (Copeland dan Galai 1983). Biaya informasi asimetri juga menggambarkan suatu upah (reward) yang diberikan kepada pedagang sekuritas untuk mengambil suatu risiko ketika bertemu dengan investor yang memiliki

informasi superior terkait dengan arus informasi di pasar modal. Bid ask spread merupakan selisih harga beli tertinggi pedagang saham pada saat bersedia membeli dengan harga jual pedagang saham ketika menjual saham. Pedagang saham menetapkan bid-ask spread dengan rentang tertentu sehingga keuntungan yang diharapkan dari pedagang tidak terinformasi dapat menutup kerugian pedagang terinformasi.

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 satu 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.

Menurut Brigham dan Houston (2001:35) asymmetric information atau ketidaksamaan informasi adalah situasi dimana manajer memiliki informasi yang berbeda mengenai prospek perusahaan dari pada yang dimiliki pihak luar perusahaan. Asimetri muncul ketika manajer mengetahui lebih banyak informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan dibanding dengan pemegang saham oleh karena itu manajer wajib memberikan informasi tentang kondisi perusahaan kepada pemilik, jika tugas tersebut tidak dipenuhi oleh manajer maka akan terjadi ketidak seimbangan informasi yang akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi.

Ada dua tipe informasi asimetri adalah Adverse selection adalah jenis asimetri dalam mana satu pihak atau lebih yang akan melangsungkan suatu transaksi usaha, atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain. Moral hazard adalah jenis informasi asimetri dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak.

Hal ini dikarenakan manajer mengetahui informasi lebih banyak dan prospek dimasa mendatang dengan memiliki akses informasi yang tidak diketahui oleh pemegang saham, maka akan mendorong motivasi manajer untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui pemegang saham sebagai akibatnya informasi yang diterima oleh pimpinan perusahaan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian Muliati (2011), Dhaneswari dan Widuri (2013), Wijaya et al. (2017) yang menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Akan tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Satria, 2014) yang menyatakan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Menurut Jones (1997) bid - ask spread didefinisikan sebagai selisih harga tertinggi yang ditawarkan perantara untuk membeli saham dengan harga terendah yang diberikan perantara untuk menjual saham. Perbedaan antara penawaran jual dengan penawaran beli pada saat transaksi saham disebut bid-ask spread. Bid-ask spread yang besar menyebabkan investor mengurangi frekuensi perdagangan secara drastis dan memperpanjang holding period. Holding period merupakan jangka waktu investor dalam menahan atau memegang saham selama jangka waktu tertentu untuk

melakukan diversifikasi investasi dengan sejumlah uang yang dialokasikan ke berbagai portofolio untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Menurut Yenny dan Linda (2003) ada 2 faktor yang mempengaruhi lamanya holding period saham yaitu faktor eksternal (inflasi) dan faktor internal (transaction cost, bid ask spread, market value dan risk of return saham).

Spread merupakan selisih antara bid price dengan ask price. Spread terdiri dari dua yaitu dealer spread dan market spread. Dealer spread adalah selisih antara bid price/harga beli dan ask spread/harga jual yang menyebabkan individu dealer ingin memperdagangkan sekuritas untuk memperoleh keuntungan sendiri sehingga dealer akan memperoleh kompensasi atas aktivitas yang dilaksanakan. Market spread adalah selisih antara highest bid (harga tertinggi yang diminta untuk menjual) dengan lowest-ask (harga terendah yang ditawarkan untuk menjual) yang terjadi pada saat tertentu. Kedua spread tersebut memiliki hubungan yang berbeda dengan komponen yang mempengaruhinya seperti cost, informasi dan kompetisi.

Penelitian yang dilakukan Julia, Carmel, dan Rudolf (2005), membuktikan bahwa informasi asimetri memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan pada manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa makin tinggi kondisi informasi asimetri makin tinggi peluang yang dimiliki manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Dalam penelitian ini kinerja masa kini juga berpengaruh signifikan pada manajemen laba dengan hubungan positif, artinya jika laba masa kini meningkat maka manajer melakukan manajemen laba dengan menaikkan laba (positive discretionary accruals). Hal ini dijelaskan melalui bonus plan hipotesis yang menerangkan bahwa manajer berusaha mendapatkan bonus tambahan dengan menaikkan laba masa kini dengan asumsi laba masa kini berada di antara cap dan

bogey. Kinerja masa depan berpengaruh signifikan pada manajemen laba dengan hubungan negatif yang berarti jika laba masa depan meningkat maka manajer melakukan manajemen laba dengan menurunkan laba masa kini (negative discretionary accruals). Hal ini juga dapat dijelaskan dengan bonus plan hypothesis yaitu manajer berusaha mendapatkan bonus tambahan di masa depan sehingga manajer menggeser laba masa kini ke masa mendatang dengan asumsi laba masa depan berada di antara cap dan bogey.

Penelitian yang dilakukan oleh Richardson (1998) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara asimetri informasi dengan manajemen laba. Pada saat informasi asimetri tinggi, stakeholders tidak memiliki sumber daya yang cukup, insentif atau akses terhadap informasi yang relevan untuk mengawasi tindakan manajer, sehingga hal ini dapat memberi peluang manajer untuk melakukan manajemen laba. Adanya informasi asimetri membuat manajer melaporkan informasi yang tidak sesungguhnya berkaitan dengan kinerja perusahaan. Fleksibilitas manajer dalam manajemen laba dapat dikurangi dengan menyajikan informasi yang berkualitas bagi pihak luar. Kualitas laporan keuangan mencerminkan tingkat manajemen laba.

