

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas

Pada dasarnya tujuan akhir yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan yang terpenting adalah keuntungan atau laba. Oleh karena itu, manajemen dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditentukan. Profitabilitas umumnya digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba yang berasal dari aktivitas bisnis perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan (I Made Sudana, 2015:25). Baik buruknya kinerja manajemen perusahaan dapat dilihat melalui laba yang dihasilkan.

Menurut Kasmir (2018:196) profitabilitas merupakan digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas juga memberikan gambaran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi intinya adalah penggunaan profitabilitas ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Hery (2016:192) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnis nya. Profitabilitas dikenal juga sebagai rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode

tertentu, profitabilitas ini juga bertujuan untuk menilai tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Profitabilitas merupakan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

Sejalan dengan pendapat Hery, menurut Sofyan Syafari Harahap (2015:304) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Uraian pemaparan diatas, disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki oleh perusahaan dan juga sebagai ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Menurut Hery (2016:192) tujuan dan manfaat penggunaan profitabilitas secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.1.3 Pengukuran Profitabilitas

Terdapat beberapa jenis profitabilitas yang digunakan. Masing-masing jenis profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu atau untuk beberapa periode.

Menurut Hery (2016:193) jenis-jenis profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktik untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah sebagai berikut:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin

rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset (Hery, 2016:193):

$$\text{Hasil Pengembalian atas Aset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total aset}}$$

Kontribusi total aset terhadap laba bersih suatu perusahaan sangat tidak baik jika besaran rasio nya masih berada jauh dibawah rata-rata industri sejenis. Hal ini dapat disebabkan karena: (1) aktivitas penjualan yang belum optimal; (2) banyaknya aset yang tidak produktif; (3) belum di manfaatkannya total aset secara maksimal untuk menciptakan penjualan; dan/atau (4) terlalu besarnya beban operasional serta beban lain-lain.

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas (Hery, 2016:195):

$$\text{Hasil pengembalian atas ekuitas} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{total ekuitas}}$$

Kontribusi ekuitas terhadap laba bersih suatu perusahaan sangat tidak baik jika besaran rasio nya masih berbeda jauh dibawah rata-rata industri. Hal ini disebabkan karena: (1) aktivitas penjualan belum optimal; (2) belum maksimalnya penggunaan modal untuk menciptakan penjualan; dan/atau (3) terlalu besarnya beban operasional serta beban lain-lain.

3. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang dimaksud dengan penjualan bersih di sini adalah penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba kotor (Hery, 2016:196):

$$\text{Marjin laba kotor} = \frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan bersih}}$$

Kontribusi penjualan bersih terhadap laba kotor suatu perusahaan dinilai kurang baik jika rasio nya berada dibawah rata-rata industry sejenis. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan harga jual (tentu saja dengan memperhatikan batas atas harga jual pesaing) dan/atau mengurangi harga pokok

penjualan (misalnya dengan mencari pemasok baru pada harga yang sedikit lebih rendah, namun dengan kualitas yang sama atau sejenis).

4. Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional di sini atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Semakin tinggi marjin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin rendah marjin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor dan/atau tingginya beban operasional.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional (Hery, 2016:197):

$$\text{Marjin laba operasional} = \frac{\text{laba operasional}}{\text{laba bersih}}$$

Kontribusi penjualan bersih terhadap laba operasional dinilai tidak baik jika besaran rasio nya berada dibawah rata-rata industri. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk melakukan efisiensi atas beban operasaional yang terlalu besar.

5. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Marjin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurang antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

Semakin tinggi marjin laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah marjin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih (Hery, 2016:199):

$$\text{Marjin laba bersih} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan bersih}}$$

Kontribusi penjualan bersih terhadap laba bersih dinilai tidak baik jika besaran rasio nya berada dibawah rata-rata industri. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk melakukan efisiensi atas beban operasional serta beban lain-lain yang terlalu besar.

2.1.2 *Leverage*

2.1.2.1 *Pengertian Leverage*

Menurut Kasmir (2018:151) *leverage* merupakan digunakan untuk menilai sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa *leverage* digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan modal atau ekuitas apabila perusahaan di bubarkan (dilikuidasi). Sedangkan menurut Home & Wachowicz (2005) *leverage* pada dasarnya menentukan pada peran pendanaan hutang bagi perusahaan, supaya keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan biaya tetapnya.

