

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah cabang teori permainan yang mempelajari rancangan kontrak untuk memotivasi agen rasional untuk bertindak atas nama prinsipal saat kepentingan agen tersebut bertentangan dengan milik prinsipal (Scott, 2015). Vitalis (2017) Adanya kebutuhan pemilik usaha untuk mencari perantara yang bertugas untuk mengawasi pekerjaan yang dilakukan oleh manajemen yang memegang sedikit atau tidak ada kepentingan dalam bisnis dan meyakinkan mereka dari kinerja yang adil maka hal ini dapat menimbulkan konflik keagenan antara pemilik dan manajer.

Agency theory merupakan teori mengenai hubungan antara principal (pemegang saham) dan agen dari prinsipal (manajer perusahaan). Dalam arti luas, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai perhubungan kontrak antara pemegang sumber daya dengan manejer perusahaan. Hubungan badan usaha muncul setiap kali satu atau lebih individu, yang disebut pemegang saham, mempekerjakan satu atau lebih individu lain, yang disebut agen, untuk melakukan beberapa layanan dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen (Muritala, 2018).

Jensen dan Meckling, (1976) ada dua macam bentuk hubungan keagenan, yaitu antara manajer dan pemegang saham (*shareholder*) dan antara manajer dan pemberi pinjaman (*bondholder*). Selanjutnya Jensen dan Mackling, (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah

kontrak antara manajer atau manajemen (*agent*) dengan investor atau pemegang saham (*principal*). Dalam teori ini diasumsikan bahwa dapat memungkinkan manajemen akan berperilaku oportunistik untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri dengan melakukan manajemen laba.

Agen memiliki informasi yang lebih banyak daripada pemegang saham. Hal ini dapat dikatakan sebagai asimetri informasi. Dengan adanya asimetri informasi ini menimbulkan permasalahan yang disebabkan oleh kesulitan pemegang saham untuk memonitor dan melakukan pengendalian terhadap tindakan-tindakan agen. Scott (2015) membagi dua macam asimetri informasi yaitu:

- 1) *Adverse selection*, yaitu para manajer dan orang-orang di dalam perusahaan mengetahui lebih banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan dibanding pihak eksternal perusahaan dan mungkin terdapat fakta-fakta yang tidak disampaikan kepada pemilik atau pemegang saham.
- 2) *Moral hazard*, yaitu kegiatan yang dilakukan oleh manajer yang tidak seluruhnya diketahui oleh investor yaitu pemegang saham ataupun kreditor, sehingga manajer dapat melakukan tindakan yang melanggar kontrak yang mungkin secara norma kurang atau tidak layak dilakukan.

2.2 Teori Sinyal

Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan

antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah (Brigham dan Houston, 2013).

Spence (1973) adalah yang pertama untuk memodelkan sinyal kesetimbangan secara formal, dia melakukannya dalam konteks pasar kerja. Suatu perusahaan terdorong untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal dikarenakan adanya teori sinyal. Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan diterima oleh para pengguna laporan keuangan atau masing-masing pihak yang tidak sama. Hal ini disebabkan karena adanya asimetri informasi tersebut.

Informasi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi para investor. Kualitas informasi dalam laporan keuangan dapat dinilai dari berbagai sudut pandang, yaitu keakuratan, relevan, kelengkapan informasi dan ketepatan waktu (Connelly *et al.* 2011).

Teori sinyal menjelaskan terkait bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal yang berguna bagi para pengguna laporan keuangan. Sinyal yang diberikan perusahaan berupa informasi seperti laporan keuangan dan laporan keberlanjutan tahunan perusahaan terkait dengan upaya manajemen dalam mengelola perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan. Sinyal ini berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan A lebih baik daripada perusahaan B atau perusahaan lainnya. Sinyal juga dapat berupa informasi yang dapat dipercaya terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2013).

Signalling theory didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan menerbitkan sejumlah besar pengungkapan sukarela untuk menunjukkan posisi

superior mereka untuk menciptakan kesan positif di pasar (Healy dan Palepu, 2001). Dengan kata lain, perusahaan harus menyampaikan lebih banyak informasi kepada publik tentang kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial mereka untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan nilai merek mereka (Ruhnke dan Gabriel, 2013; Spence, 2002). Apabila informasi tersebut positif, maka pasar akan bereaksi terhadap pengumuman tersebut sehingga terjadi perubahan dalam pasar terkait volume perdagangan saham (Sartono, 2010).

2.3 Manajemen Laba

Manajemen laba adalah salah satu aspek penting dari kualitas laporan keuangan dan subjek utama di antara semua pemegang saham perusahaan. Karena jumlah laba dianggap sebagai standar penting dari evaluasi kinerja (Mohammadi, 2016). Hery (2018:50) Manajemen laba merupakan sebuah trik akuntansi dimana fleksibilitas dalam penyusunan laporan keuangan digunakan atau dimanfaatkan oleh manajer yang berusaha untuk memenuhi target laba.