Asimetri informasi dalam sektor keuangan pada pasar modal, 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 bid. Perbedaan antara harga bid dan harga ask ini adalah spread. Jadi bid-ask spread adalah 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). Selanjutnya menurut (Jogiyanto, 2010) Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel asimetri informasi dapat dilihat dari selisih harga beli terendah yang diajukan oleh pembeli dan harga jual tertinggi yang diminta oleh penjual. Selain asimetri informasi, faktor lain yang mempengaruhi praktik manajemen laba yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan juga menanggung peranan penting dalam perusahaan yang melakukan praktik manajemen laba. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (Mahawyarti, 2016).

Selain asimetri informasi, faktor lain yang mempengaruhi praktik manajemen laba yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan juga menanggung peranan penting dalam perusahaan yang melakukan praktik manajemen laba. Ukuran perusahaan yang kecil dianggap lebih banyak melakukan praktik manajemen daripada perusahaan besar. Hal ini disebabkan karena semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam saham perusahaan tersebut semakin banyak dan perusahaan besar yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka lebih berhati –hati dalam melaporkan laporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat. Berbeda dengan perusahaan yang kecil yang cenderung melakukan praktik manajemen laba, karena perusahaan kecil ingin cenderung memperhatikan kondisi perusahaan yang selalu berkinerja baik agar para calon investor menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. (Restuwulan,2013)

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian

besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aktiva atau total penjualan sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pihak luar, baik oleh investor, kreditor, pemerintah maupun masyarakat.

Perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula, (Sartono, 2010). Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai perusahaan ataupun hasil total aktiva dari suatu perusahaan. (Riyanto, 2010).

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Investor dalam menanamkan modalnya biasanya akan memilih perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja yang baik agar modal yang ditanamkan nantinya memperoleh hasil yang menguntungkan. Ukuran perusahaan diduga mampu mempengaruhi besaran pengelolaan laba perusahaan, dimana jika pengelolaan laba tersebut oportunistik maka semakin besar perusahaan semakin kecil pengelolaan laba tapi jika pengelolaan laba efisien maka semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi pengelolaan labanya. Hal tersebut bisa dibedakan dari ukuran perusahaan, menurut Nariastiti dan Ratnadi (2014).

Penelitian ini dilakukan untuk melihat adakah hubungan asimetri informasi dan ukuran perusahaan dengan praktik manajemen laba karena adanya perbedaan hasil penelitian pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai populasi sasaran. Alasan digunakan perusahaan manufaktur karena merupakan taraf

perusahaan yang besar dan sangat berpengaruh dalam perkembangan perekonomian Negara serta 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.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan pada latar belakang maka peneliti ingin mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini yang dirumuskan dalam beberapa pertanyaan berikut :

1. Apakah asimetri informasi berpengaruh terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah asimetri informasi dan ukuran perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh asimetri informasi terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dari segi teoritis, praktis dan kebijakan :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan untuk pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu Manajemen Keuangan.
 - b. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi penelitian terdahulu sekaligus sumber referensi dan informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan asimetri informasi, ukuran perusahaan 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 memandangi laba perusahaan yang diumumkan sebagai tolak ukur untuk pengambilan keputusan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap isi dari penelitian ini, maka penulisan ini dibagi ke dalam tujuh 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 Tinjauan Pustaka, membahas tentang landasan teori yang mendukung perumusan hipotesis dalam menganalisis hasil penelitian - penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis sebagai pernyataan akurat yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

Bab III Kerangka Konseptual Dan Hipotesis Penelitian, bab ini menguraikan hipotesis penelitian yang dibangun berdasarkan landasan kerangka konseptual.

Bab IV Metode Penelitian, membahas variabel penelitian, definisi optimal yang dapat memberikan deskripsi tentang variable-variabel yang dapat digunakan dalam 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 V Hasil Penelitian, mendeskripsikan obyek penelitian dan menyajikan data - data deskripsi hasil penelitian yang dilakukan.

Bab VI Pembahasan, membahas hasil - hasil penelitian yang telah diteliti.

Bab VII penutup, yang berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Laba

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Laba

Laba yang dihasilkan perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Menurut (Sulistyanto, 2011), Manajemen laba didefinisikan sebagai berikut: Upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Manajemen laba dilakukan dengan memanfaatkan metode akuntansi, kebijakan-kebijakan akuntansi yang dapat mempercepat atau menunda biaya dan pendapatan agar laba perusahaan dapat lebih kecil atau lebih besar. Manajemen laba dapat dilihat dari dua perspektif yaitu, sudut pandang kontrak dan sudut pandang laporan keuangan. Dari sudut pandang kontrak, manajemen laba dapat digunakan untuk menurunkan biaya dalam rangka melindungi perusahaan dari konsekuensi realisasi kekuatan yang tidak terlihat dalam kontrak yang kaku dan tidak lengkap. Dari sudut pandang laporan keuangan, manajemen laba dapat dilakukan untuk mempengaruhi nilai pasar perusahaan.

Sulistyanto (2008) menyatakan manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Istilah intervensi dan mengelabui inilah yang dipakai sebagai dasar sebagian pihak untuk menilai manajemen laba sebagai kecurangan. Sementara pihak lain tetap

menganggap aktivitas rekayasa manajerial ini bukan sebagai kecurangan, melainkan sebagai kerangka standar akuntansi perusahaan yaitu dengan menggunakan metode dan prosedur akuntansi yang diterima dan diakui secara umum.

