

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA
PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Padang*



OLEH:

MUHAMMAD ALGIFARI

2008/02193

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

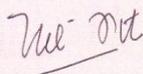
PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA
PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Nama : Muhammad Algifari
BP/NIM : 2008/02193
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Akuntansi Keuangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juni 2012

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Nelvirita, SE, M.Si, Ak.
NIP. 19740706 199903 2 002

Pembimbing II



Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak.
NIP. 19771123 200312 1 003

Diketahui Oleh:
Ketua Prodi Akuntansi

Fefri Indra Arza, SE, M.Sc.
NIP. 19730213 199903 1 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

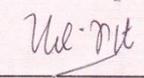
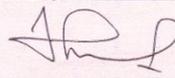
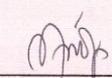
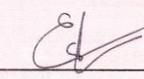
**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang**

**PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA
PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

Nama : Muhammad Algifari
BP/NIM : 2008/02193
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Keuangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 4 Juli 2012

Tim Penguji

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	: Nelvirita, S.E, M.Si, Ak	1. 
2.	Sekretaris	: Henri Agustin, S.E, M.Sc, Ak	2. 
3.	Anggota	: Nurzi Sebrina, S.E, M.Sc, Ak	3. 
4.	Anggota	: Erly Mulyani, S.E, M.Si, Ak	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Algifari
NIM/Thn. Masuk : 02193/2008
Tempat/Tgl Lahir : Padang / 12 Juni 1990
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Keuangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jln. Pasar Raya II No. 11 Padang
No. Hp/Telepon : 085363000664
Judul Skripsi : Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya/pendapat yang telah ditulis/dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah, apabila telah ditandatangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.



ABSTRAK

Muhammad Algifari (02193/2008) : Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

**Pembimbing : 1. Nelvirita, SE, M.Si, Ak
2. Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: 1) Pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba. 2) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. 3) Pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2007 sampai 2010. Pemilihan sampel dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan teknik dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan uji t untuk melihat pengaruh pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan,, dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan (1) asimetri informasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba; (2) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba; (3) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dengan demikian, penentu utama dari manajemen laba perusahaan adalah ukuran perusahaan, untuk itu pihak perusahaan perbankan dan investor harus memperhatikan variabel tersebut.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya, khususnya dalam penyusunan skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Pada Sektor Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan guna menyelesaikan pendidikan program S-1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan dorongan baik moril maupun materil dari berbagai pihak, sehingga dengan itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nelvirita, S.E, M.Si, Ak selaku pembimbing I dan Bapak Henri Agustin, S.E, M.Sc, Ak selaku pembimbing II yang penuh perhatian dan kesabaran membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Nurzi Sebrina, S.E, M.Sc, Ak dan Ibu Erly Mulyani, S.E, Msi, Ak terima kasih atas kritik dan saran yang telah Bapak dan Ibu berikan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Fefri Indra Arza, S.E, M.Sc dan Bapak Henri Agustin, S.E, M.Sc, Ak selaku ketua dan sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Henri Agustin, S.E, M.Sc, Ak selaku Pembimbing Akademik.
6. Ibu Asma Lidya, A.Md selaku staf administrasi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Pegawai Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Orang tua dan keluarga besar penulis yang telah memberikan bantuan moril dan materil pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Adinda Dini, makasih atas dukungan, pengertian, dan pengorbanannya dalam membantu kelancaran penulisan skripsi ini, tetap semangat dan berjuang, *just remember our goals*.
11. Seluruh rekan – rekan seperjuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan semua pihak yang telah ikut memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang bapak/ibu dan rekan–rekan berikan menjadi amal saleh dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan

saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Padang, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	
1. Manajemen Laba	13
a. Pengertian	13
b. Faktor Pendorong Manajemen Laba	15
c. Teknik Manajemen Laba	18
d. Pola Manajemen Laba	20
2. Teori Keagenan (<i>Agency Teory</i>)	21
3. Tinjauan tentang Asimetri Informasi dan Teori <i>Bid-Ask Spread</i>	21
a. Pengertian Asimetri Informasi	21
b. Penyebab Asimetri Informasi	22
c. Tipe-Tipe Asimetri Informasi	23
d. Teori <i>Bid-Ask Spread</i>	24
4. Ukuran Perusahaan	26
a. Pengertian	26
b. Jenis-Jenis Ukuran Perusahaan	27
5. Profitabilitas	28
a. Pengertian	28

b. Return On Asset	30
6. Penelitian yang Relevan	31
7. Hubungan Antar Variabel	33
a. Hubungan Asimetri Informasi dengan Manajemen Laba	33
b. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba	35
c. Hubungan Profitabilitas dengan Manajemen Laba	37
B. Kerangka Konseptual	39
C. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Jenis dan Sumber Data	44
1. Jenis Data	44
2. Sumber Data	45
E. Pengukuran Variabel	45
1. Variabel Terikat (Y)	45
2. Variabel Bebas (X)	46
F. Teknik Pengumpulan Data.	48
G. Teknik Analisis Data .	48
1. Uji Asumsi Klasik	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Multikolinearitas	49
c. Uji Heterokedastisitas	50
d. Uji Autokorelasi	50
2. Analisis Regresi Berganda	51
3. Uji Model Penelitian	51
a. Uji F (f –test)	51
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4. Uji t (Uji Hipotesis)	52
H. Definisi Operasional	53
1. Manajemen Laba	53
2. Asimetri Informasi	54
3. Ukuran Perusahaan	54
4. Profitabilitas	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Deskripsi Variabel Penelitian	57
1. Analisis Deskriptif	57

a.	Manajemen Laba Pada Sektor Perbankan di BEI	57
b.	Asimetri Informasi (X_1) Pada Sektor Perbankan di BEI	62
c.	Ukuran Perusahaan (X_2) Pada Sektor Perbankan di BEI	64
d.	Profitabilitas (X_3) Pada Sektor Perbankan di BEI	66
2.	Statistik Deskriptif	68
3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	69
a.	Uji Normalitas Residual	69
b.	Uji Multikolinearitas	70
c.	Uji Heterokedastisitas	71
d.	Uji Autokorelasi	72
4.	Persamaan Regresi	73
5.	Pengujian Model Penelitian	75
a.	Uji F Statistik	75
b.	Uji Koefisien Determinasi	75
6.	Pengujian Hipotesis (Uji t)	76
a.	Asimetri informasi yang diukur dengan <i>relative bid ask spread</i> tidak berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba.	76
b.	Ukuran perusahaan yang diukur dengan Ln Total Asset berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba.	77
c.	Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba.	77
C.	Pembahasan	
1.	Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba	78
2.	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	79
3.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba	81
 BAB V PENUTUP		
A.	Simpulan	83
B.	Keterbatasan Penelitian	83
C.	Saran	84
 DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
		80