Belkaoui, (2008:74) Manajemen laba yaitu suatu kemampuan untuk memanipulasi pilihan-pilihan yang tersedia dan mengambil pilihan yang tepat untuk dapat mencapai tingkat laba yang diharapkan. Manajemen laba terjadi apabila manajer menggunakan kreatifitasnya dalam penyusunan laporan keuangan dan mengatur transaksi untuk merubah laporan keuangan dengan tujuan memberi kesan tertentu atau mempengaruhi tindakan para *stakeholders* yang bergantung pada laporan keuangan tersebut.

Manajemen laba merupakan tindakan intervensi yang secara sengaja dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam proses penentuan laba dan biasanya dilakukan untuk memenuhi tujuan pribadi. Manajemen laba merupakan kosmetik, dimana manajer memanipulasi tindakan akrual yang tidak memiliki konsekuensi terhadap arus kas. Ketika manajer memilih tindakan yang memiliki konsekuensi arus kas dengan tujuan mengubah laba, maka tindak manajemen laba akan terlihat secara nyata (Subramanyam (2014:108).

Manajemen laba adalah intervensi tujuan diproses pelaporan keuangan eksternal dengan maksud memperoleh beberapa keuntungan pribadi oleh manajer (Kumari, 2017). Menurut Leuz *et al.*,(2003) manajemen laba adalah perencanaan dan pengendalian sistem pelaporan keuangan untuk memenuhi tujuan pengelolaan menyesatkan investor, memenuhi ekspektasi analis, mempertahankan pertumbuhan ekonomi proyektor atau tiba di penghasilan target yang telah ditetapkan untuk membayar insentif mereka.

Menurut Kumari, (2017) Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai perubahan yang dari perusahaan melaporkan kinerja ekonomi oleh orang dalam yang baik menyesatkan beberapa pemangku kepentingan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak. Manajemen laba tidak selalu harus berarti manipulasi, ada banyak contoh ketika manajer sengaja melaporkan secara keliru laba sebagai tren menurun. Hal ini terutama mungkin terjadi ketika perusahaan adalah salah satu cara di atas atau jauh di bawah target mereka.

Beberapa alasan yang mendorong terjadinya tindak manajemen laba menurut Subramanyam (2014:109), seperti untuk meningkatkan kompensasi, mempengaruhi harga saham dan tujuan lainnya seperti mengurangi *political*

cost yang mungkin terjadi. Manajemen perusahaan dapat melakukan tindak manajemen laba dengan dua cara, yaitu dengan mengubah metode akuntansi dan mengubah estimasi kebijakan akuntansi yang akan mempengaruhi angka akuntansi. Hal ini memberikan kebebasan bagi manajer untuk membuat atau menetapkan angka akuntansi yang disajikan.

Menurut Pathak et al. (2014), pada dasarnya ada dua pola manajemen laba, yaitu manajemen laba berbasis akrual dan manajemen laba riil. Manajemen laba berbasis akrual adalah manipulasi akuntansi melalui pemilihan kebijakan akuntansi dan penilaian pribadi yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan yang berlaku. Sebaliknya, manajemen laba riil mempengaruhi laba akuntansi melalui perubahan waktu pembiayaan, investasi, atau pengaturan operasi lainnya.

Scott, (2015:445) menyatakan bahwa manajemen laba adalah pilihan oleh manajer kebijakan akuntansi, atau tindakan nyata, yang mempengaruhi penghasilan untuk mencapai beberapa tujuan penghasilan yang dilaporkan spesifik. Menurut Scott (2015) terdapat dua cara memahami manajemen laba, yaitu:

1. Memahami manajemen laba sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, hutang, dan *political cost*.
2. Memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting*, artinya manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian- kejadian yang tak terduga demi keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan

demikian manajer mungkin dapat mempengaruhi nilai pasar saham perusahaan melalui manajemen laba, misalnya perataan laba dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Scott, (2015:447) membagi manajemen laba yang mungkin dilakukan oleh para manajer perusahaan kedalam 4 jenis pola manajemen laba, yaitu :

1. *Taking a bath*. Manajemen melakukan metode *taking a bath* dengan mengakui biaya-biaya dan kerugian periode yang akan datang pada periode berjalan ketika pada periode berjalan terjadi keadaan buruk yang tidak menguntungkan.
2. *Income minimization* (meminimalkan laba). Manajer melakukan praktik manajemen laba berupa *income minimization* dengan mengakui secara lebih cepat biaya-biaya, seperti biaya pemasaran, riset, dan pengembangan, ketika perusahaan memperoleh profit yang cukup besar dengan tujuan untuk mengurangi perhatian politis.
3. *Income maximization* (memaksimalkan laba). *Income maximization* merupakan upaya manajemen untuk memaksimalkan laba yang dilaporkan.
4. *Income smoothing* (perataan laba). *Income smoothing* merupakan praktik manajemen laba yang dilakukan dengan menaikkan atau menurunkan laba, dengan tujuan untuk mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan, sehingga perusahaan tampak lebih stabil dan tidak berisiko.