Manajemen laba pada umumnya manajer bertujuan untuk merealisasikan kepentingan pribadi pihak manajer, yaitu memaksimalkan kesejahteraannya melalui manipulasi besarnya laba yang akan di laporkan kepada pihak stakeholder. Hal ini disebabkan adanya kesenjangan informasi antara manajer dengan stakeholder. Manajer sebagai pengelola perusahaan cenderung lebih menguasai informasi mengenai perusahaan dibandingkan pihak lain. Hingga laporan keuangan yang seharusnya media komunikasi antara manajer dengan berbagai pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan ini dimanfaatkan manajer menjadi media untuk mencari keuntungan sesaat oleh manajer. Dari tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba dapat dijelaskan dengan adanya dua perspektif penting yang dapat digunakan yaitu perspektif informasi dan perpesktif oportunis.

Faktor yang dapat mendorong manajer dalam melakukan manajemen laba Bonus Plan dimana bonus yang dijanjikan oleh pemilik kepada manajer perusahaan tidak hanya memotivasi manajer untuk bekerja dengan lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan manajerial, agar selalu bisa mencapai tingkat kinerja yang memberikan bonus setiap tahunnya; debt (equity) perusahaan yang mempunyai rasio antara utang dan ekuitas lebih besar, cenderung memilih menggunakan metode-metode akuntansi

Pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alami dapat memaksimalkan utilitas atau nilai pasar perusahaan. Menurut Scott (2015) terdapat dua cara memahami manajemen laba, yaitu:

- a) Memahami manajemen laba sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, hutang, dan *political cost*.
- b) Memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting*, artinya manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga demi keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan demikian manajer mungkin dapat mempengaruhi nilai pasar saham perusahaan melalui manajemen laba, misalnya perataan laba dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Jika pada suatu kondisi dimana pihak manajemen ternyata tidak berhasil mencapai target laba yang ditentukan, maka manajemen akan memanfaatkan fleksibilitas yang diperbolehkan oleh standar akuntansi dalam menyusun laporan keuangan untuk memodifikasi laba yang dilaporkan. Manajemen termotivasi untuk memperlihatkan kinerja yang baik dalam menghasilkan nilai atau keuntungan maksimal bagi perusahaan sehingga manajemen cenderung memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memberikan informasi laba lebih baik. Adanya asimetri informasi memungkinkan manajemen untuk melakukan manajemen laba. Penelitian Richardson (2000) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara asimetri informasi dengan manajemen laba. Manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi tambahan dalam laporan keuangan namun peningkatan pengungkapan laporan keuangan akan mengurangi asimetri informasi sehingga peluang manajemen untuk melakukan manajemen laba semakin kecil. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen laba dan tingkat pengungkapan laporan keuangan memiliki hubungan yang negatif sejalan dengan hasil

penelitian sebelumnya oleh Lobo and Zhou (2001) serta Sylvia Veronica dan Yanivi Bachtiar (2003). Perusahaan yang melakukan manajemen laba akan mengungkapkan lebih sedikit informasi dalam laporan keuangan agar tindakannya tidak mudah terdeteksi.

Menurut (Fahmi, 2013) manajemen laba didefinisikan sebagai berikut: Earnings Management (manajemen laba) adalah suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (*company management*). Tindakan earnings management sebenarnya didasarkan oleh berbagai tujuan dan maksud-maksud yang terkandung didalamnya.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba dilakukan secara sengaja, dalam batasan untuk mengarah pada suatu tingkat laba yang diinginkan. Tindakan ini merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

Subramanyam dan Wild (2014) membagi metode utama manajemen laba menjadi dua metode yaitu:

- a) Pemindahan Laba. Pemindahan laba merupakan manajemen laba dengan pemindahan laba dari satu periode ke periode lainnya. Pemindahan laba dapat dilakukan dengan mempercepat atau menunda pengakuan pendapatan atau beban. Bentuk manajemen laba ini menyebabkan dampak pembalik pada satu atau beberapa periode masa depan. Untuk alasan ini pemindahan laba sangat berguna untuk perataan laba.

- b) Manajemen Laba melalui Klasifikasi. Laba juga dapat ditentukan secara khusus mengklasifikasi beban (dan pendapatan) pada bagian tertentu laporan laba rugi. Bentuk umum dari manajemen laba melalui klasifikasi adalah memindahkan beban di garis bawah, atau melaporkan beban pada pos luar biasa dan tidak berulang, sehingga tidak dianggap penting oleh analis.

2.1.1.2. Fungsi Manajemen Laba

Fungsi dari manajemen laba digunakan manajer untuk manajemen di dalam sebuah perusahaan, banyak manajer perusahaan yang menggunakan hal tersebut untuk menghindari kecurangan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kesehatan keuangan perusahaan secara berkala. Berikut paparan mengenai fungsi tersebut.

- a) Memantau Laporan-Laporan laba rugi secara terus menerus

Data laba rugi perusahaan menunjukkan indikator seperti pendapatan, pengeluaran, dan laba bersih, atau rugi bersih jika pengeluaran melebihi pendapatan. Pendapatan berkisar dari pendapatan operasi dan pendapatan bunga hingga uang tunai yang dihasilkan dari investasi atau dalam usaha patungan dengan perusahaan lain. Laporan itu sendiri dapat membantu Anda membuat keputusan bisnis yang terinformasi untuk membantu bisnis Anda memaksimalkan keuntungan.

- b) Menggabungkan Pemantauan Laporan Laba Rugi dan Pengeluaran Kas

Manajemen laba yang efektif menunjukkan bagaimana perusahaan menghemat uang, menumbuhkan uang tunai yang ada, dan menghindari kehancuran finansial. Ini harus dikelola atau dikendalikan secara efisien. Pengeluaran harus dipantau.

c) Tim Outsource untuk manajemen laba

Untuk menghasilkan laporan laba rugi terutama birokrasi sulit untuk melakukan proyeksi karena cenderung lebih menempel pada insting saat melakukan analisis.