Sofyan Syafari Harahap (2015:303) mengemukakan *leverage* atau modal atau debt to equity ratio menggambarkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang-utangnya kepada pihak luar (kreditor).

Menurut I Made Sudana (2015:23) *Leverage* merupakan menggambarkan kemampuan seberapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan. Dalam kegiatan operasional perusahaan dapat menggunakan dua sumber pendanaan yaitu sumber dana internal dan sumber dana eksternal. Sumber dana internal berasal dari ekuitas pemilik dan sumber dana eksternal berasal dari pihak ketiga contohnya perbankan. Selain itu juga perusahaan dapat mencari sumber dana dengan menjual saham di pasar saham. Perusahaan akan berusaha untuk memenuhi perjanjian hutang agar memperoleh penilaian yang baik dari kreditor.

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk menilai seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan leverage ini dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya. Dengan demikian penggunaan *leverage* juga dapat meningkatkan risiko keuntungan. Jika perusahaan mendapat keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham (Harjito dan Martono, 2014 dalam Yofi dan Elly, 2018).

Dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh utangnya dengan seluruh modal yang dimiliki perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Menurut Kasmir (2018:153) tujuan perusahaan dengan menggunakan *leverage* yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Sementara itu, manfaat menggunakan *leverage* adalah (Kasmir, 2018:154) :

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.1.2.3 Pengukuran *Leverage*

Dalam praktiknya, terdapat beberapa jenis *leverage* yang sering digunakan perusahaan. Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam *leverage* antar lain (Kasmir, 2018:155):

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Debt ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasio nya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang. Standar pengukuran untuk menilai baik tidaknya rasio perusahaan, digunakan rasio rata-rata industri yang sejenis. Rumusan untuk mencari debt ratio dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total assets}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2018:157) *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Bagi bank (kreditur), semakin besra rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan

yang mungkin terjadi di perusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuntungan perusahaan.

Debt to equity ratio untuk setiap perusahaan tentu berbeda-beda, tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kas nya. Perusahaan dengan arus kas yang stabil biasanya memiliki rasio yang lebih tinggi dari rasio kas yang kurang stabil. Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut:

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumusan untuk mencari *long term debt to equity ratio* adalah menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{equity}}$$

4. *Times Interest Earned*

Menurut J. Fred Weston *Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C. Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*.

Jumlah kali perolehan bunga atau *times interest earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari para kreditor. Bahkan ketidakmampuan menutup biaya tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. Lebih dari itu, kemungkinan perusahaan menuju ke arah pailit semakin besar.

Secara umum semakin tinggi rasio, semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar bunga pinjaman dana dapat menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru dari kreditor. Demikian pula sebaliknya apabila rasio nya rendah, semakin rendah pada kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan biaya lainnya.

Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Dengan demikian, kemampuan perusahaan untuk membayar bunga pinjaman tidak dipengaruhi oleh pajak.

Rumusan untuk mencari *times interest earned* dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

Atau

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya bunga}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

5. *Fixed Charge Coverage (FCC)*

Fixed charge coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumusan untuk mencari *fixed charge coverage (FCC)* adalah sebagai berikut:

$$\text{Fixed charge coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}$$

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Secara umum ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya suatu objek. Perusahaan dapat digolongkan ke dalam perusahaan besar atau perusahaan kecil dengan membandingkan perusahaan objek dengan perusahaan lain. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ukuran diartikan sebagai berikut:

1. Hasil mengukur;
2. Panjang, lebar, luas, dan besar sesuatu;
3. Bilangan yang menunjukkan besar satuan ukuran suatu benda;

4. Alat untuk mengukur, misalnya penggaris, meteran, jengkal.

Menurut Riyanto (2013:313), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Menurut Brigham dan Houston (2014:188), ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh aset, total penjualan, jumlah laba, dan lain-lain.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan yang dapat diukur melalui kemampuan yang dimiliki perusahaan baik berupa total aset, jumlah laba, total penjualan, dan lain-lain.