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Kriteria Pengambilan Sampel	44
2 Daftar Bank yang Menjadi Sampel	44
3 Ketentuan Nilai <i>Durbin-Watson</i>	51
4 Data <i>Discretionary Accruals</i> (DA) Pada Sektor Perbankan	59
5 Data Manajemen Laba Pada Sektor Perbankan	61
6 Data Asimetri Informasi Pada Sektor Perbankan	63
7 Data Ukuran Perusahaan Pada Sektor Perbankan	65
8 Data Profitabilitas Pada Sektor Perbankan	67
9 Statistik deskriptif	68
10 Uji normalitas residual	70
11 Uji Multikolinearitas	71
12 Uji Heterokedastisitas	72
13 Uji Autokorelasi	73
14 Uji Regresi Linear Berganda	73
15 Uji F	75
16 Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Kerangka Konseptual Penelitian	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Data Tabulasi Sampel	89
2 Nilai α dan β untuk mencari DA	90
3 Nilai <i>ask</i> dan <i>bid</i> untuk mencari Asimetri Informasi	91
4 Total Aset Perusahaan Perbankan	92
5 Ikhtisar Keuangan Bank BCA	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini persaingan di dunia bisnis sangat ketat. Hal ini menyebabkan manajemen perusahaan berusaha untuk menampilkan performa terbaik perusahaan. Performa suatu perusahaan dapat mencerminkan nilai pasar perusahaan dan dapat mempengaruhi minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Salah satu media yang digunakan investor untuk menilai kinerja atau peforma perusahaan adalah laporan keuangan.

Laporan keuangan merupakan informasi akuntansi yang menggambarkan seberapa besar kekayaan perusahaan, seberapa besar penghasilan yang diperoleh perusahaan serta transaksi-transaksi ekonomi apa saja yang telah dilakukan perusahaan yang bisa mempengaruhi kekayaan dan penghasilan perusahaan (Tandelilin, 2001:233). Sehingga dapat tergambar bahwa laporan keuangan merupakan alat komunikasi antara pihak internal perusahaan yaitu pihak manajemen dengan pihak eksternal yang terkait dengan perusahaan.

Penyusunan laporan keuangan menggunakan dasar akrual. Dasar akrual adalah penentuan pendapatan dan biaya dari posisi harta dan kewajiban ditetapkan berdasarkan kejadian tanpa melihat apakah transaksi pembayaran atau penerimaan kas telah dilakukan atau belum. Dasar akrual dipilih karena lebih rasional dan adil dalam mencerminkan kondisi keuangan perusahaan secara riil. Namun, penggunaan dasar akrual ini dapat memberikan keleluasaan kepada pihak

manajemen dalam memilih metode akuntansi selama tidak menyimpang dari aturan standar akuntansi keuangan yang berlaku.

Keleluasaan pihak manajemen dalam memilih metode akuntansi dapat menyebabkan manajemen melakukan praktik manajemen laba (*earnings management*). Menurut Sulistyanto (2008), manajemen laba adalah tindakan-tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang. Sedangkan menurut Wild (2005), manajemen laba dapat didefinisikan sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk tujuan pribadi. Manajemen laba muncul ketika manajer menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan untuk menyesatkan stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang ingin diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu (Sulistyanto, 2008). Jadi, manajemen berusaha melakukan intervensi terhadap laporan keuangan terutama pada informasi laba untuk dapat mengelabui stakeholder dalam menilai kinerja perusahaan.

Informasi laba atau *earning* merupakan komponen keuangan yang menjadi pusat perhatian sekaligus dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Sehingga informasi laba ini sering menjadi target rekayasa melalui tindakan oportunistik manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya, tetapi hal ini merugikan pihak-pihak yang memakai laporan keuangan tersebut. Kualitas laba yang dilaporkan oleh perusahaan patut dipertanyakan, karena banyaknya dan

besarnya peluang untuk melakukan manajemen laba. Oleh karena itu, perlu dilakukan deteksi terhadap manajemen laba untuk melihat kualitas laba itu sendiri.

Motivasi manajemen laba adalah keinginan manajer atau perusahaan untuk meminimalisir biaya, yang meliputi transfer kekayaan yang harus ditanggung perusahaan berkaitan dengan regulasi, subsidi pemerintah, pajak, tarif karyawan dan sebagainya. Pemicu lain adalah keinginan manajemen untuk memberikan informasi kepada pihak luar secara berlebihan untuk meningkatkan kepercayaan pihak eksternal pada perusahaan (Effendi, 2009). Menurut Sulistyanto (2008), ada beberapa alasan yang dijadikan dasar pemahaman tindakan manajer dalam melakukan tindakan manajemen laba yaitu *bonus scheme*, *debt covenant*, *political motivation*, *taxation motivation*, penggantian *Chief Executive Officers (CEO)*, *Initial Public Offerings (IPO)*, dan mengkombinasikan informasi kepada investor.

Walaupun manajemen laba dianggap sebagai kecurangan akuntansi karena dapat menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam mengambil keputusan, namun manajemen laba masih dapat dilakukan menurut Prinsip-prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) tetapi belum diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Apabila belum ada pengaturan oleh PSAK, manajemen menggunakan pertimbangannya untuk menetapkan kebijakan akuntansi yang memberikan informasi bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan. Dalam melakukan pertimbangan tersebut manajemen memerhatikan :

- a) Persyaratan dan pedoman PSAK yang mengatur hal-hal yang mirip dengan masalah terkait,
- b) Definisi, kriteria pengakuan dan pengukuran asset, kewajiban, penghasilan dan beban yang ditetapkan dalam kerangka dasar penyusunan dan

penyajian laporan keuangan, c) Persyaratan yang dibuat oleh badan pembuat standar lain dan praktik industri yang lazim sepanjang konsisten dengan huruf a dan b paragraf ini. (PSAK No. 1, paragraf 16).

Manajemen laba yang masih dapat dilakukan menurut PABU salah satunya adalah memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi. Sebagai akibat ketidakpastian aktivitas usaha, banyak unsur laporan keuangan yang tidak dapat diukur dengan tepat tetapi hanya dapat diestimasi. Proses estimasi mempertimbangkan informasi terakhir yang tersedia. Estimasi diperlukan, sebagai contoh untuk penyisihan piutang tak tertagih, keusangan persediaan dan masa manfaat dari aset yang disusutkan. Penggunaan estimasi yang wajar adalah bagian yang penting dari penyusunan laporan keuangan dan tidak melemahkan keandalannya. (PSAK No. 25, paragraf 22).

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham). Keadaan seperti ini membuat manajer cenderung menjadi pihak yang lebih superior dalam menguasai informasi dibandingkan pihak lain. Sehingga informasi yang disampaikan kepada pemilik berupa laporan keuangan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kesenjangan informasi antara manajer dengan pemilik ini disebut dengan asimetri informasi (*Information asymmetry*) (Sulistiyanto, 2008:21).

Anthony dan Govindarajan (2001:270) menyatakan bahwa kondisi asimetri informasi muncul dalam teori keagenan (*agency theory*), yaitu prinsipal (pemilik / atasan) memberikan wewenang kepada agen (manajer / bawahan) untuk mengatur

perusahaan yang dimilikinya. *Agency theory* mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. Asimetri informasi ini yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba dalam mengungkapkan informasi-informasi penting mengenai perusahaan. Semakin besar asimetri informasi, maka semakin besar pula dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba (Sulistyanto, 2008). Richardson (1998) dalam Rahmawati dkk (2006) berpendapat bahwa terdapat hubungan yang sistematis antara magnitude asimetri informasi dengan tingkat manajemen laba. Ketika asimetri informasi tinggi pemegang saham tidak memiliki sumber daya yang cukup, insentif, atau akses data atas informasi yang relevan untuk memonitor tindakan manajemen, sehingga hal ini memberikan kesempatan atas praktik manajemen laba.