2.1.1.3. Model-model Manajemen Laba

Ada beberapa bentuk manajemen laba menurut (Sulistyanto, 2010), yaitu sebagai berikut:

1. *Taking a bath*

Dalam bentuk jika manajemen harus melaporkan kerugian, maka manajemen akan melaporkan dalam jumlah besar. Dengan tindakan ini manajemen berharap dapat meningkatkan laba yang akan datang dan kesalahan kerugian piutang perusahaan dapat dilimpahkan ke manajemen lama, jika terjadi pergantian manajer.

2. *Income minimization* (menurunkan laba)

Upaya perusahaan mengatur agar laba periode berjalan menjadi lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih rendah daripada pendapatan sesungguhnya dan atau biaya periode berjalan menjadi lebih besar daripada biaya sesungguhnya.

3. *Income maximization* (meningkatkan laba)

Dilakukan pada saat laba menurun dengan cara memindahkan beban ke masa mendatang. 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.

2.1.1.4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba

Secara akuntansi ada beberapa faktor yang menyebabkan suatu perusahaan berani melakukan *earnings management*. Menurut (Fahmi, 2013) ada beberapa faktor yang menyebabkan suatu perusahaan berani melakukan earnings management (manajemen laba) yaitu:

1. Standar akuntansi keuangan (SAK) memberikan fleksibilitas kepada manajemen untuk memilih prosedur dan metode akuntansi untuk mencatat suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda, seperti mempergunakan metode LIFO dan FIFO dalam menetapkan harga pokok persediaan, metode depresiasi aktiva tetap dan sebagainya.
2. Standar akuntansi keuangan (SAK) memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen dapat menggunakan judgement dalam menyusun estimasi.
3. Pihak manajemen perusahaan berkesempatan untuk merekayasa transaksi dengan cara menggeser pengukuran biaya dan pendapatan.

Faktor lain timbulnya manajemen laba adalah hubungan yang bersifat asimetris informasi yang pada awalnya didasarkan karena *conflict of interest* antara agent dan parsial. Agent adalah manajemen perusahaan (internal) dan parsial adalah komisaris perusahaan (eksternal). Pihak parsial disini adalah tidak hanya komisaris perusahaan tetapi juga termasuk kreditur, pemerintah dan lainnya.

2.1.1.5. Pengukuran Manajemen Laba

Praktek manajemen laba dalam perusahaan merupakan hal yang logis karena fleksibilitas akuntansi memungkinkan manajer dalam mengetahui

pelaporan. Dalam melakukan penelitian untuk mengungkapkan adanya praktik manajemen laba, ada beberapa proksi yang digunakan untuk mengevaluasi manajemen.

Salah satu pendekatan dalam menentukan perilaku manajemen laba pada perusahaan adalah pendekatan distribusi laba dikarenakan manajer sadar bahwa pihak eksternal, khususnya para investor, bank, dan supplier menggunakan batas pelaporan laba dalam menilai kinerja. Pendekatan distribusi laba mengidentifikasi batas pelaporan laba dan menemukan bahwa perusahaan yang berada di bawah pelaporan laba akan berusaha melewati batas tersebut.

2.1.2 Asimetri Informasi

2.1.2.1 Pengertian Asimetri Informasi

Salah satu kendala yang akan muncul antara manajer (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principal*) adalah adanya asimetri informasi. Informasi asimetri merupakan keadaan di mana manajemen memiliki akses informasi atas perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Dalam hubungan agent dan principal, informasi asimetri terjadi karena pihak principal tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja agent. Agent mempunyai lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja, dan perusahaan. Adanya informasi asimetri dan konflik kepentingan yang terjadi antara principal dan agent, mendorong agent untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada principal terutama yang berkaitan dengan pengukuran kinerja agent.

Ada dua macam informasi asimetri yaitu adverse selection dan moral hazard. Adverse selection menunjukkan bahwa manajer dan para staf mengetahui informasi tentang kondisi dan prospek perusahaan lebih banyak dibandingkan pihak luar, sehingga informasi yang dapat mempengaruhi keputusan pemegang saham disembunyikan atau tidak disampaikan kepada

pemegang saham. Moral hazard menunjukkan bahwa tidak semua kegiatan yang dilakukan manajer diketahui seluruhnya oleh pemegang saham maupun pihak kreditur, sehingga manajer dapat melakukan tindakan di luar sepengetahuan pihak eksternal lain yang melanggar kontrak atau etika dan norma-norma yang tidak layak dilakukan oleh manajer. 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.

Richardson (1998) berpendapat bahwa terdapat hubungan sistematis antara asimetri informasi dengan tingkat manajemen laba. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajer untuk menyajikan informasi tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Fleksibilitas manajemen untuk melakukan manajemen laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar. Kualitas laporan keuangan akan mengurangi tingkat manajemen laba. Beberapa peneliti menemukan bahwa asimetri informasi dapat mempengaruhi manajemen laba. Teori keagenan (*agency theory*) mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara agen (manajer) dan prinsipal (pemilik atau pemegang saham). Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Jika dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan, ketika terdapat asimetri informasi, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi.

Asimetri informasi dapat mempengaruhi praktek 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 praktek manajemen laba. Akibatnya asimetri informasi ini akan mendorong manajer untuk tidak menyajikan informasi selengkapya jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Sesuai dengan penelitian Rahmawati (2006) bahwa asimetri informasi mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba.

Menurut (Jogiyanto, 2013) menyatakan bahwa asimetri informasi adalah informasi privat yang hanya dimiliki oleh investor-investor yang memiliki informasi saja (*informed investor*). Asimetri Informasi dapat terjadi di pasar modal ketika salah satu pelaku pasar modal memiliki informasi yang lebih dibandingkan pelaku pasar lainnya. Besarnya asimetri informasi yang terjadi pada suatu saham yang diperdagangkan dapat diukur dengan menggunakan *bid ask spread*.