Pengukuran manajemen laba dilakukan dengan dengan cara menghitung *discretionary accrual*. Pengukuran *discretionary accrual* sebagai proksi kualitas laba (manajemen laba) menggunakan model modifikasi jones,

karena model ini dianggap paling akurat terkait dengan standar akuntansi akrual dan dinilai merupakan model yang paling baik dalam mendeteksi *earnings management*.

Model Modifikasi Jones

Menghitung nilai accrual dengan persamaan:

Total Accrual (TAC) = Net Income (laba bersih setelah pajak) – arus kas dari aktivitas operasi (*cash flow from operating*).

Menghitung nilai accrual yang diestimasi dengan persamaan regresi *Ordinary Least Square (OLS)*

$$\left(\frac{TAC_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) = b_0 \left(\frac{1}{A_{t-1}} \right) + b_1 \left(\frac{\Delta Sales_{i,t}}{TA_{t-1}} \right) + b_2 \left(\frac{PPE_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right)$$

Keterangan:

$TAC_{i,t}$ = Total akrual perusahaan i periode t.

TA_{t-1} = Total asset untuk perusahaan i periode t-1

$Sales_{i,t}$ = Perubahan penjualan perusahaan periode i periode t.

$PPE_{i,t}$ = Aktiva tetap (gross property, plant, and equipment perusahaan i periode t.

Menghitung nilai *Non Discretionary Accrual (NDA)*

$$b_0 \left(\frac{1}{TA_{i,t-1}} \right) + b_1 \left(\frac{\Delta Sales_{i,t} - TRI_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + b_2 \left(\frac{PPE_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right)$$

$NDA_{i,t} = b$

Keterangan:

$NDA_{i,t}$ = *Non Discretionary Accrual* pada tahun t.

$TRI_{i,t}$ = Perubahan piutang dagang perusahaan i periode

t. b = *Fitted coefficient* yang diperoleh dari hasil regresi pada perhitungan total akrual.

Menghitung nilai *Discretionary Accruals* (DAC)

$$DAC = \frac{TAC_{i,t}}{TA_{i,t}} - 1 - NDA_{i,t}$$

Adanya manajemen laba ditandai dengan DAC positif dan apabila

DAC bernilai negatif berarti tidak terdapat manajemen laba.

2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat menentukan cara pandang investor terhadap perusahaan tersebut. Cara pandang investor lebih cenderung memberikan perhatian yang khusus terhadap perusahaan besar karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasi besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya. (Hery,2015:11).

Stevany, (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah perusahaan dengan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Perusahaan yang berada pada pertumbuhan penjualan yang tinggi membutuhkan dukungan sumber daya perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualan rendah juga kebutuhan terhadap sumber daya perusahaan.

Apabila perusahaan dihadapkan pada kebutuhan dana yang semakin meningkat akibat pertumbuhan penjualan dan sumber intern sudah digunakan semua, maka tidak ada pihak lain bagi perusahaan untuk menggunakan dana yang berasal dari luar perusahaan. Hal ini akan berpengaruh terhadap

manajemen laba. Pihak manajer akan cenderung mendapat sumber dana yang berasal dari luar perusahaan, baik dengan tujuan untuk memperoleh pinjaman atau menarik investor baru.

UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan kedalam empat kategori yaitu:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
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 atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau

Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 juta-2.5 M
Usaha Menengah	>10 juta-10 M	>2.5 M-50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (size) sebuah perusahaan, antara lain (Jogiyanto, 2013):

1. Ukuran total asset

Aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya terdiri atas aset lancar dan aset tetap. Perusahaan yang memiliki aset tetap yang besar menunjukkan bahwa kegiatan operasional produksi perusahaan dapat meningkat dan mendorong laba maksimal hal itu tercermin melalui pendapatan yang diperoleh perusahaan.

2. Hasil penjualan bersih

Analisis penjualan selama ini memberikan perhatian kepada pertumbuhan permintaan produk perusahaan sebagai hal yang penting terhadap kesuksesan investasi. Namun, pertumbuhan dalam kemampuan

menghasilkan laba, bukan penjualan per unit merupakan tujuan yang ingin dicapai.

3. Kapitalisasi pasar (*market capitalized*)

Semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar. Hal ini menyebabkan perusahaan semakin dikenal masyarakat (investor).

Oleh karena itu dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aset yang dimiliki, atau total penjualan yang diperolehnya.

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan menggunakan proksi Log Natural Total Asset. Dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Asset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya (Murhadi Werner R, 2013).

$$Size = Ln (Total Asset)$$

Keterangan :

Size = Ukuran perusahaan

$Ln (Total Asset)$ = Logaritma natural total asset

2.5 Umur Perusahaan

Umur perusahaan digunakan untuk menunjukkan bahwa perusahaan masih ada dan mampu bersaing dalam perekonomian suatu negara. Menurut Bassiouny *et al*, (2016), sebuah perusahaan yang telah beroperasi untuk jangka

waktu yang lebih lama akan memiliki manajemen laba rendah dibandingkan dengan perusahaan yang lebih baru karena perusahaan yang lebih tua mungkin ingin menghindari reputasi buruk oleh publik.