Healy (1995) dalam Rahmawati dkk (2006) menggunakan *bid-ask spread* sebagai salah satu ukuran dalam likuiditas pasar yang digunakan secara luas sebagai pengukur asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham perusahaan. Sebagai bukti dari kemampuan *bid-ask spread* dalam menangkap informasi seputar perusahaan ditunjukkan oleh Healy (1995) yaitu seorang yang melaporkan bukti dari hubungan yang negatif antara *bid-ask spread* dan kebijakan pengungkapan perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur dan menentukan nilai dari besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan yang sering digunakan adalah nilai aktiva perusahaan. Nilai aktiva dipakai sebagai ukuran perusahaan karena perusahaan yang besar selalu diidentikkan dengan nilai aktiva yang besar

pula. Keadaan ini membuat manajer termotivasi untuk melakukan manajemen laba karena manajemen percaya bahwa para pemakai laporan keuangan masih mendasarkan salah satu penilaiannya mengenai perusahaan pada angka nilai aktiva. Albrech dan Richardson (1990), dalam Siregar (2005) menemukan bahwa perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang kritis oleh pihak luar.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba karena perusahaan besar memiliki aktivitas operasi yang lebih kompleks sehingga akan lebih berhati-hati melakukan rekayasa atas laba (Watts dan Zimmerman, dalam Rahmawati dkk, 2006). Moses (1997) dalam Angraini (2008) menemukan bukti bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih besar, kurang memiliki dorongan yang besar untuk melakukan rekayasa laporan keuangan dibandingkan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar menjadi subjek pemeriksaan (pengawas yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum). Pernyataan di atas dengan sendirinya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Terdapat beberapa cara yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah pegawai yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktifitas operasi perusahaan, nilai penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan dan nilai pasar akhir tahun. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aktiva perusahaan karena total aktiva yang disajikan secara

historis dianggap stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan (Mayanda, 2008).

Menurut Hanafi (1996:83) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset atau modal saham tertentu yang dapat mencerminkan efisiensi suatu perusahaan.. Profitabilitas merupakan ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan yang mempengaruhi investor untuk membuat keputusan. Pengertian profitabilitas di atas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan selama periode tertentu dalam menghasilkan laba.

Untuk mengukur profitabilitas pada perbankan biasanya menggunakan rasio profitabilitas yaitu alat yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas ini biasa digunakan karena rasio profitabilitas sudah mencakup rasio utang, rasio aktivitas maupun rasio likuiditas (Brigham, 1992 dalam Utami dan Rahayu, 2003:126).

Rasio-rasio profitabilitas yang lazim digunakan antara lain (Oktavia,2009) terdiri dari ROE (*Return on equity*) yaitu rasio yang menggambarkan besarnya kembalian atas modal untuk menghasilkan keuntungan, NPM (*Net Profit Margin*) yaitu rasio antara laba bersih (*net profit* yaitu penjualan setelah dikurangi dengan seluruh biaya termasuk pajak) dibandingkan dengan penjualan, OPM (*Operating Profit Margin*) yaitu rasio antara laba operasi dibandingkan dengan penjualan, dan ROA (*Return on assets*) yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan dari keseluruhan aset yang ada dan digunakan untuk menghasilkan keuntungan.

Menurut Nusantara (2009) dan Utami dan Rahayu (2003:126), rasio profitabilitas yang penting bagi bank adalah ROA.

Terdapat beberapa penelitian yang menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap perusahaan dalam melakukan manajemen laba. diantaranya yaitu Ashari, dkk (1994) dalam penelitiannya menemukan bukti bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah mempunyai kecenderungan lebih besar untuk melakukan manajemen laba. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan White (1970) yang diungkapkan dalam Syahriana (2004) yang menemukan bukti bahwa perusahaan yang ROA menurun cenderung pula untuk melakukan tindakan yang sama. Dapat diduga bahwa fluktuasi laba yang akan memberi dampak pada makin rendah atau menurunnya profitabilitas akan mendorong manajer untuk meratakan labanya. Tingkat profitabilitas yang rendah dapat membuat perusahaan kesulitan dalam menarik perhatian pihak eksternal sehingga cara yang mungkin dapat dilakukan yaitu dengan menunjukkan laba yang relatif stabil dengan cara melakukan manajemen laba.

Tindakan manajemen laba tersebut dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan apabila digunakan untuk mengambil keputusan, karena manajemen laba merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sasaran komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan. Tindakan *earnings management* telah memunculkan beberapa kasus skandal pelaporan akuntansi yang secara luas diketahui, antara lain Enron Merck Worldcom, dan mayoritas perusahaan lain di Amerika Serikat. Manajemen Enron melakukan

penggelembungan (*mark up*) atas pendapatannya sebesar US\$ 600 juta dan menyembunyikan utangnya sejumlah US\$ 1,2 milyar (M. Tuanakota, 2010).

Beberapa kasus juga terjadi di Indonesia seperti pada PT Lippo Tbk terbukti melakukan perataan laba pada laporan laba ruginya. Kasus ini mencuat ketika laporan keuangan Bank Lippo 30 September 2002 kepada publik pada tanggal 28 November 2002, manajemen menyebutkan total aktiva 22,8 triliun dan rugi sebesar 1,3 triliun. Perbedaan laba dikatakan karena adanya kemerosotan nilai agunan yang diambil alih dari Rp 2,393 triliun pada laporan publikasi menjadi Rp 1,42 triliun pada laporan ke BEJ. Akibatnya, dalam keseluruhan neraca terjadi penurunan tingkat kecukupan modal (CAR) dari 24,77 persen menjadi 4,23 persen (www.kompas.com). Selain itu Bank Lippo melakukan pembukuan ganda pada tahun 2002. Pada tahun tersebut Bapepam menemukan adanya tiga versi laporan keuangan. Laporan yang berbeda itu, pertama, yang diberikan kepada publik atau diiklankan melalui media massa pada tanggal 28 November 2002. Kedua, laporan ke BEJ pada tanggal 27 Desember 2002, dan ketiga, laporan yang disampaikan akuntan publik, dalam hal ini kantor akuntan publik Prasetio, Sarwoko dan Sandjaja dengan auditor Ruchjat Kosasih dan disampaikan kepada manajemen Bank Lippo pada tanggal 6 Januari 2003. Dari ketiga versi laporan keuangan tersebut yang benar-benar telah diaudit dan mencantumkan “opini wajar tanpa pengecualian” adalah laporan yang disampaikan pada tanggal 6 Januari 2003. Akibat adanya manipulasi tersebut maka Bapepam menjatuhkan sanksi denda sebesar Rp. 500.000.000,- (Media Akuntansi, 2003). Kasus tersebut jelas sekali memperlihatkan kurangnya tanggung jawab manajemen dalam menginformasikan

kinerja keuangan perusahaannya dan peristiwa ini juga mengindikasikan bahwa manajemen hanya mengutamakan kepentingan manger perusahaan. Peristiwa ini dapat melunturkan kepercayaan para investor terhadap laporan keuangan para emiten tersebut, dan penggandaan laporan keuangan itu juga dapat menyesatkan para investor dan pembaca laporan keuangan lainnya.