Menurut (Sartono, 2010) manajer umumnya tidak memiliki pengetahuan yang lebih tentang pasar saham dan tingkat bunga di masa datang, tetapi mereka umumnya lebih mengetahui kondisi dan prospek perusahaan. Jika seorang manajer mengetahui prospek perusahaan lebih baik dari analis atau investor maka muncul apa yang di sebut *asymmetric information*.

Menurut (Hanafi, 2014), mengatakan bahwa : “Konsep signaling dan asimetri informasi berkaitan erat, teori asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan resiko perusahaan, pihak tertentu mempunyai informasi lebih baik dibandingkan dengan pihak luar”.

2.1.2.2 Jenis-jenis Asimetri Informasi

Scott membagi asimetri informasi menjadi dua jenis berdasarkan

bagaimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih unggul daripada pihak lainnya. Menurut (Scott, 2009), dua jenis asimetri informasi yaitu:

1. *Adverse Selection*

“Adverse selection is a type of information asymmetry whereby one or more parties to a business transaction, or potential transaction, have an information advantage over other parties”

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa adverse selection adalah jenis informasi yang diperoleh dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial memiliki keunggulan informasi melalui pihak lain. Adverse selection terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (insiders) lainnya mengetahui kondisi terkini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar.

2. *Moral Hazard*

“Moral hazard is a type of information asymmetry whereby one or more parties to a business transaction, or potential transaction, can observe their actions in fulfillment of the transaction but other parties cannot”.

Berdasarkan pernyataan diatas, moral hazard adalah jenis informasi dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial, dapat mengamati tindakan mereka dalam pemenuhan transaksi tetapi pihak lain tidak bisa. Moral hazard dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

2.1.2.3 Indikator Asimetri Informasi

Dalam melakukan pengukuran terhadap asimetri informasi, penulis menggunakan produksi *bid-ask spread*. *Bid-ask spread* adalah selisih dari harga *bid* dan *ask* sehingga disebut *bid-ask spread*.

Menurut (Oktobriana, 2015), estimasi asimetri informasi dapat dilakukan berdasarkan tiga pendekatan utama, yaitu:

1. Berdasarkan *analyst forecast*

Proksi yang digunakan dalam pendekatan ini adalah keakuratan analisis dalam melakukan prediksi atas *earning per share* (EPS) dan diprediksi para ahli sebagai ukuran asimetri informasi. Masalah yang sering timbul dari perhitungan ini adalah para analis seringkali bersikap *over-reacting* terhadap informasi positif dan bersikap *under-reacting* terhadap informasi negatif. Selain itu, penggunaan *forecast error* sebagai cara menghitung asimetri informasi tidak selalu berhubungan dengan tingkat risiko yang dihadapi oleh perusahaan melainkan mungkin berhubungan dengan fluktuasi dari *earning* dan bukan disebabkan oleh asimetri informasi yang lebih tinggi.

2. Berdasarkan kesempatan berinvestasi.

Bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi mempunyai kemampuan lebih baik untuk memprediksi arus kas pada periode mendatang. Prediksi tersebut berdasarkan aset perusahaan. Beberapa proksi yang banyak digunakan adalah rasio *market value to book value* dari ekuitas, *market to book value* dari aset, *price earnings ratio*.

3. Berdasarkan teori *market microstructure*.

Yang menjadi perhatian luas dari teori ini adalah bagaimana harga dan volume perdagangan dapat dibentuk. Untuk melihat kedua faktor tersebut melalui *bid-ask spread* yang menyatakan bahwa terdapat suatu komponen *spread* yang turut memberikan kontribusi kerugian yang dialami dealer (perusahaan) ketika melakukan transaksi dengan pedagang informasi (informasi trader). *Bid-ask spread* merupakan selisih harga tertinggi dimana trade (pedagang saham) bersedia membeli suatu saham dengan harga jual terendah dimana trader bersedia menjual saham tersebut.

2.1.2.4 Pengukuran Asimetri Informasi

Pengukuran Asimetri Informasi dapat dilakukan melalui *bid-ask spread* yang menyatakan bahwa terdapat suatu komponen spread yang turut memberikan kontribusi kerugian yang dialami dealer (perusahaan) ketika melakukan transaksi dengan pedagang informasi (informasi trader).

Bid ask spread merupakan selisih harga beli tertinggi pedagang saham pada saat bersedia membeli dengan harga jual pedagang saham ketika menjual saham. Pedagang saham menetapkan bid-ask spread dengan rentang tertentu sehingga keuntungan yang diharapkan dari pedagang tidak terinformasi dapat menutup kerugian pedagang terinformasi. Menurut Jones (1997) bid-ask spread didefinisikan sebagai selisih harga tertinggi yang ditawarkan perantara untuk membeli saham dengan harga terendah yang diberikan perantara untuk menjual saham. Perbedaan antara penawaran jual dengan penawaran beli pada saat transaksi saham disebut bid-ask spread. Bid-ask spread yang besar menyebabkan investor mengurangi frekuensi perdagangan secara drastis dan memperpanjang holding period. Holding period merupakan jangka waktu investor dalam menahan atau memegang saham selama jangka waktu tertentu untuk melakukan diversifikasi investasi dengan sejumlah uang yang dialokasikan ke berbagai portofolio untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Menurut Yenny dan Linda (2003) ada 2 faktor yang mempengaruhi lamanya holding period saham yaitu faktor eksternal (inflasi) dan faktor internal (transaction cost, bid ask spread, market value dan risk of return saham). Spread merupakan selisih antara bid price dengan ask price. Spread terdiri dari dua yaitu dealer spread dan market spread. Dealer spread adalah selisih antara bid price/harga beli dan ask spread/harga jual yang menyebabkan individu dealer ingin memperdagangkan sekuritas untuk memperoleh keuntungan sendiri sehingga

dealer akan memperoleh kompensasi atas aktivitas yang dilaksanakan. Market spread adalah selisih antara highest bid (harga tertinggi yang diminta untuk menjual) dengan lowest-ask (harga terendah yang ditawarkan untuk menjual) yang terjadi pada saat tertentu. Kedua spread tersebut memiliki hubungan yang berbeda dengan komponen yang mempengaruhinya seperti cost, informasi dan kompetisi.