2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut UU RI No. 20 tahun 2008 dalam (Riadi: 2020) yang mengatur tentang UMKM dijelaskan bahwa perusahaan diklasifikasikan menjadi tiga. Berikut ketiga jenis ukuran perusahaan tersebut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. 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, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah

atau usaha besar, dengan kekayaan bersih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha menengah 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, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan menurut Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) per tahun.
2. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1.000.000.000–Rp. 10.000.000.000 (satu miliar rupiah sampai sepuluh milyar

rupiah). Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) dan kurang dari Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

3. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) per tahun.

2.1.3.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapasitas pasar, jumlah tenaga kerja dan lain-lain (Janrosl, 2018), semakin besar atau nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu.

1. Total nilai aset, dilihat dari keseluruhan tingkat penjualan yang dimiliki perusahaan.
2. Total penjualan, dilihat dari keseluruhan tingkat penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Kapasitas pasar, dilihat dari harga keseluruhan dari sebuah saham perusahaan.
4. Jumlah tenaga kerja, dilihat dari jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja diperusahaan.

2.1.4 Manajemen Laba

2.1.4.1 Pengertian Manajemen Laba

Manajemen laba dikenal dalam berbagai istilah, antara lain *window dressing* dan *lipstick accounting*. Selain itu seperti *cooked book* atau *income*

smoothing juga dikaitkan dengan manajemen laba. Namun istilah-istilah tersebut memiliki arti yang negatif karena ingin menciptakan laba yang tidak sesuai dengan kenyataan. (Harahap, 2013).

Menurut Schipper (1989) dalam Sulistyanto (2018:42) manajemen laba adalah campur tangan dalam proses penyusunan laporan keuangan eksternal, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi (pihak yang tidak setuju mengatakan bahwa hal ini hanyalah upaya untuk memfasilitasi operasi yang tidak memihak dari sebuah proses).

Menurut Fisher dan Rosenzweig (1995) dalam Sulistyanto (2018:43), manajemen laba adalah tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah suatu tindakan manajemen perusahaan yang melakukan intervensi dalam penyusunan laporan keuangan bagi pihak yang berkepentingan, sehingga dapat meratakan, menaikkan, dan menurunkan laba. Manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan pertimbangan mereka dalam pelaporan keuangan dan struktur transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan tujuan menyesatkan para pemakai yang berkepentingan.

2.1.4.2 Motivasi Manajemen Laba

Terdapat tiga hipotesis PAT (*Positive Accounting Theory*) yang menjadi dasar pemikiran mengenai manajemen laba menurut Watts dan Zimmernan (1986) dalam Sulistyanto (2018:39-40) yaitu:

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Hipotesis ini menunjukkan bahwa manajer pada perusahaan yang akan memberikan bonus, cenderung lebih memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba periode satu ke periode berikutnya. Konsep ini memotivasi manajer untuk mengelola laba. Manajer akan mengelola laba pada laporan keuangan agar selalu bisa mencapai tingkat kinerja yang memberikan bonus.

2. *Debt Equity Hypothesis (Debt Covenant Hypothesis)*

Hipotesis ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menghadapi kesulitan membayar hutang akan membuat manajer perusahaan mengelola laba yang dapat menaikkan laba dan pendapatan, serta cenderung melanggar perjanjian hutang apabila hal tersebut memberikan keuntungan dan manfaat. Keuntungan tersebut berupa mengelola laba agar kewajiban hutang dapat ditunda untuk periode berikutnya sehingga pihak yang ingin mengetahui kondisi perusahaan memperoleh informasi yang salah.

3. *Political Cost Hypothesis (Size Hypothesis)*

Hipotesis ini menunjukkan jika bisa politis semakin besar maka manajer memilih metode akuntansi yang akan memperkecil laba dengan menggunakan laba periode sekarang ke laba periode berikutnya. Konsep ini membahas bahwa manajer perusahaan cenderung melanggar regulasi pemerintah. Manajer akan mengelola laba agar kewajiban pembayaran tidak terlalu tinggi sehingga alokasi laba sesuai dengan kemauan perusahaan.