Alasan penulis mengambil perusahaan perbankan sebagai sampel penelitian karena terdapat masalah yang terjadi pada beberapa perusahaan perbankan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, selain itu juga perusahaan perbankan cukup sensitif terhadap setiap kejadian praktek manajemen laba. Bank Indonesia sebagai pengawas semua bank yang ada di Indonesia menerapkan cara penilaian kesehatan bank dengan berdasarkan pada laporan keuangan. Penilaian atas status suatu bank (apakah bank tersebut merupakan bank yang sehat atau tidak) dengan menggunakan laporan keuangan itulah yang menyebabkan manajer memiliki inisiatif untuk melakukan manajemen laba supaya perusahaan mereka dapat memenuhi kriteria yang disyaratkan oleh BI (Setiawati dan Na'im, 2001 dalam Nasution dan Stiawan, 2007). Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti mengenai praktik manajemen laba yang terjadi di perusahaan perbankan di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI ”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba?
2. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba?
3. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris tentang :

1. Pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba.
2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
3. Pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pembaca dan peneliti, dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI.
2. Bagi perbankan memberikan referensi serta pengetahuan mengenai pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI, terutama bagi: a) pemegang saham perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI, b) investor dan pemakai laporan keuangan perusahaan perbankan, c) badan-

badan pengambil kebijakan dalam mengevaluasi peraturan pengungkapan laporan keuangan yang berlaku.

3. Bagi akademis menambah sebuah bukti empiris dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Manajemen laba

a. Pengertian

Menurut Sulistyanto (2008), manajemen laba adalah tindakan-tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang. Sedangkan menurut Wild (2005), manajemen laba dapat didefinisikan sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk tujuan pribadi.

Manajemen laba muncul ketika manajer menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan untuk menyesatkan *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang ingin diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu (Sulistyanto, 2008).

Manajemen laba dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan, sebab akrual merupakan komponen yang mudah untuk dipermainkan sesuai dengan keinginan orang yang melakukan pencatatan transaksi dan menyusun laporan keuangan. Alasannya, komponen akrual merupakan komponen yang tidak memerlukan bukti kas secara fisik sehingga

upaya memperlakukan besar kecilnya komponen akrual tidak harus disertai dengan kas yang diterima atau dikeluarkan perusahaan (Sulistyanto, 2008:163).

Manajemen laba dapat dipandang sebagai upaya secara sengaja dimaksud untuk menormalkan laba dalam rangka mencapai kecendrungan atau tingkat yang diinginkan. Manajemen laba merupakan tindakan yang dapat menyesatkan pemakaian laporan keuangan dengan menyajikan informasi yang tidak akurat dan bahkan kadang merupakan penyebab terjadinya tindakan illegal.

Manajemen laba terjadi karena beberapa alasan, seperti untuk meningkatkan kompensasi, menghindari persyaratan utang, memenuhi ramalan analis, dan mempengaruhi harga saham. Manajemen laba dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu : 1) mengubah metode akuntansi, yang merupakan bentuk manajemen laba yang paling jelas terlihat, dan 2) mengubah estimasi dan kebijakan akuntansi yang menentukan angka akuntansi, suatu bentuk manajemen laba yang lebih samar.

Manajemen laba dapat diukur melalui *discretionary accrual* yang dihitung dengan cara menselisihkan total *accruals* dengan *non discretionary accrual*. Model ini menggunakan *Total Accrual* (TA) yang diklasifikasikan menjadi *Discretionary Accrual* (DA) dan *Non Discretionary Accrual* (NDA).

Dalam menghitung *discretionary accrual* digunakan *Modified Jones Model*. Model Modifikasi Jones adalah perkembangan dari model Jones yang dapat mendeteksi manajemen laba lebih baik dibandingkan dengan model-model lainnya sejalan dengan penelitian (Dechow *et al*, 1995 dalam Rahmawati *et al*, 2006). Model perhitungannya sebagai berikut:

- a. Menghitung nilai total akrual yang bertujuan untuk mendapatkan parameter untuk menghitung *Non Discretionary Accruals* (NDA). Total akrual menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it} \dots\dots\dots (1)$$

$$TA_{it}/A_{it-1} = \alpha_1(1/A_{it-1}) + \beta_1(\Delta PO /A_{it-1}) + \beta_2(PPE_{it}/A_{it-1})\dots\dots\dots(2)$$

- b. Dari persamaan regresi diatas, NDA dapat dihitung dengan memasukan kembali koefisien-koefisiennya, dengan menggunakan persamaan :

$$NDA_{it} = \alpha_1(1/A_{it-1}) + \beta_1(\Delta PO /A_{it-1}) + \beta_2(PPE_{it}/A_{it-1})$$

$$DA_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - NDA_{it} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

TA_{it}	= Total akrual perusahaan i pada periode t
DA_{it}	= <i>Discretionary Accrual</i> perusahaan i pada periode t
NDA_{it}	= <i>Non Discretionary Accruals</i> perusahaan i pada periode t
NI_{it}	= <i>Net Income</i> perusahaan i pada periode t
CFO_{it}	= Cash Flow Operating perusahaan i pada periode t
α_1	= Konstanta
β_1, β_2	= Koefisien regresi
A_{it-1}	= Total Aktiva pada periode t-1.
ΔPO	= Selisih pendapatan operasi perusahaan i pada periode t
PPE_{it}	= Nilai aktiva tetap perusahaan i pada periode t

b. Faktor Pendorong Manajemen Laba

Perilaku manajemen laba dapat dijelaskan melalui *Positive Accounting Theory* (PAT) dan *Agency Theory*. Tiga hipotesis PAT yang dapat dijadikan dasar pemahaman tindakan manajemen laba yang dirumuskan Watts and Zimmerman (1986) dalam Elfitri (2003) yaitu:

1) *The bonus plan hypothesis*

Hipotesis ini menyatakan bahwa manajer pada perusahaan dengan *bonus plan* cenderung untuk menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan *income* saat ini. Perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, manajer

perusahaan akan lebih memilih metode akuntansi yang dapat menggeser laba dari masa depan ke masa kini, sehingga dapat menaikkan laba saat ini. Hal ini dikarenakan manajer lebih menyukai pemberian upah yang lebih tinggi untuk masa kini.

Dalam kontrak bonus dikenal dua istilah yaitu *bogey* (tingkat laba terendah untuk mendapatkan bonus) dan *cap* (tingkat laba tertinggi). Jika laba berada di bawah *bogey*, maka tidak ada bonus yang diperoleh manajer sedangkan jika laba berada di atas *cap*, manajer tidak akan mendapat bonus tambahan. Jika laba bersih berada di bawah *bogey*, manajer cenderung memperkecil laba dengan harapan memperoleh bonus lebih besar pada periode berikutnya, demikian pula jika laba berada di atas *cap*. Jadi hanya jika laba bersih berada di antara *bogey* dan *cap*, manajer akan berusaha menaikkan laba bersih perusahaan.