Menurut (Jogiyanto, 2013) Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel asimetri informasi dapat dilihat dari selisih harga beli terendah yang diajukan oleh pembeli dan harga jual tertinggi yang diminta oleh penjual.

Dimana asimetri informasi dapat dilihat dari harga saat ask (harga beli terendah yang diajukan oleh pembeli) dengan harga bid dan harga jual tertinggi yang diminta oleh penjual) saham perusahaan atau selisih harga jual dengan harga beli saham perusahaan selama satu tahun.

$$\text{SPREAD} = \{(Askit - Bidit) / (Askit + Bidit) / 2\} \times 100$$

Keterangan:

SPREAD = Selisih harga saat ask dengan harga bid perusahaan yang terjadi pada t

Askit = Harga ask tertinggi saham perusahaan I yang terjadi pada hari t

Bidit = Harga bid terendah saham perusahaan I yang terjadi pada hari t

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang besar akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhan yang didasarkan pada penjualan, dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Tingkat ketidakpastian perusahaan berskala besar pada umumnya rendah karena dengan skala yang tinggi perusahaan cenderung tidak dipengaruhi pasar, sebaliknya dapat

mewarnai dan mempengaruhi keadaan pasar secara keseluruhan. Keadaan ini dapat dinyatakan sebagai kecilnya tingkat resiko investai perusahaan berskala besar dalam jangka panjang. Sedangkan pada perusahaan berskala kecil tingkat ketidakpastian di masa yang akan datang besar, sehingga tingkat resiko investasinya lebih besar dalam jangka panjang. Dengan rendahnya tingkat ketidakpastian perusahaan berskala besar maka akan menurunkan tingkat underpricing dan kemungkinan initial return yang akan diterima investor akan semakin rendah oleh karena itu diduga semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin kecil underpricing

Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset pada umumnya disebabkan karena anggapan manajer bahwa perusahaan yang dimiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relative stabil dan mampu menghasilkan laba yang besar. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga kebijakan perusahaan akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan public dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek cash flow dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator, akan berdampak terhadap besarnya pajak yang diterima dan efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat

Menurut (Sartono, 2010) perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula.

Pengertian ukuran perusahaan menurut (Riyanto, 2010) merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai perusahaan ataupun hasil total aktiva dari suatu perusahaan.

Menurut Hartono (2012:14) "Ukuran Perusahaan (firm size) adalah besar

kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset". Adapun, Kurniasih (2012:148) menyatakan ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ketiga definisi di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya equity, nilai penjualan, dan aset yang berperan sebagai variable konteks yang mengatur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi. Menurut Harahap (2011:23), ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari rata-rata total aset perusahaan. Penggunaan total aset berdasarkan pertimbangan bahwa total aset mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu. Uraian diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aset. Ukuran aset tersebut diukur sebagai logaritma dari total aset.

2.1.3.2. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro
- b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dikuasi atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dikuasai atau menjadi baik yang langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil

atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih.

- d) Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Hal ini menyebabkan kecenderungan perusahaan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Kebutuhan akan pendanaan yang lebih besar memiliki kecenderungan bahwa perusahaan menginginkan pertumbuhan dalam laba.

Menurut (Riyanto, 2010), suatu perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya *control* dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil di mana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya control pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Menurut (Sawir, 2004) ukuran perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal, kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan, Pengaruh skala dalam biaya dan return.

2.1.3.4 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan menurut (Sartono, 2010) menyatakan bahwa: "Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva".

Adapun perhitungan ukuran perusahaan Menurut Harahap (2007 :23) pengukuran ukuran perusahaan adalah : "Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu". Menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016): "Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan".

Size = Log Total Aktiva

Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio skala Rasio. Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

Ukuran Perusahaan = Ln Total Aktiva

Berdasarkan uraian di atas menunjukan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.2. Tinjauan Empiris

Adapun tinjauan penelitian terdahulu yang diambil rujukan pada penelitian ini sebagai berikut :

Penelitian Anis Wijayanto, dkk (2007) membahas tentang pengaruh asimetri informasi terhadap hubungan antara penerapan system perdagangan dua papan di bursa efek jakarta dan indikasi manajemen laba pada perusahaan perbankan dengan hasil asimetri informasi tidak mempengaruhi hubungan antara kebijakan multipapan dan manajemen laba yang dilakukan oleh emiten perbankan, jadi H_0 tidak dapat ditolak. Ini berbeda dengan penelitian terdahulu

(Djakman 2003), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kebijakan multipapan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba (penelitian pada emiten manufaktur dan non manufaktur, kecuali emiten keuangan). Asimetri informasi sebagai variabel independen mempengaruhi manajemen laba.

Penelitian Anastasia Wenny Manggau (2016) membahas tentang Pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdapat di bursa efek Indonesia dengan hasil menunjukkan bahwa variabel asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Adanya hubungan positif ini berarti, semakin tinggi peluang yang dimiliki manajer untuk melakukan manajemen laba.