Secara umum terdapat beberapa hal yang memotivasi individu atau organisasi untuk melakukan tindakan manajemen laba seperti yang diungkapkan Sulistiawan et al. (2011):

1. Motivasi Bonus

Dalam sebuah perjanjian bisnis, pemegang saham akan memberikan sejumlah insentif dan bonus sebagai *feedback* atau evaluasi atas kinerja manajer dalam menjalankan operasional perusahaan. Insentif ini diberikan dalam jumlah relatif tetap dan rutin. Sementara, bonus yang relatif lebih besar nilainya hanya akan diberikan ketika kinerja manajer berada di area pencapaian bonus yang telah ditetapkan oleh pemegang saham. Kinerja manajer salah satunya diukur dari pencapaian laba usaha. Pengukuran kinerja berdasarkan laba dan skema bonus tersebut memotivasi para manajer untuk memberikan performa yang baik sehingga tidak menutup peluang mereka melakukan tindakan manajemen laba agar dapat menampilkan kinerja yang baik demi mendapatkan bonus yang maksimal.

2. Motivasi Utang

Selain melakukan kontrak bisnis dengan pemegang saham, untuk kepentingan ekspansi perusahaan, manajer sering kali melakukan beberapa kontrak bisnis dengan pihak ketiga. Dalam hal ini adalah kreditor. Agar kreditor mau menginvestasikan dananya diperusahaannya, tentunya manajer harus menunjukkan performa yang baik dari perusahaannya. Dan untuk memperoleh hasil maksimal, yaitu pinjaman dalam jumlah yang besar, perilaku kreatif dari manajer untuk

menampilkan performa yang baik dari laporan keuangannya pun seringkali muncul.

3. Motivasi Pajak

Tindakan *creative accounting* tidak hanya terjadi pada perusahaan *go public* dan selalu untuk kepentingan harga saham, tetapi juga untuk kepentingan perpajakan. Kepentingan ini didominasi oleh perusahaan yang belum *go public*, alasannya mereka cenderung melaporkan dan menginginkan dan menyajikan laporan laba fiskal lebih rendah dari nilai yang sebenarnya. Kecenderungan ini memotivasi manajer untuk bertindak kreatif melakukan tindakan manajemen laba agar seolah-olah laba fiskal yang dilaporkan memang lebih rendah tanpa melanggar aturan kebijakan akuntansi perpajakan.

4. Motivasi Penjualan Saham

Motivasi ini banya digunakan oleh perusahaan yang akan *go public* ataupun yang sudah *go public*. Perusahaan yang akan *go public* akan melakukan penawaran saham perdana nya ke public atau lebih dikenal dengan istilah *Initial Public Offering* (IPO) untuk memperoleh tambahan modal usaha dari calon investor. Begitupun dengan perusahaan yang sudah *go public* untuk kelanjutan dan ekspansi usaha.

5. Motivasi Pergantian Direksi

Praktik manajemen laba biasanya terjadi pada sekitar periode pergantian direksi atau *Chief Executive Officer* (CEO). Menjelang berakhirnya masa jabatan, direksi cenderung bertindak kreatif dengan memaksimalkan laba agar performa kerjanya tetap terlihat baik pada tahun terakhir dia menjabat. Motivasi utama yang

mendorong hal tersebut adalah untuk memperoleh bonus yang maksimal pada akhir masa jabatannya.

6. Motivasi Politis

Motivasi ini biasanya terjadi pada perusahaan besar yang bidang usahanya banyak menyentuh masyarakat luas, seperti perusahaan-perusahaan strategis perminyakan, gas, dan air. Demi menjaga tetap mendapatkan subsidi, perusahaan-perusahaan tersebut cenderung menjaga posisi keuangannya dalam keadaan tertentu sehingga prestasi atau kinerjanya tidak terlalu baik karena jika sudah baik, kemungkinan besar subsidi tidak lagi diberikan.

2.1.4.3 Pola Manajemen Laba

Manajemen laba dapat dilakukan dalam dengan berbagai pola, ada yang berusaha untuk menaikkan laba di setiap periode, ada yang memilih untuk membuat labanya menjadi stabil di setiap tahun pelaporan, dan ada beberapa pola lainnya. Terdapat empat pola manajemen laba yang dijelaskan oleh Scott (2015) dalam (Sulistyanto, 2018) yaitu:

1. *Taking a Bath*

Pola manajemen laba yang pertama ini adalah dengan melakukan pelaporan laba pada periode berjalan dengan nilai yang sangat rendah atau sangat tinggi dilihat dari kondisi perusahaan tersebut.

2. *Income Minimization* Pola manajemen yang kedua ini seperti *taking a bath* tapi tidak separah yang dilakukan pada pola *taking a bath*. Pada pola ini laba di periode berjalan dilaporkan lebih rendah dari pada laba sesungguhnya.

3. *Income Maximization*

Pola manajemen laba yang ketiga ini kebalikan dari pola *income minimization*. Pada pola ini yang dilakukan oleh perusahaan adalah melaporkan laba di periode berjalan lebih tinggi dari pada laba sesungguhnya.

4. *Income Smoothing*

Pola manajemen laba yang keempat ini merupakan pola yang sering digunakan yaitu dengan cara meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan laporan eksternal, terutama bagi investor, karena biasanya investor menyukai laba perusahaan yang relatif stabil di setiap periode

2.1.4.4 Indikator Manajemen Laba

Terdapat beberapa model empiris yang digunakan untuk dapat mendeteksi manajemen laba pada suatu perusahaan. Model empiris untuk mendeteksi manajemen laba pertama kali dikembangkan oleh Healy, De Angelo, model Jones serta Model Jones dimodifikasi (Sulistyanto, 2018).

1. Model Healy

Model empiris untuk mendeteksi manajemen laba pertama kali dikembangkan oleh Healy pada tahun 1985. Secara umum model ini tidak berbeda dari model-model yang lain yang dipergunakan untuk mendeteksi manajemen laba. Model ini menghitung nilai total akrual (*TAC*), yaitu mengurangi laba akuntansi yang diperolehnya selama periode tertentu dengan arus kas operasi periode bersangkutan.

$$TAC = Net\ Income - Cash\ flows\ operations$$

Untuk menghitung *nondiscretionary* accruals menggunakan model Healy adalah sebagai berikut:

$$NDA_t = \sum TA/A_{it-1}$$

Keterangan:

NDA : *Nondiscretionary accruals*

TAC : Total akrual yang diskala dengan total aktiva periode t-1

A_{it-1} : Total aktiva periode sebelumnya

NI_{it} : Net Income perusahaan I pada periode t

CFO_{it} : Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan I pada periode t

2. Model De Angelo

Model de angelo dikembangkan oleh De Angelo tahun 1986. Dalam model ini untuk menghitung total akrual (TAC) dengan cara menyelisihkan antara laba akuntansi yang diperoleh dengan arus kas periode bersangkutan.

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Kemudian *nondiscretionary accruals* dihitung dengan menggunakan total akrual akhir periode yang di skala dengan total aktiva periode sebelumnya.

Dirumuskan sebagai berikut:

$$NDA_t = TAC_{t-1}$$

Keterangan:

NDA : *Nondiscretionary accruals*

TAC_{t-1} : Total akrual yang diskala dengan total aktiva periode t-1

NI_{it} : Net Income perusahaan I pada periode t

CFO_{it} : Aliran kas dari aktiva operasi perusahaan I pada periode t

3. Model Jones

Model ini dikembangkan oleh Jones pada tahun 1991. Model Jones mencoba mengontrol pengaruh perubahan keadaan ekonomi perusahaan pada *non discretionary accrual* sebagai berikut:

$$NDA_t = \beta_1 (1/TAt-1) + \beta_2 (\Delta REV_t / TAt-1) + \beta_3 (PPE_t / TAt-1)$$

Keterangan:

ΔREV_t = Pendapatan tahun t dikurangi pendapatan periode t-1

PPE_t = *Gross property plan and equipment* pada tahun t

$Tat-1$ = Total aktiva tahun t-1

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = *Firm-specific parameters*

4. Model Jones Dimodifikasi

Model Jones dimodifikasi ini memperbaiki dari model sebelumnya yang fungsinya untuk mengeliminasi tendensi konjungtor yang ada pada model Jones. Dalam model ini *discretionary accruals* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

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

Langkah selanjutnya nilai *total accruals* (TAC) dihitung menggunakan persamaan regresi linier sederhana atau *Ordinary Least Square* (OLS) sebagai berikut:

$$TAC_{it}/A_{it-1} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it} - \Delta REV_{it-1}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + e \quad (2)$$

Koefisien regresi yang didapat dari rumus (2) digunakan untuk menghitung nilai *non discretionary* (NDA) dengan rumus:

$$NDA_{it} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) \dots \dots \dots (3)$$

Setelah mendapatkan nilai dari *non discretionary* (DA) dihitung dengan rumus:

$$Dait = (TACit/Ait-1) - NDAit \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

- Dait = *Discretionary accrual* perusahaan i pada tahun t
 NDAit = *Non discretionary accrual* perusahaan i pada tahun t
 TACit = Total akrual perusahaan i pada periode t
 NIit = Laba bersih perusahaan i pada periode t
 CFOit = Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan
 Ait-1 = Total aset perusahaan i pada periode t-1
 β = Koefisien regresi
 $\Delta REVit$ = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode t
 $\Delta RECit-1$ = Perubahan piutang perusahaan i pada periode t
 PPEit = Aktiva tetap perusahaan i pada periode t
 e = eror

Apabila hasil dari perhitungan *discretionary accrual* menghilangkan nilai positif maka menunjukkan bahwa perusahaan melakukan *income increasing*, sedangkan jika nilai *discretionary accrual* bernilai negatif maka menunjukkan bahwa perusahaan melakukan *income decreasing*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan yang merupakan sarana penghubung antara pihak internal dan pihak eksternal. Dalam teori keagenan (*theory agency*) (Sulistyanto, 2018:26) Manajer sebagai pihak internal perusahaan mempunyai tanggung jawab dalam menyusun

laporan keuangan yang akan dikeluarkan karena manajer yang mengetahui kinerja perusahaan. Manajer sering kali mempunyai informasi perusahaan yang sengaja disembunyikan yang tidak terungkap dalam laporan keuangan, terutama berkaitan dengan kinerjanya atau kinerja perusahaan yang dipimpinnya. Hal ini akan menimbulkan ketidakseimbangan informasi (asimetri informasi) antara manajer sebagai pihak internal perusahaan dan pihak eksternal perusahaan. Terdapat motif yang dapat mendorong manajer dan ada juga asimetri informasi antara manajer sebagai pihak internal perusahaan dan pihak eksternal perusahaan untuk melakukan perilaku yang menyimpang yaitu praktik manajemen laba yang pada dasarnya merupakan tindakan yang dinilai bertentangan dengan tujuan perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan bisa dilihat dan di analisis melalui rasio keuangan perusahaan. Rasio keuangan merupakan alat untuk mengukur, menganalisis, dan membandingkan data-data yang ada pada laporan keuangan dengan tujuan mengetahui posisi keuangan perusahaan dan menilai sejauh mana kemampuan manajemen perusahaan dalam satu periode tertentu.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil variabel yang menyangkut profitabilitas yang terdiri dari laba setelah pajak dan total aset, *leverage* yang terdiri dari total utang dan total ekuitas, dan ukuran perusahaan yang terdiri dari total aset kemudian apakah memberikan pengaruh pada manajemen laba.

Manajemen laba merupakan intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi, Menurut Fisher dan Rosenzweig (1995) dalam Sulistyanto (2018:43), manajemen laba adalah

tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan atau (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang. Sedangkan Menurut Schipper (dalam Subramanyam, 2010:131). Hal tersebut merupakan perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitas mereka. Manajer melakukan manajemen laba dengan memilih metode atau kebijakan akuntansi terlebih dahulu untuk menaikkan laba atau menurunkan laba. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan model jones yang dimodifikasi.

Profitabilitas dapat dijadikan sebagai alat untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dikatakan baik, sedangkan profitabilitas yang rendah menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dapat dikatakan mengalami penurunan. Menurut Hery (2016:192), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Sejalan dengan pendapat Hery, menurut I Made Sudana (2015:25) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan yaitu *return on assets* (ROA). Menurut Hery (2015:192) ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih, rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Keterkaitan antara profitabilitas dengan manajemen laba. Profitabilitas dijadikan alat untuk mengevaluasi kinerja manajemen, apakah mereka bekerja secara efektif atau tidak. Profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasi. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *return on assets* (ROA). Semakin tinggi atau rendahnya ROA akan mempengaruhi minat para investor untuk melakukan investasi. Untuk menarik minat para investor dalam berinvestasi, manajemen akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dapat ditingkatkan dengan meningkatkan laba setiap periodenya. Akan tetapi jika laba yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka manajemen akan termotivasi untuk melakukan tindakan manajemen laba dengan cara menaikkan laba agar laba yang dilaporkan menjadi lebih besar sehingga dapat menarik para investor. Selain itu, manajemen atau manajer melakukan tindakan manajemen laba juga terkait dengan pemberian bonus atau kompensasi. Dalam *bonus Plan Hypothesis* menyatakan bahwa apabila pada tahun tertentu kinerja sesungguhnya berada dibawah syarat untuk memperoleh bonus, maka manajer akan melakukan manajemen laba agar labanya dapat mencapai tingkat minimal untuk memperoleh bonus. Sebaliknya, jika pada tahun itu kinerja yang diperoleh manajer jauh diatas jumlah yang disyaratkan untuk memperoleh bonus, manajer akan mengelola dana mengatur agar laba yang akan dilaporkan menjadi tidak terlalu tinggi (Sulistyanto, 2018:39). Sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu dalam Katerina Rere W, Ida

Herlina, Deyson Shandi, dan M Rizky B (2020), Ni Putu Yulya, Ni Putu Yuria, dan Putu Weny (2020), dan Vinnie Puspitas Sari (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Namun ada yang menyatakan sebaliknya, yaitu dalam Alexander dan Hengky (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Leverage Menurut Kasmir (2018:151) merupakan digunakan untuk menggambarkan sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau (dilikuidasi). Sejalan dengan pendapat Kasmir, menurut Sofyan Syafari Harahap (2015:303) bahwa *leverage* merupakan kemampuan perusahaan sejauh mana modal pemelik dapat menutupi utang-utangnya kepada pihak luar. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah *debt to equity ratio* (DER) yaitu dengan membandingkan total utang dengan total modal. *Debt to equity ratio* menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang-utangnya kepada pihak luar.

Keterkaitan antara *leverage* terhadap manajemen laba. *Leverage* dengan menggunakan Debt to Equity Ratio (DER). Perusahaan yang memiliki *leverage* (DER) tinggi, manajer perusahaan cenderung menggunakan metode akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba pada periode tertentu. Perusahaan dengan *leverage* (DER) yang tinggi akan mengalami kesulitan dalam memperoleh

pendanaan dari pihak luar bahkan perusahaan terancam melanggar perjanjian hutang. Sehingga perusahaan dengan *leverage* (DER) yang tinggi cenderung untuk melakukan manajemen laba, dikarenakan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor dan kreditor agar mau menanamkan dananya atau meminjamkan dananya ke perusahaan. Semakin tinggi *leverage* perusahaan maka semakin besar risiko yang dihadapi investor akan meminta tingkat keuntungan yang tinggi juga. Penggunaan *leverage* akan menentukan tingkat DER perusahaan. Dengan kondisi tersebut perusahaan akan cenderung melakukan praktik manajemen laba, dengan alasan untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang, hal ini dapat dilihat melalui kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh utangnya dengan menggunakan modal atau aktiva yang dimilikinya. Perusahaan dengan *leverage* (DER) yang tinggi diduga melakukan manajemen laba atau perataan laba karena perusahaan terancam *default* sehingga manajemen membuat kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan (Dewi & Prasetiono, 2012) Sejalan dengan hipotesis *debt covenant hypothesis* (Sulistyanto, 2018:40) dalam teori akuntansi positif yang menjelaskan bahwa dalam *ceteris paribus*, manajer perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* (DER) yang tinggi akan lebih mudah melakukan praktik manajemen laba yaitu dengan memilih prosedur akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan dan menggantikan *earning* untuk periode mendatang ke periode sekarang (Wina & Etna, 2020:8). Sehingga dapat dikatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, yaitu dalam I Komang Ersya Trisma Yasa dkk (2020), Viana dan Herlin (2019), serta Dini dan Kurnia (2016) dalam penelitiannya menyatakan

bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba, sejalan dengan penelitian Ardina Rosalina (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba. Berbeda dengan hasil penelitian Nico Alexander dan Hengky (2017) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, termasuk penelitian Dilla Febia (2019), Olifia Tala dan Herman Karamoy (2017) dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

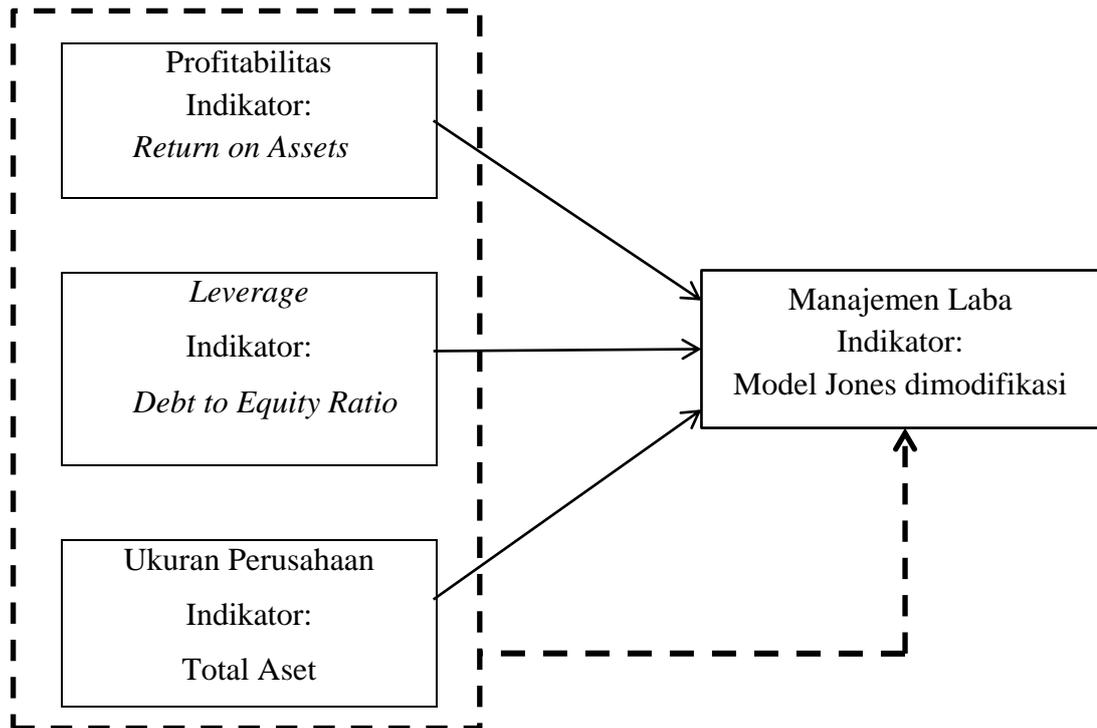
Menurut Brigham & Houston (2014:188) Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dan lain-lain. Sejalan dengan pendapat Brigham & Houston, menurut Riyanto (2013:313) bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Keterkaitan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar atau kecilnya aset perusahaan yang dimilikinya. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat atau publik serta perusahaan akan melaporkan dan menyajikan laporan keuangannya lebih berhati-hati dan transparan, sehingga perusahaan besar lebih sedikit melakukan manajemen laba. Sedangkan dengan perusahaan yang lebih kecil mempunyai kecenderungan untuk melakukan tindakan manajemen

laba dengan cara melaporkan laba yang lebih besar. Hal tersebut untuk menunjukkan kinerja perusahaannya yang memuaskan. Menurut keputusan Bapepam No.Kep 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva atau kekayaan adalah badan hukum yang memiliki total aktiva yang tidak lebih dari 100 milyar rupiah, sedangkan untuk perusahaan besar adalah badan hukum yang total aktivasnya diatas 100 milyar rupaiah. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar total aktiva yang dimilikinya. Hal ini akan berpengaruh terhadap pemerintah yang akan membebankan berbagai biaya (biaya operasi, biaya administrasi) kepada perusahaan. Perusahaan besar dengan aktiva yang dimilikinya juga besar akan memiliki kecenderungan menghasilkan laba perusahaan yang besar pula. Perusahaan besar akan melakukan praktik manajemen laba dengan cara melakukan penurunan laba, karena perusahaan akan menghindari kenaikan laba agar terhindar dari kenaikan pembebanan biaya oleh pemerintah dan masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba, yaitu dalam Kezia dan Dannes (2020), Dendi Purnama (2017), Dian Primanita Oktasri (2020), dan Dwi Suhartono (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Sulistya Ningrum (2010) dan Iram Naz Khurram dkk (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, termasuk penelelitian

Yofi dan Elly (2018), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Kerangka pemikiran diatas dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

—————> = Parsial

- - - - -> = Bersama-sama

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan, tinjauan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka teoritis, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.