2) *The debt covenant hypothesis*

Hipotesis ini menyebutkan bahwa pada perusahaan yang mempunyai rasio *debt to equity* besar maka manajer perusahaan tersebut cenderung menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan pendapatan maupun laba.

3) *The political cost hypothesis*

Hipotesis ini menyatakan bahwa pada perusahaan yang besar yang memiliki biaya politik tinggi, manajer akan lebih memilih metode akuntansi yang menangguhkan laba yang dilaporkan dari periode sekarang ke periode masa mendatang sehingga dapat memperkecil laba yang dilaporkan. Biaya politik

muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen.

Sementara Scott (2003) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba:

1) *Bonus purposes* (Rencana Bonus)

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih penjualan akan bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini.

2) *Political motivation* (Motivasi Politik)

Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada publik. Hal ini dikarenakan oleh tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3) *Taxation motivation* (Motivasi Perpajakan)

Penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata, manajemen dapat memilih kebijakan akuntansi yang memindahkan laba tahun berjalan ke tahun berikutnya atau sebaliknya dengan menggunakan kebijakan akrual yang diperbolehkan standar akuntansi keuangan.

4) Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa pensiun biasanya ingin memberikan kesan yang baik pada pemegang saham, maka ia cenderung menaikkan laba perusahaan. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

5) *Initial Public Offering* (IPO)

Perusahaan yang akan *go public* melakukan tindakan manajemen laba dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan. Manajemen laba dengan motivasi pajak seringkali terjadi pada saat tertentu, seperti pada saat berlakunya kebijakan mengenai kenaikan atau penurunan tarif pajak, keringanan pajak untuk tujuan tertentu dan pembebanan pajak.

c. Teknik Manajemen Laba

Cara yang digunakan untuk melakukan manajemen laba yaitu dengan memilih prosedur akuntansi atau mengendalikan transaksi akrual. Transaksi akrual adalah transaksi yang tidak mempengaruhi aliran kas masuk maupun aliran kas keluar. Misalnya pengakuan utang biaya atau piutang pendapatan. Jenis-jenis transaksi akrual adalah sebagai berikut:

1) *Non discretionary* (Bukan Kebijakan)

Non discretionary adalah transaksi dicatat dengan menggunakan satu prosedur, apabila prosedur tersebut dipilih, maka manajemen konsisten dalam menggunakan prosedur tersebut. Contoh dari transaksi akrual *Non discretionary* ini adalah metode penentuan beban depresiasi aktiva tetap garis lurus dan angka tahun.

2) *Discretionary*

Transaksi *discretionary* memberikan kebebasan kepada manajemen menentukan jumlah transaksi akrual secara fleksibel. Contoh yang termasuk transaksi ini adalah estimasi tingkat piutang tak tertagih. Secara garis besar penggunaan transaksi *discretionary accrual* adalah menaksir jumlah piutang netto

akan naik, dengan asumsi pendapatan tetap, maka laba tahun ini akan terlihat tinggi. Selain itu ada perubahan umur ekonomis aktiva tetap atau amortisasi aktiva tidak berwujud. Proses yang dilakukan manajemen tersebut adalah dengan cara menggeser periode biaya pendapatan, sehingga manajemen dapat memperoleh keuntungan dibalik perubahan yang dilakukan.

Teknik manajemen laba menurut Setiawati dan Naim (2000) dalam Rahmawati dkk (2006), dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu:

1) Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

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

2) Mengubah metode akuntansi

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

3) Menggeser periode pendapatan dan biaya

Contoh rekayasa periode pendapatan atau pendapatan antara lain: mempercepat atau menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tidak terpakai, mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode berikutnya.

d. Pola Manajemen Laba

Terdapat empat pola manajemen laba menurut Scott (2003) dalam Rahmawati dkk (2006) yaitu:

1) *Taking a bath*

Merupakan tindakan menggeser biaya akrual diskresioner periode mendatang ke periode lain dan atau menggeser pendapatan akrual diskresioner periode kini ke periode mendatang.

2) *Income minimization*

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

3) *Income maximization*

Dilakukan perusahaan dengan meningkatkan laba yang dilaporkan jika laba perusahaan pada periode tersebut turun drastis dengan mengambil laba pada periode berikutnya atau laba pada periode sebelumnya.

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. Praktik perataan laba merupakan salah satu bentuk manajemen laba yang sering dilakukan oleh perusahaan ketika mereka menghadapi paksaan dari kreditor dengan cara mengubah metode akuntansinya.

2. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Manajer memiliki tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dan hal ini menciptakan konflik potensial atas kepentingan yang disebut teori agen (*agency theory*).

Hubungan agen muncul ketika satu orang individu atau lebih yang disebut pemilik (*principals*) mempekerjakan individu lain atau organisasi yang disebut agen untuk melaksanakan pekerjaan dan kemudian mendelegasikan otorisasi pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Dalam konteks manajemen keuangan, hubungan agen yang utama adalah a) antara pemegang saham dan manajer serta b) antara manajer dan pemberik kredit (Jensen *and* Meckling, 1976 dalam Brigham dan Houston, 2001).

3. Tinjauan Tentang Asimetri Informasi dan Teori *Bid-Ask Spread*

a. Pengertian Asimetri Informasi

Menurut Sulistyanto (2008:21), asimetri informasi (*information asymmetry*) adalah kesenjangan informasi antara manajer dengan pihak lain. Asimetri informasi terjadi ketika ada ketidakseimbangan atau kesenjangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*).

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik

(pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan.

Laporan keuangan digunakan oleh berbagai pihak, termasuk manajemen perusahaan itu sendiri. Namun pihak yang paling membutuhkan laporan keuangan ialah pihak eksternal, karena pihak ini berada dalam ketidakpastian (Irfan, 2002). Para manajemen mengetahui peristiwa-peristiwa signifikan yang terjadi di dalam perusahaan, sehingga tingkat ketergantungannya terhadap informasi akuntansi tidak sebesar pihak diluar manajemen atau pihak eksternal. Situasi inilah yang akan memicu munculnya asimetri informasi.

b. Penyebab Asimetri Informasi

Menurut Sulistyanto (2008:21), kesenjangan informasi antara manajer dengan pihak lain disebut dengan asimetri informasi (*information asymmetry*). Kesenjangan informasi inilah yang mendorong manajer untuk berperilaku oportunistis dalam mengungkapkan informasi-informasi penting mengenai perusahaan. Semakin besar asimetri informasi semakin besar dorongan bagi manajer untuk berperilaku oportunistis.

Perilaku oportunistis seorang manajer mengakibatkan manajer hanya akan mengungkapkan suatu informasi tertentu apabila ada manfaat yang diperolehnya. Sedangkan informasi yang tidak bermanfaat baginya akan disembunyikan atau ditunda pengungkapan informasi tersebut. Bahkan jika perlu manajer akan mengubah atau memalsukan informasi tersebut jika ada manfaat yang bisa

diperolehnya (Sulistyanto, 2008:21). Tindakan-tindakan inilah yang disebut sebagai praktek manajemen laba.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham). Adanya asimetri informasi memungkinkan adanya konflik yang terjadi antara manajemen dan pemegang saham yang saling mencoba untuk memanfaatkan pihak lain untuk kepentingan sendiri. Hal ini sesuai dengan *agency theory* yang mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (*agent*) dengan pemilik (*principal*).

Jensen dan Meckling (1976) dalam Komalasari (2001) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Prinsipal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitor yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

c. Tipe-Tipe Asimetri Informasi

1) *Adverse selection*

Adverse selection adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan/akan melangsungkan suatu transaksi usaha, atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain. *Adverse selection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak

dalam (*insiders*) lainnya lebih mengetahui kondisi kini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar.

2) *Moral Hazard*

Moral hazard adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

d. Teori *Bid-Ask Spread*

Dalam penelitian ini asimetri informasi diukur dengan menggunakan *bid-ask spread* yang merupakan salah satu ukuran dalam likuiditas yang mengukur asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham perusahaan. Dimana asimetri informasi dilihat dari selisih harga saat *ask* dengan harga *bid* saham perusahaan atau selisih harga jual dengan harga beli saham perusahaan selama satu tahun (Benardi, 2008).

$$SPREAD = \frac{(Ask_{i,t} - bid_{i,t})}{\left\{ \frac{(Ask_{i,t} + bid_{i,t})}{2} \right\}} \times 100\%$$

Keterangan :

SPREAD = selisih harga saat *ask* dengan harga *bid* perusahaan *i* yang terjadi pada *t*

Ask_{i,t} = harga *ask* tertinggi saham perusahaan *i* yang terjadi pada *t*

Bid_{i,t} = harga *bid* terendah saham perusahaan *i* yang terjadi pada *t*

Literatur mikrostruktur mengenai *bid-ask spread* menyatakan bahwa terdapat suatu komponen *spread* yang turut memberikan kontribusi terhadap kerugian yang dialami *dealer* ketika bertransaksi dengan pedagang terinformasi tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya pemrosesan pesanan (*order processing cost*), adalah biaya yang ditarik oleh pembuat pasar untuk mencocokkan order pembelian dan penjualan, yang terdiri dari biaya yang dibebankan oleh pedagang sekuritas (efek) atas kesiapannya mempertemukan pesanan pembelian dan penjualan, dan kompensasi untuk waktu yang diluangkan oleh pedagang sekuritas guna menyelesaikan transaksi,
- 2) Biaya penyimpanan persediaan (*inventory holding cost*), yaitu biaya yang ditanggung oleh pedagang sekuritas untuk membawa persediaan saham agar dapat diperdagangkan sesuai dengan permintaan, dan
- 3) *Adverse selection component*, menggambarkan suatu upah (*reward*) yang diberikan kepada pedagang sekuritas untuk mengambil suatu risiko ketika berhadapan dengan investor yang memiliki informasi superior. Komponen ini terkait erat dengan arus informasi di pasar modal.

Berkaitan dengan *bid-ask spread*, fokus perhatian akuntan adalah pada komponen *adverse selection* karena berhubungan dengan penyediaan informasi ke pasar modal.

4. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian

Brigham dan Houston (2001:119) menyatakan bahwa ukuran perusahaan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun, ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan, atau modal dari perusahaan tersebut.

Salah satu tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil (Indriani, 2005 dalam Daniati dan Suhairi, 2006). Dikarenakan total aktiva perusahaan bernilai milyaran rupiah maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikannya ke dalam logaritma natural dari total aktiva (Benardi, 2008).

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Total Asset}$$

Secara teoritis perusahaan yang mempunyai ukuran yang lebih besar mempunyai kepastian yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan. Hal

tersebut dapat membantu investor memprediksi risiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan itu (Yolana dan Dwi, 2005). Menurut Nasution dan Setiawan (2007) menyatakan bahwa perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan perusahaannya dengan lebih akurat. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajer yang memimpin perusahaan yang lebih besar memiliki kesempatan yang lebih kecil dalam memanipulasi laba dibandingkan dengan manajer di perusahaan kecil.

b. Jenis-Jenis Ukuran Perusahaan

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 pasal 6 ukuran perusahaan di Indonesia dibagi menjadi,

- 1) Usaha Mikro dengan kriteria sebagai berikut :
 - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha Kecil dengan kriteria sebagai berikut :
 - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha Menengah dengan kriteria sebagai berikut :
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
- 4) Usaha Besar dengan kriteria sebagai berikut :
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

5. Profitabilitas

a. Pengertian

Perolehan profitabilitas merupakan salah satu tujuan yang diinginkan oleh suatu perusahaan. Menurut Hanafi (1996:83) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset atau modal saham tertentu yang dapat mencerminkan efisiensi suatu perusahaan. Dengan demikian dapat dilihat banyak faktor yang menentukan profitabilitas.

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka [profitabilitas](#) dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, [pendapatan per saham](#), dan [laba penjualan](#). Nilai profitabilitas menjadi ukuran bagi [kehatan perusahaan](#) (Kasmir, 2005:304). Hal ini sangat penting bagi perusahaan karena dengan tingginya tingkat kesehatan perusahaan, investor semakin tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Dari pengertian profitabilitas di atas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan selama periode tertentu dalam menghasilkan laba, sehingga profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan demikian tidaklah mesti bahwa suatu perusahaan yang menghasilkan laba yang lebih tinggi secara otomatis dapat menyebabkan profitabilitas yang tinggi, karena kemungkinan dapat terjadi sebaliknya.

Untuk mengukur profitabilitas pada perbankan biasanya menggunakan rasio profitabilitas yaitu alat yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut Kasmir (2008:196) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas ini biasa digunakan karena rasio profitabilitas sudah mencakup rasio utang, rasio aktivitas

maupun rasio likuiditas (Brigham, 1992 dalam Utami dan Rahayu, 2003:126).

Rasio-rasio profitabilitas yang lazim digunakan antara lain (Oktavia,2009) :

1) ROE (*Return On Asset*)

ROE yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki.

2) NPM (*Net Profit Margin*)

NPM merupakan rasio antara laba bersih (*net profit* yaitu penjualan setelah dikurangi dengan seluruh biaya termasuk pajak) dibandingkan dengan penjualan. Rasio *net profit margin* mengukur rupiah laba yang dihasilkan oleh setiap satu rupiah penjualan. Rasio ini memberi gambaran tentang laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan.

3) OPM (*Operating Profit Margin*)

Operating profit margin merupakan rasio antara laba operasi dibandingkan dengan penjualan.

4) ROA (*Return On Asset*)

ROA merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

b. Return On Asset

Menurut Nusantara (2009) dan Utami dan Rahayu (2003:126), rasio profitabilitas yang penting bagi bank adalah ROA. Rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dalam hal ini bank, dalam memanfaatkan seluruh dananya, menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh profitabilitas. Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan

manajemen bank dalam memperoleh laba sebelum pajak yang dihasilkan dari rerata total asset. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut (SE BI No.12/11/DPNP tgl 31 Maret 2010) :

$$ROA = \frac{\text{lab a sebelum pajak}}{\text{rerata total asset}} \times 100\%$$

Terdapat beberapa penelitian yang menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap perusahaan dalam melakukan manajemen laba. diantaranya yaitu Ashari et al (1994) dalam penelitiannya menemukan bukti bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah mempunyai kecenderungan lebih besar untuk melakukan manajemen laba. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan White (1970) yang diungkapkan dalam Syahriana (2004) yang menemukan bukti bahwa perusahaan yang ROA menurun cenderung pula untuk melakukan tindakan yang sama. Dapat diduga bahwa fluktuasi laba yang akan memberi dampak pada makin rendah atau menurunnya profitabilitas akan mendorong manajer untuk meratakan labanya. Tingkat profitabilitas yang rendah dapat membuat perusahaan kesulitan dalam menarik perhatian pihak eksternal sehingga cara yang mungkin dapat dilakukan yaitu dengan menunjukkan laba yang relatif stabil dengan cara melakukan manajemen laba.

6. Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap manajemen laba masih terus dilakukan. Berbagai pendapat dikemukakan, berbagai hasil dalam setiap penelitian diperoleh, ada yang sama, ada pula yang berbeda.

Rahmawati dkk (2006) melakukan penelitian tentang pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan publik yang terdaftar di BEJ. Hasilnya menunjukkan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan positif terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan publik.

Siregar dan Utama (2006) melakukan penelitian tentang pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan *good corporate governance* terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di BEJ . Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan keluarga berpengaruh signifikan negatif terhadap praktik manajemen laba.

Handayani dan Rachadi (2009) melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ . Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ.

Nasution dan Setiawan (2007) melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate governance* terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEJ . Hasilnya menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh signifikan negatif terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan.

Wijayanto, dkk (2007) melakukan penelitian tentang pengaruh asimetri informasi terhadap hubungan antara penerapan system perdagangan dua papan di BEJ dan indikasi manajemen laba pada perusahaan perbankan. Hasilnya menunjukkan bahwa kebijakan multipapan tidak memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap manajemen laba dan sedangkan asimetri informasi sebagai variabel independen berpengaruh signifikan positif terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan publik.

Tobing (2010) dalam penelitiannya tentang asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan *good corporate governance* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengemukakan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan dan *good corporate governance* berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba.

Penelitian Effendi (2009) membuktikan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Peneliti ini menggunakan sampel sebanyak 19 perusahaan. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba, sedangkan persentase saham yang ditawarkan kepada public saat IPO tidak berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba.

7. Hubungan antar Variabel

a. Hubungan asimetri informasi dengan manajemen laba

Asimetri informasi memiliki hubungan dengan manajemen laba. Asimetri informasi ialah kesenjangan informasi antara manajer dengan pihak lain (investor). Menurut Sulistyanto (2008:21), kesenjangan informasi tersebutlah yang mendorong manajer untuk berperilaku oportunistik dalam mengungkapkan informasi-informasi penting mengenai perusahaan. Semakin besar asimetri

informasi semakin besar dorongan bagi manajer untuk berperilaku oportunistik. Perilaku oportunistik ini mengakibatkan manajer hanya akan mengungkapkan suatu informasi tertentu apabila ada manfaat yang diperolehnya. Sedangkan informasi yang tidak bermanfaat baginya akan disembunyikan atau ditunda pengungkapan informasi tersebut. Bahkan jika perlu manajer akan mengubah atau memalsukan informasi tersebut jika ada manfaat yang bisa diperolehnya. Jadi, karena adanya asimetri informasi ini menyebabkan manajemen menjadi pihak yang lebih banyak mengetahui informasi mengenai perusahaan dibandingkan pihak lain (investor), sehingga hal inilah yang menyebabkan manajemen mempunyai kesempatan untuk melakukan manajemen laba. Sehingga dapat terlihat bahwa asimetri informasi dengan manajemen laba berhubungan positif, yang berarti semakin besar asimetri informasi, maka semakin besar pula dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba.

Anthony dan Govindarajan (2001:270) menyatakan bahwa kondisi asimetri informasi muncul dalam teori keagenan (*agency theory*), yaitu prinsipal (pemilik/atasan) memberikan wewenang kepada agen (manajer / bawahan) untuk mengatur perusahaan yang dimiliki. *Agency theory* mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. Jensen dan Meckling (1976) dalam Komalasari (2001) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal.

Richardson (1998) dalam Rahmawati dkk (2006) juga berpendapat bahwa terdapat hubungan yang sistematis antara magnitudo asimetri informasi dengan tingkat manajemen laba. Hal ini disebabkan karena terjadinya adanya kesenjangan informasi yang membuat manajemen menjadi pihak yang lebih banyak mengetahui informasi tentang keadaan perusahaan sebenarnya. Kesenjangan informasi ini yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba dalam mengungkapkan informasi-informasi penting mengenai perusahaan.

Sesuai dengan pernyataan-pernyataan diatas, maka dalam penelitian ini asimetri informasi berhubungan positif terhadap manajemen laba, adanya asimetri informasi menyebabkan manajer menjadi pihak yang lebih mengetahui informasi tentang perusahaan dibandingkan pihak lain. Hal inilah yang menyebabkan manajer mempunyai peluang untuk melakukan manajemen laba. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar asimetri informasi, maka semakin besar pula dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba.

b. Hubungan ukuran perusahaan dengan manajemen laba

Ukuran perusahaan memiliki hubungan dengan manajemen laba. Menurut Nasution dan Setiawan (2007) menyatakan bahwa perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan perusahaannya dengan lebih akurat. Keadaan tersebutlah yang dapat memperlihatkan bahwa terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba, karena dengan keadaan tersebut menyebabkan manajemen pada perusahaan besar akan memiliki kesempatan yang lebih kecil untuk melakukan

manajemen laba dibandingkan dengan manajemen di perusahaan kecil. Sehingga dapat terlihat bahwa ukuran perusahaan dengan manajemen laba berhubungan negatif, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil pula dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Albrech & Richardson (1990) yang diungkapkan dalam Siregar (2005) yang menemukan bahwa perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang kritis oleh pihak luar. Ashari et al. (1994) dalam Juniarti dan Carolina (2005) juga menyatakan bahwa perusahaan yang berukuran kecil akan lebih cenderung untuk melakukan praktik perataan laba dibandingkan dengan perusahaan besar, karena perusahaan besar cenderung mendapatkan perhatian yang lebih besar dari analis dan investor dibandingkan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba karena perusahaan besar memiliki aktivitas operasi yang lebih kompleks sehingga akan lebih berhati-hati melakukan rekayasa atas laba (Watts dan Zimmerman dalam Rahmawati dkk, 2006). Moses (1997) dalam Angraini (2008) menemukan bukti bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan yang besar untuk melakukan rekayasa laporan keuangan dibandingkan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar menjadi subjek pemeriksaan (pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum).