Penelitian Featy Octaviany (2013) membahas tentang Pengaruh Asimetri Informasi, Tingkat Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Lq-45 di Bursa Efek Indonesia dengan hasil (1) Asimetri Informasi tidak terbukti mempengaruhi Manajemen Laba dalam laporan tahunan, karena dari hasil perhitungan probabilitas signifikansi $0,129 > 0,05$ maka H_1 ditolak artinya tidak ada pengaruh yang positif, lemah dan tidak signifikan antara Asimetri Informasi dengan Manajemen Laba. Ini dibuktikan juga dengan koefisien korelasi sebesar $-0,183$ (lemah) yang menunjukkan bahwa korelasi antara Asimetri Informasi mempunyai hubungan negatif lemah dengan Manajemen Laba. Dan hasil Koefisien

Determinasi (R Square) menunjukkan bahwa hanya 33% variabel Asimetri Informasi mempunyai pengaruh terhadap Manajemen Laba dalam laporan tahunan perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, (2) Tingkat Leverage terbukti mempengaruhi Manajemen Laba dalam laporan tahunan, karena dari hasil perhitungan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H2 diterima artinya ada pengaruh yang positif, cukup kuat dan signifikan antara Tingkat Leverage dengan Manajemen Laba. Ini dibuktikan juga dengan koefisien korelasi sebesar 0,509 (cukup kuat) yang menunjukkan bahwa korelasi antara Tingkat Leverage mempunyai hubungan positif cukup kuat dengan Manajemen Laba, dan hasil Koefisien Determinasi (R Square) juga menunjukkan adanya 26% variabel Tingkat Leverage mempunyai pengaruh terhadap Manajemen Laba dalam laporan tahunan perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, (3) Ukuran Perusahaan tidak terbukti mempengaruhi Manajemen Laba dalam laporan tahunan, karena dari hasil perhitungan diperoleh probabilitas signifikansi $0,069 > 0,05$ maka H3 ditolak artinya tidak ada pengaruh yang positif, lemah dan tidak signifikan antara Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba. Ini dibuktikan juga dengan koefisien korelasi sebesar -0,138 (lemah) yang menunjukkan bahwa korelasi antara Ukuran Perusahaan mempunyai hubungan negatif lemah dengan Manajemen Laba, dan hasil Koefisien Determinasi (R Square) juga menunjukkan bahwa hanya 1,9% variabel Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh terhadap Manajemen Laba dalam laporan tahunan perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian Rina Moestika Setyaningrum, dkk (2011) membahas tentang Pengaruh Asimetri Informasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Food And Beverages yang Go Public di BEI dengan hasil peningkatan asimetri informasi memberikan kontribusi nyata terhadap manajemen laba (diproksikan dengan Discretionary Accruals). Sedangkan pada

ukuran perusahaan memberikan kontribusi negatif terhadap manajemen laba (diproksikan dengan Discretionary Accruals).

Penelitian Patriandari, dkk (2019) membahas tentang Pengaruh Asimetri Informasi, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Di Indonesia dengan hasil (1) Asimetri informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013. (2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013. (4) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel asimetri informasi, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013.

Penelitian Putu Tiya Mahawyahrti, dkk (2016) membahas tentang Asimetri Informasi, Leverage, Dan Ukuran perusahaan Pada Manajemen Laba dengan hasil asimetri informasi berpengaruh positif pada manajemen laba, leverage berpengaruh positif pada manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba.

Penelitian Ni Putu Tia Rahma Yanti, dkk (2019) membahas tentang Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas pada Manajemen Laba dengan hasil (1) asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi asimetri informasi sebesar 0,789 lebih besar dari 0,05. Artinya, asimetri informasi secara empiris tidak mempengaruhi manajemen laba. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis pertama ditolak. (2) Ukuran perusahaan yang diukur

dengan log aktiva berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi ukuran perusahaan sebesar 0,000. Artinya, ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Secara empiris ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis kedua ditolak. (3) Variabel leverage berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi leverage sebesar 0,000. Artinya, leverage memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Secara empiris leverage berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis ketiga diterima. (4) Variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi leverage sebesar 0,000. Artinya, profitabilitas memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Secara empiris profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis keempat diterima.

Penelitian Vanian Yamaditya Raharja (2014) membahas tentang Pengaruh Asimetri Informasi, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013) dengan hasil asimetri informasi, leverage dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi manajemen laba sebesar 6,9 %. Sedangkan sisanya yaitu 93,1 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain selain ketiga variabel independen tersebut. Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut (1) Asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap praktik manajemen laba. (2) Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian Anak Agung Istri Sarasmitha Dewi, dkk (2019) membahas tentang Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, dan Employee Stock Ownership Program pada Praktik Manajemen Laba dengan hasil asimetri informasi dan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi praktek manajemen laba, sedangkan ESOP berpengaruh pada praktik manajemen laba. Manajemen laba yang dilakukan perusahaan merupakan dampak dari semakin banyaknya jumlah opsi saham yang dihibahkan oleh perusahaan. Pelaksanaan ESOP yang mampu meningkatkan keuntungan karyawan, membuat karyawan termotivasi untuk mencapai target yang diberikan pemilik. Pelaksanaan ESOP membantu dalam penyelarasan kepentingan para karyawan dan pejabat eksekutif sehingga tidak terjadi ketidak selarasan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen entitas untuk menerapkan manajemen laba

Selanjutnya Penelitian Agung Wicaksono, dkk (2014) membahas tentang pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba (studi pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) dengan hasil asimetri informasi berpengaruh positif terhadap praktek manajemen laba melalui pendekatan akrual. Hal ini sejalan dengan penelitian Richardson (1998) yang menunjukkan bahwa keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajemen laba.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapat dari ilmu atau teori yang dipakai sebagai landasan teori, yang dihubungkan dengan variabel yang diteliti.