Secara teoritis perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi dari pada perusahaan yang baru berdiri. Perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan labanya karena adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya, sehingga perusahaan yang telah lama berdiri memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba, dengan mengurangi risiko fluktuasi laba perusahaan yang pertumbuhannya tinggi akan menggunakan kontrak kompensasi dan utangnya berdasarkan akuntansi, dan untuk mengurangi risiko fluktuasi laba.

Umur perusahaan merupakan waktu yang dimiliki oleh perusahaan dimulai sejak berdiri hingga waktu yang tidak terbatas. Umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap bertahan dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian (Bestivano, 2013).

Seiring berjalannya waktu, perusahaan menemukan apa yang mereka kuasai dan belajar bagaimana melakukan sesuatu dengan lebih baik. mereka mengkhususkan lebih banyak teknik-teknik baru ditemukan untuk menstandarisasi, mengkoordinasikan, dan mempercepat proses produksi mereka, serta meminimalkan biaya dan meningkatkan kualitas (Arrow 1962, Ericson dan Pakes 1995).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Perusahaan yang telah lama berada di pasar cenderung memilikinya tingkat manajemen laba yang rendah daripada pemula karena mereka adalah perusahaan terkenal, yang memiliki nilai besar di pasar dan mereka memiliki reputasi untuk melindungi, juga mereka mengetahui aturan dan kode yang mengatur praktik mereka. Selain itu, perusahaan lama mungkin telah meningkatkan keuangannya praktik pelaporan dari waktu ke waktu (Alsaeed 2006).

Perusahaan yang lebih tua dengan pengalaman lebih cenderung untuk memasukkan lebih banyak informasi dalam laporan tahunan mereka dalam rangka untuk meningkatkan reputasi dan citra mereka di pasar ,sehingga semakin tua perusahaan semakin sedikit kecenderungan untuk melakukan praktik manajemen laba (Akhtaruddin 2005).

Umur perusahaan merupakan lama perusahaan beroperasi, perusahaan yang mempunyai umur yang relatif lebih, biasanya lebih baik mengumpulkan, memproses dan menghasilkan informasi, hal itu dikarenakan perusahaan sudah memiliki jam kerja yang banyak. Umur perusahaan dihitung dengan Log dari jumlah tahun sejak berdirinya perusahaan. Umur perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus :

$$AGE = Ln(\text{Tahun Berdiri Perusahaan})$$

Keterangan :

AGE = Umur Perusahaan

Ln (Tahun Berdiri Perusahaan) = Logaritma natural tahun berdiri perusahaan

2.6 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) adalah peningkatan atau penurunan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Supratinigrum, 2013). Pendapat lain Pertumbuhan perusahaan (*growth*) adalah rasio pertumbuhan yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Kasmir, 2012:107).

Menurut Carvalho dan Costa (2014), pertumbuhan penjualan mengacu pada peningkatan penjualan dan layanan antara tahun berjalan dan tahun sebelumnya dalam persentase. Tingginya tingkat pertumbuhan penjualan menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Horne dan Machowicz (2005) mengemukakan teori bahwa tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dengan penjualan di tahun sebelumnya. Perusahaan yang tingkat penjualannya rendah akan mempengaruhi laba, sehingga berdampak pada penurunan pendapatan perusahaan.

Menurut Prestyo (2011:110) menyatakan bahwa Pertumbuhan perusahaan selalu identik dengan aset perusahaan (baik aset fisik seperti tanah, bangunan, gedung serta aset keuangan seperti kas, piutang dan lain sebagainya). Paradigma aset sebagai indikator pertumbuhan perusahaan merupakan hal yang lazim digunakan. Nilai total asset dalam neraca menentukan kekayaan perusahaan.

Pertumbuhan *Asset* (*Asset growth*) menunjukkan bahwa dimana merupakan aktiva yang digunakan untuk aktiva operasional perusahaan. Dimana Manajer dalam bisnis perusahaan dengan memperhatikan pertumbuhan amat lebih menyukai untuk melakukan investasi pada pendapatan setelah pajak dan mengharapkan kinerja yang lebih baik dalam pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio *Asset growth* (AG) kenaikan atau penurunan dari perubahan total aset atau penjualan yang dialami oleh perusahaan dalam satu tahun. Rasio pertumbuhan menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini terdiri atas kenaikan total aset atau penjualan, kenaikan laba bersih, *earning per share*, dan kenaikan *dividen per share* (Sofyan, 2013:309) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Growth = \frac{Total\ Asset\ t - Total\ Asset\ t-1}{Total\ Asset\ t-1}$$

Keterangan :

Growth = Pertumbuhan Perusahaan

Total Asset_t = Total asset tahun ini

Total Asset_{t-1} = Total asset tahun sebelumnya

2.7 Leverage

Leverage merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor Fahmi, (2014). *Leverage* dapat diukur dengan seberapa besar perusahaan

dibiayai dengan utang. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian.

Menurut Sartono (2012:120) *leverage* merupakan resiko keuangan menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai leverage berarti menggunakan modal sendiri 100%.

Sutrisno, (2013:224) Rasio *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Penggunaan jumlah utang perusahaan tergantung pada keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dan ketersediaan aktiva yang bisa digunakan sebagai jaminan atas utang tersebut. Menurut Kasmir (2014:153) tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui posisi perubahan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (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 hutang.
- 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.

Menurut Sutrisno, (2013:224) Rasio *leverage* dapat diukur dengan berbagai cara sebagai berikut :

- 1) Rasio Hutang (*Debt Ratio atau Total Debt to Total Asset Ratio*)
Rasio ini mengukur presentase besarnya dana yang berasal dari hutang. Hutang ini termasuk semua hutang yang dimiliki oleh perusahaan baik yang berjangka pendek maupun yang berjangka panjang. *Debt Ratio* yang rendah dapat menyebabkan tingkat keamanan dana perusahaan menjadi semakin baik dan kreditor lebih menyukai ini. Rasio ini dapat diukur sebagai berikut:

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

- 2) Rasio Hutang dengan Modal (*Debt to Equity Ratio*).
Rasio ini mengukur antara hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini berarti modal sendiri semakin sedikit dibanding dengan hutangnya. Sebaiknya besar hutang tidak boleh melebihi modal sendiri agar beban tetapnya tidak terlalu tinggi. Untuk pendekatan konservatif besarnya hutang maksimal sama dengan modal sendiri, artinya debt to equity rasio 100%.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

- 3) Rasio laba sebelum Bunga dan Pajak (*Time Interest Earned Ratio atau Coverage Ratio*).

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga dengan laba yang diperolehnya atau mengukur berapa kali besarnya laba bisa menutup beban bunganya. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa laba yang tersedia untuk membayar biaya bunga semakin besar.

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

4) *Fixed Charge Coverage Ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen, saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan sewa.

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

5) *Debt service coverage*

Debt service coverage, mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan leverage yang lain, hanya dengan memasukan angsuran pokok pinjaman.

$$\text{Debt service cover} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Bunga} + \text{Sewa} + \frac{\text{Angsuran Pokok Pinjaman}}{(1 - \text{tari pajak})}}$$

Dalam penelitian ini jenis rasio leverage yang digunakan oleh penulis adalah Debt Ratio, rasio yang membandingkan total hutang dengan total asset.

Debt Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan asset.

Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh asset.

2.8 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan *leverage* terhadap manajemen laba. Hasil dari beberapa peneliti akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2.2

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>A Study of The Factor Affecting Earnings Management: Iranian Overview.</i> Farzaneh Nassirzadeh, Madi Salehi, and Sayed Mohammad Alei. 2012	Variabel Independen: X1 : Rasio utangkeuitas X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Bonus Manajer X4 : Tarif pajak efektif Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Ukuran perusahaan memiliki dampak positif signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan juga terbalik yang signifikan antara rasio utang-kesetaraan dan manajemen laba. Tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara perubahan bonus manajer dan tarif pajak efektif dengan manajemen laba.
2.	<i>A Study of the Effective Variabels on Earning Management: Iranian Evidence.</i> Mahdi Moradi, Mahdi Salehi and Masomeh Najari. 2012	Variabel Independen: X1 : Perubahan Auditor X2 : Jenis Auditor X3 : Kepemilikan Pemegang Saham X4 : Koefisien Kinerja X5 : Ukuran Perusahaan X6 : Perubahan laba bersih X7 : Pendapatan kotor untuk rasio penjualan X8 : Rasio Lancar Variabel Kontrol : K1 : Industri Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba.	Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba Ada hubungan negatif antara koefisien kinerja dengan manajemen laba Hubungan positif yang signifikan antara laba kotor terhadap penjualan, rasio lancar, perubahan laba bersih dengan manajemen laba

No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	<i>Earnings Management and Firm Size: An Empirical Analyze In Albanian Market.</i> Teuta Liukani. 2013	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan Variabel Kontrol : K1 : <i>Leverage</i> K2 : Perubahan dalam Penjualan K3 : Struktur Modal Asing K4 : Kerugian yang dilaporkan Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba
4.	<i>Efficient or Opportunistic Earnings Management with Regards to The Role of Firm Size and Corporate.</i> Rezaei, Farzin, Maryam and Roshani. 2012	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Kepemilikan Instiusional X3 : dewan Independen X4 : Kualitas Audit Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Ukuran perusahaan memiliki dampak positif signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi proporsi kepemilikan institusional dan dewan direktur independen yang lebih tinggi efek akrual diskresioner pada profitabilitas masa depan, yang menunjukkan penggunaan manajemen laba efisien
5.	<i>Analysis of Firm size, Leverage, Corporate Governance on Earnings Management practice (Indonesian evidence).</i> Indra Satya Prasavita Amertha, I Gusti Ketut Agung Ulupui, I Gusti Ayu Made Asri Dwija Putri. 2014	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba

No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6.	<i>Effect of Financial Performance on Earnings Management in the Drug Distribution Industry.</i> Ali Shirzad, Shaban Mohammadi, Ryhaneh Haghghi. 2015	Variabel Independen: X1 : Kinerja Keuangan Variabel Kontrol : K1 : Ukuran Perusahaan K2 : Pertumbuhan K3 : <i>leverage</i> K4 : Nilai Pasar Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba
7.	<i>Assessment of the effects of firms characteristic on Earnings Management of listed firms in Nigeria.</i> Uwalomwa Uwuigbe, Uwuigbe, Olubukunola Ranti, Okorie Bernard. 2015.	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : <i>leverage</i> X3 : Strategi Perusahaan Variabel Kontrol : K1 : Kas dan Setara Kas Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba Strategi perusahaan perusahaan memiliki dampak positif yang signifikan pada manajemen laba Hubungan antara leverage keuangan perusahaan dan akrual diskresioner dari perusahaan sampel di Nigeria tidak signifikan.
8.	<i>Impact of Firm Size and Capital Structure on Earnings Management: Evidence from Pakistan.</i> Iram Naz, Khurram Bhatti, Abdul Ghafoor, Habib Husain Khan. 2011	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Struktur Modal Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba.	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hasil menunjukkan dampak negatif yang signifikan dari struktur modal terhadap manajemen laba.

No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
9.	<i>Corporate Governance, Firm Size, and Earnings Management Evidence in Indonesian Stock Exchange.</i> Swastika Dwi, Lusi Tyasiang. 2013	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Tata kelola perusahaan X3 : Dewan kemerdekaan X4 : Kualitas Audit Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Ukuran perusahaan memiliki dampak negatif signifikan terhadap manajemen laba. Tata kelola perusahaan dan Kualitas audit memiliki dampak positif signifikan terhadap manajemen laba.
10.	<i>Investigating The Impact of Corporate Governance On Earning Management In The Presence Of Firm Size: Evidence From Pakistan.</i> A.Ahmad, M.T. Anjum & M. Azeem. 2014	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Struktur dewan X3 : Komite Audit X4 : Struktur kepemilikan Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba Hubungan negatif kualitas tata kelola perusahaan dengan manajemen laba dan hubungan positif dengan ukuran perusahaan
11.	<i>Factors Affecting Earnings Management in the Indonesian Stock Exchange</i> Nico Alexander, Hengky 2017	Variabel Independen: X1 : Pertumbuhan X2 : Leverage X3 : Aset Turnover Tetap X4 : Profitabilitas X5 :Ukuran Perusahaan X6 : Umur Perusahaan X7 : Kualitas Audit X8 : Independensi Auditor X9 : Industri Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Umur perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
12.	<i>Audit Quality, Firm Characteristics and Real Earnings Management: The Case of Listed Vietnamese Firms</i> Hoang Thi Mai Khanh, Nguyen Vinh Khuong 2018	Variabel Independen: X1 : Kualitas Audit X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Umur Perusahaan X4 : <i>Leverage</i> X5 : Profitabilitas Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Umur perusahaan memiliki efek negatif terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan memiliki efek negatif pada manajemen laba
13.	<i>Assaying the Impact of Firm's Growth and Performance on Earnings Management: An Empirical Observation of Indian Economy</i> Pranesh Debnath 2017	Variabel Independen: X1 : Kinerja Perusahaan X2 : Pertumbuhan Perusahaan Variabel Kontrol : K1 : Ukuran Perusahaan K2 : Umur perusahaan K3 : Resiko Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Analisis regresi memberikan asosiasi positif yang signifikan antara pertumbuhan perusahaan dan tingkat akrual diskresioner menunjukkan pertumbuhan manajemen peningkatan laba yang perusahaan.
14.	<i>The impact of firm characteristics on earnings management: an empirical study on the listed firms in Egypt</i> Sara W Bassiouny, Mohamed Moustafa Soliman, Aiman Ragab. 2016	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : <i>Leverage</i> X3 : Umur Perusahaan X4 : Kualitas Audit X5 : Kelangsungan hidup Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Umur perusahaan berpengaruh terhadap pelaksanaan manajemen laba.

No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
15.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Bestivano, W. 2013	Variabel Independen: X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Umur Perusahaan X3 : <i>Leverage</i> X4 : Profitabilitas Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. <i>leverage</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.
16.	<i>Corporate Governance and Earnings Management: A Case of Karachi Stock Exchange Listed Companies</i> Amjad Iqbal, Xianzhi Zhang, Khalil Jebran. 2015	Variabel Independen: X1 : ukuran papan X2 : Independensi komite audit X3 : kepemilikan manajerial X4 : CEO dan kursi dualitas Variabel Kontrol : K1 : Ukuran Perusahaan K2 : Kinerja Perusahaan K3 : <i>Leverage</i> K4 : Pertumbuhan Perusahaan Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Hasil menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara ukuran dewan dan manajemen laba dan juga antara kepemilikan manajerial dan manajemen laba. Variabel kontrol termasuk ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, kinerja perusahaan dan leverage telah ditemukan tidak signifikan terkait dengan manajemen laba
17.	<i>Earnings Management and Financial Distress: Evidence from India</i> Khushbu Agrawal, Chanchal Chatterjee 2015	Variabel Independen: X1 : Altman Z skor (Z skor) X2 : Jarak-to-default (DD) Variabel Kontrol : K1 : Ukuran Perusahaan K2 : <i>Leverage</i> K3 : Arus Kas K4 : Profitabilitas K5 : Pertumbuhan Perusahaan Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	CFC ditemukan memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan manajemen laba menyiratkan bahwa perusahaan dengan CFC lebih tinggi memiliki insentif yang lebih rendah untuk mengelola pendapatan mereka melalui DA. Juga profitabilitas ditemukan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan manajemen laba. Pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan positif dengan manajemen laba
No.	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian

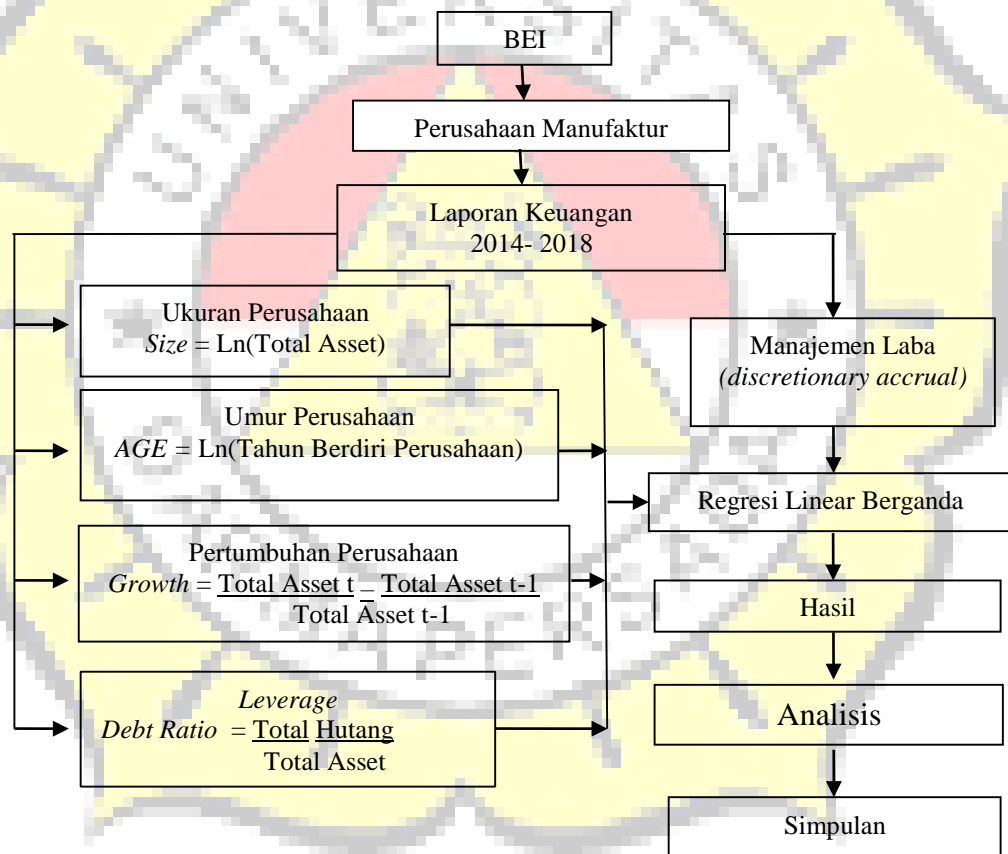
18.	<i>The Impact of Leverage on Real Earnings Management</i> Norhayati Zamri, Rahayu Abdul Rahman, Noor Saatila Mohd Isa. (2013)	Variabel Independen: X1 : <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Terdapat pengaruh positif signifikan antara <i>Leverage</i> terhadap <i>Earnings Management</i>
19.	<i>Earnings Management: An Analysis of Opportunistic Behaviour, Monitoring Mechanism and Financial Distress</i> Aziatul Waznah Ghazali, Nur Aima Shafie, Zuraidah Mohd Sanusi (2015).	Variabel Independen: X1 : <i>Financial Distress</i> X2 : <i>Free Cash Flow</i> X3 : Profitabilitas X4 : <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Terdapat hubungan yang positif signifikan antara <i>financial distress</i> , dan <i>leverage</i> terhadap manajemen laba. Terdapat hubungan yang negative antara <i>cash flow</i> dan profitabilitas terhadap manajemen laba
20.	<i>Impact of Leverage and Firm Size on Earnings Management in Indonesia</i> Kadek Marlina, Nalarreason, Sutrisno T, Endang Mardiaty. (2019)	Variabel Independen: X1 : <i>Leverage</i> X2 : Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukan ada hubungan positif signifikan antara <i>leverage</i> dan manajemen laba, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
21.	<i>The Influence of Good Corporate Governance, Leverage, and Profitability on Earning Management with Firm Size as Moderating Variable in the Banking Companies Listed In Indonesia Stock Exchange</i> Anisa Fitri, Iskandar Muda, Badaruddin (2018).	Variabel Independen: X1 : Kepemilikan Institusional X2 : Kepemilikan Manajerial X3 : Dewan Direkturn Independen X4 : Komite Audit X5 : <i>Leverage</i> X6 : Profitabilitas Variabel Dependen: Y : Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukan bahwa Kepemilikan institusional, dan Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Dewan direkturn independen dan Komite audit memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Dan Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba

Dikutip dari berbagai sumber data diolah kembali oleh penulis (2019)

2.9 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menunjukkan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap manajemen laba. Faktor-faktor tersebut antara lain, ukuran perusahaan, umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan *leverage*. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu manajemen laba. Sedangkan variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan *leverage*.

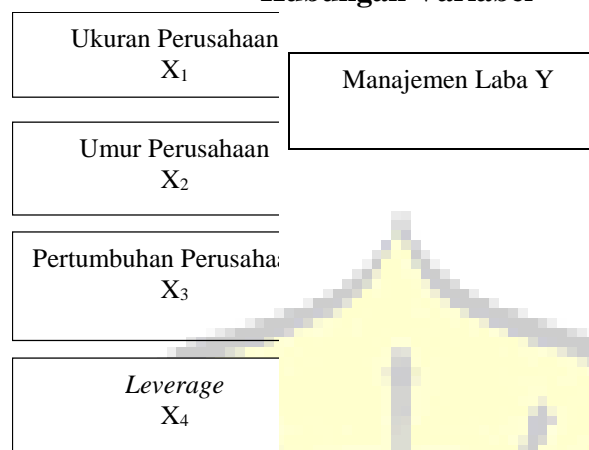
Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: data diolah oleh penulis (2019)

Gambar 2.2

Hubungan Variabel



Sumber: data diolah oleh penulis (2019)

2.10 Hipotesis

2.10.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah satu nilai yang dapat menunjukkan skala seberapa besar perusahaan itu. Ukuran perusahaan juga terkait dengan sistem kontrol internal, semakin besar perusahaan akan memiliki lebih banyak kontrol internal untuk menjaga akurasi informasi yang dilaporkan kepada publik (Rahmani & Akbari 2013). Karena itu, perusahaan besar akan cenderung untuk menghindari laba manajemen karena kemungkinan efek dari mendorong publik.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Teori tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nassiradeh *et al* (2012); Moradi *et al*, (2012); Liukani, (2013) ; Rezaei *et al*, (2012); Satya *et al*, (2014); Ali *et al*, (2015); Uwalomwa *et al*, (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.10.2 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Umur perusahaan digunakan untuk menunjukkan bahwa perusahaan masih ada dan mampu bersaing dalam perekonomian suatu negara. Menurut Bassiouny *et al*, (2016), sebuah perusahaan yang telah beroperasi untuk jangka waktu yang lebih lama akan memiliki manajemen laba rendah dibandingkan dengan perusahaan yang lebih baru karena perusahaan yang lebih tua mungkin ingin menghindari reputasi buruk oleh publik.

Umur perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Debnath (2017) ; Bassiouny *et al*, (2016) dan Bestivano, (2013) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

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

Ho : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.10.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Nico *et al*, (2017); Debnath (2017) dan Agrawal *et al* (2015) melakukan penelitian pertumbuhan perusahaan terhadap manajemen laba yang menghasilkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian Amjad *et al*, (2015) menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₀ : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.10.4 Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba

Sutrisno, (2013) *Leverage* adalah rasio antara total liabilitas dan total aset. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi, akan cenderung melakukan manipulasi dalam bentuk pendapatan manajemen untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang. *Leverage* yang lebih tinggi disebabkan oleh kesalahan dalam mengelola manajemen keuangan perusahaan atau kurangnya implementasi yang tepat dari strategi manajemen. Kurangnya pengawasan dapat membuat *leverage* tinggi. Ini juga akan meningkatkan manajemen perilaku oportunistik untuk melakukan manajemen laba.

Berdasarkan penelitian Zamri *et al*, (2013); Ghazali *et al*, (2015); Marline *et al*, (2019) dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan menurut penelitian Fitri *et al*, (2018) dan Nico *et al*, (2017) memberikan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

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

H₀ : *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