Sesuai dengan pernyataan-pernyataan diatas, maka dalam penelitian ini ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan perusahaannya dengan lebih akurat. Hal inilah yang menyebabkan manajer tidak mempunyai peluang untuk melakukan manajemen laba. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil pula dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba.

c. Hubungan profitabilitas dengan manajemen laba

Profitabilitas didefinisikan sebagai rasio pengukuran efektivitas manajemen berdasarkan laba yang dilaporkan (Weston dan Copeland 1995) dalam Muchammad (2001:31). Profitabilitas merupakan komponen laporan keuangan perusahaan yang bertujuan untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif dalam jangka panjang dan menaksir risiko dalam investasi atau meminjamkan dana (Dwiatmini dan Nurkholis 2001:28).

Dengan kata lain, profitabilitas menjadi tolak ukur kinerja bagi pihak eksternal. Berdasarkan deskripsi atas profitabilitas di atas, maka dapat diduga bahwa fluktuasi profitabilitas yang rendah atau menurun memiliki kecenderungan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan tindakan manajemen laba dengan cara melakukan perataan laba, terlebih lagi jika perusahaan menetapkan skema

kompensasi bonus didasarkan pada besarnya profit yang dihasilkan. Profitabilitas dapat dijadikan patokan oleh investor maupun kreditor dalam menilai sehat tidaknya perusahaan. Profitabilitas perusahaan juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mengetahui efektivitas perusahaan dalam mengelola *resources* yang dimiliki. Jadi, dapat dilihat bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba, dimana semakin rendah profitabilitas maka akan semakin besar dorongan manajemen untuk melakukan manajemen laba.

Faktor profitabilitas diproksikan menggunakan rasio profitabilitas yaitu *Return on Total Asset (ROA)*. Analisis ROA merupakan salah satu bentuk rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut Belkaoui (2007:200) manajemen laba menurunkan profitabilitas dari jaminan rasio keuangan yang mengakibatkan terjadinya penurunan dalam biaya *default* dan negosiasi ulang. Sedangkan menurut Ashari et al (1994) menyimpulkan bahwa perusahaan yang tingkat profitabilitas rendah mempunyai kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan manajemen laba. Dapat diduga bahwa fluktuasi laba yang akan memberikan dampak pada makin rendah atau menurunnya profitabilitas akan mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba.

B. Kerangka konseptual

Manajemen laba dapat diartikan sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya dilakukan untuk memenuhi tujuan pribadi. Disamping itu juga, manajemen laba adalah pilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Sehingga tindakan ini dapat menyesatkan pemakai laporan keuangan karena menyajikan informasi yang tidak akurat dan merupakan tindakan ilegal.

Manajemen laba terjadi ketika manajemen menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan transaksi untuk mengubah laporan keuangan sebagai dasar kinerja perusahaan yang bertujuan menyesatkan pemilik dan pemegang saham (*shareholders*) atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang mengandalkan angka-angka akuntansi yang dilaporkan. Manajemen laba dapat terjadi karena manajer diberi keluasaan untuk memilih metode akuntansi yang digunakan dalam mencatat dan mengungkapkan informasi keuangan privat yang dimilikinya.

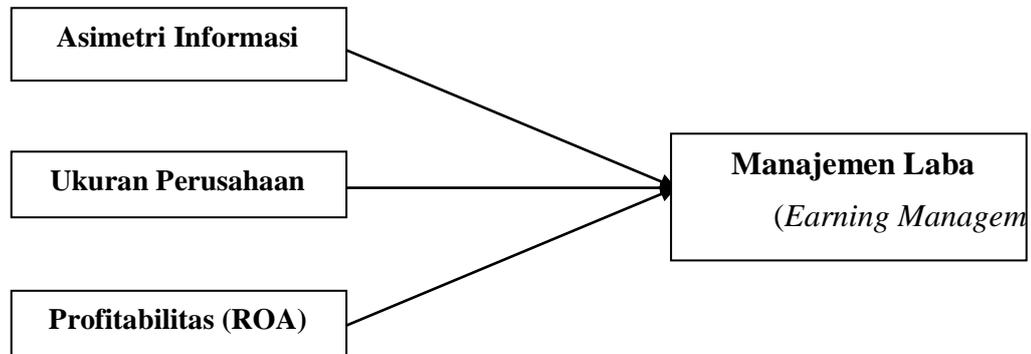
Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham). Keadaan seperti ini membuat manajer cenderung menjadi pihak yang lebih superior dalam menguasai informasi dibandingkan pihak lain. Sehingga informasi yang disampaikan kepada pemilik berupa laporan keuangan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kesenjangan informasi antara manajer dengan pemilik ini disebut dengan asimetri informasi (*Information asymmetry*). Kesenjangan informasi ini yang mendorong

manajer untuk melakukan manajemen laba dalam mengungkapkan informasi-informasi penting mengenai perusahaan. Semakin besar asimetri informasi, maka semakin besar pula dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba.

Ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur dan menentukan nilai dari besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan yang sering digunakan adalah nilai aktiva perusahaan. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan perusahaannya dengan lebih akurat. Keadaan tersebutlah yang dapat memperlihatkan bahwa terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba, karena dengan keadaan tersebut menyebabkan manajemen pada perusahaan besar akan memiliki kesempatan yang lebih kecil untuk melakukan manajemen laba dibandingkan dengan manajemen di perusahaan kecil.

Profitabilitas merupakan komponen laporan keuangan perusahaan yang bertujuan untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif dalam jangka panjang dan menaksir risiko dalam investasi atau meminjamkan dana. Profitabilitas menjadi tolak ukur kinerja bagi pihak eksternal. Fluktuasi profitabilitas yang rendah atau menurun memiliki kecenderungan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan tindakan manajemen laba dengan melakukan perataan laba perusahaan, terlebih lagi jika perusahaan menetapkan skema kompensasi bonus didasarkan pada besarnya profit yang dihasilkan.

Dari uraian di atas, maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

C. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat beberapa hipotesis terhadap permasalahan sebagai berikut :

- H₁ : Asimetri Informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.
- H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.
- H₃ : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar BEI.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauhmana pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2010. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang telah diajukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba pada sektor perbankan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penulis telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang masih perlu revisi. Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan perbankan sebagai sampel sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada jenis

perusahaan lain seperti manufaktur, transportasi, atau telekomunikasi. Selain itu pada penelitian ini hanya meneliti selama 4 tahun saja, sebaiknya untuk meneliti manajemen laba pada perusahaan dengan kurun waktu yang lebih panjang, sehingga lebih terlihat manajemen melakukan manajemen laba.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang melekat pada penelitian ini, maka saran dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk penelitian yang sama, sebaiknya meneliti pada sektor perusahaan lain, agar diperoleh hasil yang lebih baik sesuai dengan data yang diinginkan.
2. Melakukan penelitian tentang pengaruh lain, seperti dari proporsi dewan komisaris independen, keberadaan komite audit, kualitas audit, *leverage* terhadap manajemen laba dengan periode yang lebih panjang.
3. Lakukan penelitian variabel asimetri informasi terhadap manajemen laba dengan metode pengukuran dispersi dan volatilitas *forecast* analisis.