3.1.1 Pengaruh Operasional Perusahaan Manufaktur terhadap Asimetri Informasi ke Pemegang Saham

Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan stakeholder lainnya, termasuk regulator. Beberapa kajian teoritis dan analitis telah menunjukkan fenomena manajemen laba terjadi ketika terdapat asimetri informasi, yaitu bahwa manajemen memiliki informasi privat mengenai kinerja dan prospek perusahaan yang lebih banyak dibandingkan pihak ekstern (stakeholder). Dye (1998), Truemandan Titman (1988) telah menunjukkan secara analisis bahwa suatu kondisi penting yang mengakibatkan manajemen melakukan manajemen laba yaitu adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pemegang saham perusahaan. Namun demikian, sedikit sekali bukti empiris yang mendukung riset analitis tersebut. Richardson (1998) menguji hubungan antara asimetri informasi dan manajemen laba dalam kondisi khusus, yaitu ketika terdapat *seasoned equity offering* yang diduga memberikan insentif yang kuat bagi manajemen untuk melakukan manajemen laba. menemukan bukti bahwa semakin besar asimetri informasi antara manajer

dan pemegang saham, perusahaan cenderung untuk melakukan manajemen laba. Dengan demikian, jika tidak ada asimetri informasi maka manajer tidak dapat mudah melakukan manajemen laba.

3.1.2 Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Praktek Manajemen Laba

Salah satu faktor terjadinya tindakan praktek manajemen laba di dalam perusahaan yaitu adanya asimetri informasi antara pengelola perusahaan (*Agent*) dengan pemilik (*Principa*). Asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana manajer memiliki akses informasi yang lebih banyak mengenai prospek perusahaan secara keseluruhan yang tidak dimiliki oleh pihak eksternal.

Di dalam asimetri dinyatakan bahwa jika kedua belah pihak (agent dan principal) adalah orang-orang yang berupaya untuk memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agent tidak akan selalu bertindak untuk memaksimalkan keuntungan principal. Principal dapat membatasi perilaku agent tersebut dengan menetapkan insentif/ bonus yang sesuai dengan kinerja agent serta melakukan pengawasan untuk meminimalkan perilaku agent yang menyimpang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Desmiyawati, 2009) dan (Manggau, 2016) menyimpulkan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

3.1.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan

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 *cash flow* dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator (pemerintah) akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum.

Menurut (Veronica & Utama, 2005) membuktikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil tingkat manajemen labanya. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desmiyawati, (2009) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba

3.1.4 Pengaruh Asimetri Informasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba

Salah satu informasi yang terdapat dalam laporan keuangan dan sering digunakan untuk mengukur peningkatan atau penurunan kinerja perusahaan adalah laba (*earnings*). Laba yang digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan di ukur dengan menggunakan dasar akrual. Prinsip Akuntansi Berterima Umum memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen perusahaan dalam memilih metode/ kebijakan akuntansi dalam melaporkan laba selama tidak menyimpang dari Standar Akuntansi Keuangan. Namun, adanya fleksibilitas yang senantiasa terbuka dalam implementasi Prinsip Akuntansi yang Berlaku Umum memberikan peluang terjadinya praktik pengelolaan laba yang dilakukan oleh manajemen untuk tujuan tertentu yang dikenal dengan istilah manajemen laba.

Salah satu faktor terjadinya tindakan praktek manajemen laba di dalam perusahaan yaitu adanya asimetri informasi antara pengelola perusahaan (*Agent*) dengan pemilik (*Principa*). Asimetri informasi merupakan suatu kondisi

dimana manajer memiliki akses informasi yang lebih banyak mengenai prospek perusahaan secara keseluruhan yang tidak dimiliki oleh pihak eksternal.

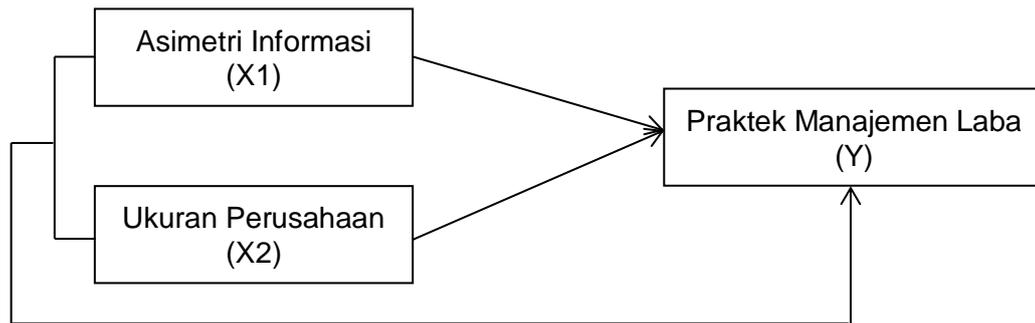
Di dalam asimetri dinyatakan bahwa jika kedua belah pihak (agent dan principal) adalah orang-orang yang berupaya untuk memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agent tidak akan selalu bertindak untuk memaksimalkan keuntungan principal. Principal dapat membatasi perilaku agent tersebut dengan menetapkan insentif/ bonus yang sesuai dengan kinerja agent serta melakukan pengawasan untuk meminimalkan perilaku agent yang menyimpang.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan

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 cash flow dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator (pemerintah) akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum.

Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian terdahulu, maka yang menjadi variabel didalam penelitian ini adalah asimetri informasi dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen (bebas) dan praktek manajemen laba sebagai variabel dependen (terikat).

kerangka konseptual tersebut dapat di gambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

3.2 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara perilaku atau keadaan tertentu yang telah terjadi. Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian (Juliandi, dkk, 2015).

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian ini, maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Asimetri informasi berpengaruh positif terhadap Praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Asimetri informasi dan ukuran perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Praktek manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia