

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu teori yang banyak digunakan dalam bidang keuangan, ekonomi, dan manajemen guna menjelaskan hubungan antara *principal* (pemegang saham) dengan *agent* (manajer). *Principal* (pemegang saham) merupakan pemilik atau pihak yang memberikan mandat kepada manajer guna mencapai tujuan suatu entitas, sedangkan *agent* (manajer) yaitu pihak yang diberi mandat untuk bertindak atas nama *principal*. Teori keagenan ini pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 (Yanto dan Wati, 2020).

Teori keagenan (*agency theory*) juga didefinisikan sebagai teori yang mempelajari suatu kontrak atau hubungan antara *agent* (manajer) dan *principal* (pemegang saham) yang dapat menimbulkan tujuan yang bertolak belakang dimana seorang agen ingin mendapatkan kompensasi yang tinggi atas kontrak yang telah disepakati sedangkan seorang *principal* menginginkan return yang setinggi-tingginya (Wahyuni Mutia dan Ike Purnomo, 2023). Hubungan antara agen dan *principal* ini sering kali menimbulkan konflik kepentingan karena *agent* mungkin memiliki tujuan yang berbeda dengan *principal*. Konflik ini tidak akan terjadi jika kedua belah pihak memiliki kepentingan yang sama dalam meningkatkan nilai

perusahaan sehingga seorang *agent* (manajer) akan bertindak sesuai dengan kepentingan *principal* (pemegang saham).

Hubungan antara *agent* dan *principal* dapat memicu terjadinya biaya agensi yang terjadi apabila manajer ingin meningkatkan nilai perusahaan untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri, akan tetapi biaya yang digunakan akan ditanggung oleh pemilik saham agar mendapat jaminan sehingga *agent* melakukan perintah sesuai wewenang *principal*. Teori ini berfokus untuk menyelesaikan masalah antara *principal* dan *agent*. Masalah agensi ini muncul ketika *agent* bertindak tidak sesuai dengan kepentingan *principal*. Masalah agensi yang umum terjadi yaitu *moral hazard*, *adverse selection*, dan *shirking*. *Moral Hazard* terjadi ketika *agent* mengambil risiko yang berlebihan karena *agent* nantinya tidak akan menanggung seluruh konsekuensi dari tindakannya; *adverse selection* terjadi ketika *principal* tidak memiliki informasi yang cukup untuk memilih *agent* yang tepat sehingga *agent* yang dipilih kurang kompeten; sedangkan *shirking* terjadi ketika *agent* tidak bekerja sesuai yang diharapkan oleh *principal*. Konflik kepentingan yang terjadi antara *agent* dan *principal* ini dapat memicu adanya biaya keagenan (*agency cost*) (Andini dan Amboningtyas, 2020).

Dalam konteks manajemen laba, teori keagenan, praktik manajemen laba terjadi karena adanya berbagai motivasi manajerial, adanya tekanan eksternal, dan juga sistem pengawasan yang lemah. Konflik kepentingan antara *agent* dan *principal* mendorong manajer melakukan manipulasi laporan laba untuk meningkatkan nilai perusahaan atau untuk memenuhi target pribadi, seperti kontrak kerja, kompensasi, dan bonus; sehingga praktik manajer ini dapat memicu terjadinya

manajemen laba. Informasi asimetris juga membuat manajer memiliki lebih banyak informasi keuangan perusahaan dibandingkan pemegang saham atau investor (Fauzi, 2020). Hal ini dapat memungkinkan manajer untuk memanipulasi laporan keuangan atau manajemen laba demi kepentingan pribadi. Teori keagenan ini menunjukkan bahwa praktik manajemen laba merupakan hasil dari konflik kepentingan antara *principal* dan *agent* sehingga pengawasan dan transparansi dalam pelaporan laporan keuangan perusahaan sangat penting guna meminimalisir praktik manajemen laba yang dapat merugikan *stakeholder* atau pemangku kepentingan.

2.2 Variabel

2.2.1 Manajemen Laba

Menurut Schipper (1989), manajemen laba merupakan proses penyusunan laporan keuangan eksternal suatu entitas yang di dalamnya terdapat campur tangan dengan tujuan guna mendapatkan keuntungan pribadi. Healy dan Wahlen (1999) menyatakan bahwa manajemen laba suatu tindakan yang terjadi pada saat manajemen menggunakan keputusan tertentu dalam penyusunan transaksi-transaksi keuangan yang mengubah laporan keuangan suatu entitas. Secara umum, manajemen laba dapat didefinisikan sebagai tindakan manajer dalam meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan pada periode tertentu dari suatu entitas yang menjadi tanggung jawab manajer, tanpa meningkatkan atau menurunkan profitabilitas jangka panjang (Wijaya *et al.*, 2024). Tindakan manajemen laba ini dilakukan untuk menyesatkan para pengguna laporan keuangan, seperti investor.

Menurut Scott (1997), terdapat dua perspektif dalam memahami manajemen laba yaitu perspektif oportunistik dan perspektif efisien. Perspektif Oportunistik (*Opportunistic Earnings Management*) yaitu suatu pandangan bahwa manajemen laba sebagai perilaku yang oportunistik manajer, dimana manajer bertindak dalam memaksimalkan utilitas dalam menghadapi kontrak utang, kontrak kompensasi, dan political cost. Berdasarkan perspektif efisien (*Perspektif Efficient Contracting*), manajemen laba dipandang sebagai tindakan dimana manajer diberikan fleksibilitas untuk melindungi diri dan perusahaan dalam meminimalisir peristiwa yang tak terduga sehingga manajer dapat memengaruhi nilai pasar melalui praktik manajemen laba dengan cara perataan laba (Amalina *et al.*, 2017).

Manajemen suatu entitas juga sengaja menggunakan manajemen laba sebagai strategi dalam memanipulasi laba perusahaan dengan tujuan agar angka yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya. Laporan keuangan yang telah dimanipulasi tidak layak disebut sebagai bentuk pertanggungjawaban manajer kepada pemegang saham suatu perusahaan karena informasi yang disajikan telah direayasa sesuai dengan kepentingan manajer. Praktik manajemen laba ini tidak hanya memberikan dampak negatif kepada pemilik atau pemegang saham perusahaan saja, namun beberapa pihak juga dirugikan dalam hal manajemen laba, seperti investor, kreditur, *supplier*, regulator, dan pemangku kepentingan atau *stakeholder* lainnya (Dan Widyasari, 2022).

Manajer memiliki kebebasan dalam memilih metode akuntansi yang digunakan untuk melakukan praktik manajemen laba. Dalam menerapkan metode akuntansi tersebut, terdapat beberapa pola manajemen laba yang dilakukan oleh

manajer, dimana pola tersebut dilakukan tanpa melanggar prinsip akuntansi. Adapun pola manajemen laba yaitu menaikkan laba (*income increasing*), penurunan laba (*income decreasing*), dan perataan laba (*income smoothing*). Kenaikan Laba (*Income Increasing*) merupakan upaya perusahaan dalam mengatur laba agar laba periode berjalan menjadi lebih tinggi daripada laba sesungguhnya; dimana manajemen memanipulasi meningkatkan angka pendapatan atau menurunkan angka biaya periode berjalan dari angka sesungguhnya. Penurunan Laba (*Income Decreasing*) yaitu upaya perusahaan agar laba periode tahun berjalan menjadi lebih rendah daripada laba sesungguhnya, dengan cara memanipulasi pendapatan menjadi lebih rendah atau menaikkan angka biaya periode berjalan daripada angka sesungguhnya. Perataan Laba (*Income Smoothing*) adalah upaya mengatur laba yang relatif sama selama beberapa periode dengan memanipulasi pendapatan dan biaya periode berjalan menjadi lebih tinggi atau rendah dari angka yang sesungguhnya (Pratika dan Nurhayati, 2022).

Menurut Scott (2006), praktik ini dilakukan oleh manajer dengan beberapa motivasi yang mendorong terjadinya manajemen laba, antara lain yaitu: (1) Bonus Purposes, manajer bertindak secara *opportunistic* karena memiliki informasi atas laba perusahaan sehingga melakukan praktik manajemen laba dengan memaksimalkan laba periode berjalan; (2) *Political Motivation*, perusahaan cenderung mengurangi laba yang disajikan karena adanya tekanan publik; (3) *Taxation Motivation*, motivasi penghematan pajak; (4) Pergantian CEO, dimana CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan laba guna kepentingan pribadi atau mendapat bonus; (5) *Initial Public Offering* (IPO),

motivasi yang terjadi karena perusahaan akan *go public* sehingga melakukan manajemen laba agar dapat menaikkan harga saham; (6) *To Communicate Information to Investor*, motivasi yang dilakukan untuk kepentingan investor supaya investor menilai perusahaan memiliki kinerja yang baik (Mentalita, 2020).

2.2.2 *Corporate Strategy*

Corporate Strategy merupakan strategi yang dirancang oleh manajemen suatu perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang, memastikan pertumbuhan, dan keberlanjutan bisnis (Wanri *et al.*, 2021). Strategi ini dilakukan sebagai langkah yang diambil oleh manajemen dalam pengambilan keputusan mengenai ekspansi pasar, diversifikasi usaha, alokasi sumber daya, dan penentuan arah kebijakan suatu perusahaan secara keseluruhan. Strategi korporasi dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah perusahaan secara keseluruhan bagi para *stakeholder* atau pemangku kepentingan melalui pengelolaan portofolio bisnis secara efektif dan efisien dengan menentukan bisnis mana yang harus dikembangkan, dipertahankan, atau dihentikan.

Manajemen perusahaan melakukan beberapa pendekatan yang diambil dalam merumuskan strategi korporasi, antara lain yaitu strategi fokus strategi diversifikasi, dan strategi integrasi vertikal (Tasrim *et al.*, 2024). Strategi fokus dilakukan dengan cara perusahaan memusatkan upaya dan sumber daya pada satu lini bisnis atau pasar tertentu yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif, contohnya yaitu perusahaan seperti Coca-Cola yang fokus pada sektor industri minuman ringan. Strategi diversifikasi merupakan strategi dimana perusahaan memperluas jangkauan bisnisnya ke berbagai sektor yang

dilakukan dengan maksud untuk memanfaatkan peluang di pasar lain. Strategi integrasi vertikal yakni strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengendalikan lebih banyak tahap dalam rantai pasokannya (mengakuisisi pemasok) guna meningkatkan efisiensi dan mengontrol kualitas.

Corporate Strategy terdiri dari *growth strategy* dan *liquidity strategy*. *Growth strategy* sendiri terdiri dari dua dimensi yaitu *growth potential* yang diukur dengan memperkirakan nilai pasar aset yang dimiliki oleh suatu entitas dibagi dengan nilai buku aset perusahaan; dan *liquidity strategy* yang diukur dengan rasio likuiditas guna melihat kemampuan perusahaan dalam mengelola posisi likuiditasnya. Bagi perusahaan yang baru bertumbuh atau bahkan perusahaan yang sudah menyajikan laporan keuangan untuk publik, memerlukan kepercayaan dari para *stakeholder*, pemegang saham, maupun debitur sehingga manajemen cenderung melakukan praktik manajemen laba karena ingin menarik para investor untuk menaruh dananya pada perusahaan (Dan Widyasari, 2022).

2.3 Profitabilitas

Perusahaan membuat laporan keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas aktivitas operasi yang telah dilakukan guna menyediakan informasi yang berkaitan dengan posisi keuangan, prestasi (hasil usaha), arus kas, dan informasi keuangan lainnya yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi *stakeholder*. Laporan keuangan ini juga digunakan oleh para investor untuk menilai kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran yang mencerminkan keberhasilan suatu entitas dalam menjalankan tugasnya dan terkait kondisi keuangan suatu perusahaan yang dapat dianalisis sehingga dapat diketahui tingkat

keberhasilan perusahaan dalam periode tertentu. Kinerja perusahaan dapat dinilai dengan tolak ukur berupa rasio atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan; dimana pengukuran ini disebut dengan analisis rasio keuangan. Analisis laporan keuangan penting dilakukan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan yang dicapai manajemen perusahaan. Rasio keuangan adalah angka atau persentase dari hasil perbandingan dari satu akun laporan keuangan dengan akun lainnya yang memiliki hubungan signifikan yang dilakukan untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan (Iswandi, 2020).

Menurut Warsono, terdapat beberapa jenis rasio keuangan, salah satunya yaitu rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio laporan keuangan yang menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang perusahaan miliki (Purnama, 2019). Profitabilitas juga dapat diartikan sebagai kapasitas perusahaan untuk memperoleh pendapatan dari operasi yang dijalankan oleh perusahaan. Laba ekonomi menjadi salah satu indikator kinerja suatu perusahaan dalam mengelola modal untuk menghasilkan pendapatan. Rasio ini dapat menggambarkan sejauh mana tingkat efektivitas sebuah perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham; dimana semakin tinggi angka rasio profitabilitasnya maka semakin baik kinerja perusahaan dalam memperoleh pendapatan (Novitasari dan Utami, 2023). Profitabilitas tidak hanya menunjukkan kesehatan keuangan perusahaan, namun menjadi salah satu faktor penentu keberlanjutan dari suatu bisnis dalam jangka panjang.

Rasio profitabilitas mengukur perbandingan antara laba dengan modal yang digunakan atau aset yang dimiliki yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Rasio ini digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal perusahaan, maka sering dianggap sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh modal yang dimiliki oleh perusahaan. Laba yang diperoleh oleh perusahaan dari aktivitas operasi perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Laba yang disajikan oleh perusahaan dalam laporan keuangan juga menjadi salah satu aspek penting bagi perusahaan. Perusahaan publik berupaya untuk menyajikan laporan keuangan dengan tingkat laba yang tinggi. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik perhatian para investor untuk membeli saham perusahaan sehingga nantinya akan mendorong kenaikan pada harga saham perusahaan. Persaingan pasar yang cenderung tinggi, juga mendorong manajemen perusahaan untuk memaksimalkan laba perusahaan agar nantinya dapat disajikan dengan baik. Adanya tekanan dari eksternal dapat mendorong manajer perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba (Dewi dan Nurhayati, 2022).

2.3.1 *Managerial Ownership*

Managerial Ownership merupakan proporsi saham suatu entitas yang dimiliki oleh manajemen. Kepemilikan manajerial diartikan sebagai jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh para manajer, direksi, dan dewan komisaris yang nantinya ikut andil dalam pengambilan keputusan (Pietoyo *et al.*, 2022). Selain itu, kepemilikan manajerial yaitu bagian kepemilikan pemegang saham dalam manajemen atau para manajer dimana mereka terlibat aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan nantinya. Manajer perusahaan tidak hanya

berperan sebagai pengelola perusahaan, namun apabila memiliki kepemilikan saham maka manajer perusahaan juga berperan sebagai pengawas dalam kegiatan operasional perusahaan. Kepemilikan manajerial berupa rasio antara total kepemilikan saham manajerial dengan total saham yang diedarkan oleh perusahaan (Novitasari dan Utami, 2023).

Manajer terlibat dalam kepemilikan saham sehingga kedudukannya sejajar dengan pemegang saham. Kepemilikan manajerial dapat menyelaraskan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Persentase jumlah kepemilikan saham manajerial dapat mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer. Manajer akan mendapatkan manfaat dan menanggung risiko dari keputusan yang diambil sehingga manajer akan lebih maksimal dalam menjalankan operasional perusahaan dan berhati-hati dalam mengambil keputusan. Dalam hal ini, manajer diperlakukan sebagai pemegang saham bukan hanya sebagai pihak eksternal yang digaji perusahaan untuk menjalankan operasional perusahaan. Adanya keterlibatan ini diharapkan manajer dapat efektif untuk meningkatkan kinerjanya dan bertindak sesuai dengan keinginan para *principal* (Dewi dan Nurhayati, 2022).

Kepemilikan manajerial yang tinggi dalam perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena manajer akan lebih efektif dalam menjalankan tugasnya. Jika kepemilikan saham manajer rendah, maka akan cenderung terjadi perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Dengan adanya kepemilikan saham maka akan tercipta keselarasan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer sehingga permasalahan antara agen dan *principal* diasumsikan akan hilang apabila

seorang manajer juga berperan sebagai pemegang saham pada perusahaan. Kepemilikan manajerial berhubungan dengan teori keagenan karena dengan adanya kepemilikan manajerial tersebut dapat menyelaraskan kepentingan antara agen dan *principal*. Dengan adanya kepentingan yang selaras tersebut, maka praktik manajemen laba cenderung dapat dihindarkan (Pratika dan Nurhayati, 2022).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat menjadi referensi penulis yang digunakan sebagai acuan dan pandangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mencari referensi dari berbagai jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian. Berikut merupakan penelitian-penelitian terdahulu terkait dengan topik dalam penelitian ini.

Tabel 2. 1
Penelitian-Penelitian Terdahulu

No	Penelitian (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Aristi Ardiyanti Pratika, Ida Nurhayati (2022)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Leverage, dan Kualitas Audit terhadap Manajemen Laba	Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Leverage, dan Kualitas Audit	• Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba • Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap manajemen laba • Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba • <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap manajemen laba • Kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba

No	Penelitian (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
2	Dilla Febria (2020)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Manajemen Laba	<i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial	• Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba • <i>Leverage</i> dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba
3	Citra Dewi Novitasari, Endang Sri Utami (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i>	• Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba • Kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba
4	Evia Permata Dewi, Ida Nurhayati (2022)	Pengaruh <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Dengan Kepemilikan Manajerial	<i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial	• <i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba • Kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi pengaruh <i>leverage</i> dan profitabilitas terhadap manajemen laba

No	Penelitian (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Sebagai Variabel Moderasi		
5	Sri Wahyuni Mutia dan Listya Ike Purnomo (2023)	Pengaruh Strategi Bisnis Dan Struktur Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba	Strategi Bisnis Dan Struktur Kepemilikan Manajerial	• Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap manajemen laba • Struktur kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba • Struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba
6	Dian Wijayanti (2024)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial	• Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. • Leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. • Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. • Kepemilikan manajerial mampu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap manajemen laba. • Kepemilikan manajerial tidak mampu memperkuat hubungan leverage terhadap manajemen laba. • Kepemilikan manajerial mampu memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
7	Herman Wijaya,	Pengaruh Profitabilitas,	Profitabilitas, Kepemilikan	• profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan <i>leverage</i>

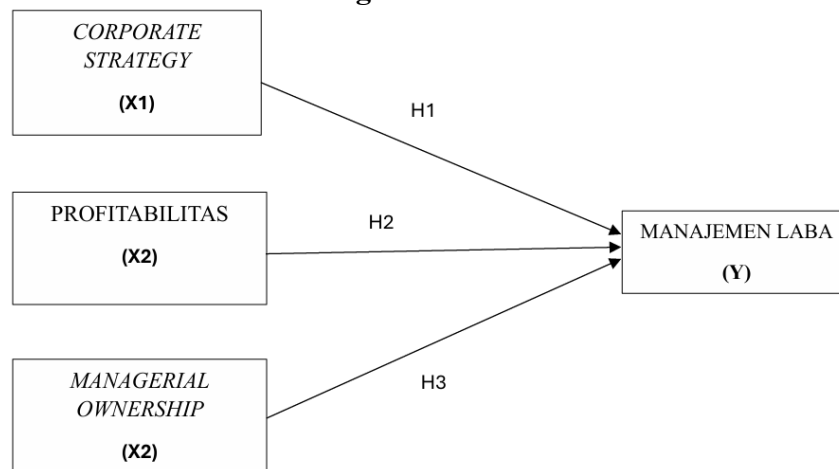
No	Penelitian (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	Linda Utami, Wiwin Arifin, Burhanudin (2024)	Kepemilikan Manajerial dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Manajerial, Leverage, dan Ukuran Perusahaan	dapat berpengaruh terhadap manajemen laba Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi antara pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan leverage terhadap manajemen laba
8	Ricky dan Widyasari (2022)	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Di Indonesia	<i>corporate strategy</i> , <i>leverage</i> , komisaris independen, dan komite audit	<i>corporate strategy</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba - komisaris independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba - komite audit tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba
9	Fadchulis Sholichah, Andi Kartika (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial	- Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba - Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba - Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba

No	Penelitian (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				• Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
10	Hendric, Tjhai Fung Jin (2019)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan, <i>Corporate Governance</i> Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba	<i>corporate strategy</i> , <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, kualitas audit, <i>audite committee</i> , <i>board meeting</i> , <i>firm age</i> , dan <i>firm loss</i>	• <i>corporate strategy</i> dan <i>leverage</i> memiliki pengaruh terhadap manajemen laba • ukuran perusahaan, kualitas audit, <i>audite committee</i>, <i>board meeting</i>, <i>firm age</i>, dan <i>firm loss</i> tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu representasi pemikiran yang menyangkut hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang telah diketahui sebagai permasalahan penting dalam suatu penelitian, dimana kerangka pemikiran ini berisikan kaitan antara variabel dependen dan independen dalam memberikan jawaban sementara dari penelitian yang akan dilakukan (Elinda, 2023). Pemahaman dampak variabel independen terhadap variabel dependen, perlu dirancang suatu kerangka pemikiran teoritis yang menjelaskan mengenai *corporate strategy*, profitabilitas, dan *managerial ownership* yang berpengaruh pada manajemen laba. *Corporate strategy*, profitabilitas, dan *managerial ownership* dinilai memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Berikut gambar kerangka pemikiran dari pemahaman dampak variabel independen terhadap variabel dependen yang disusun oleh penulis.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



2.6 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis yaitu dugaan sementara untuk suatu permasalahan yang akan diperiksa keabsahannya dengan pemeriksaan fakta-fakta yang berkaitan sehingga kebenarannya akan menjadi jelas setelah dilakukan penelitian. Hipotesis dibedakan menjadi dua jenis yaitu H_0 dan H_a . H_0 menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel yang diteliti, sementara H_a menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel yang diteliti. Hipotesis ini bertujuan untuk memberikan dasar dan menelaah tujuan penelitian sebagai pengujian pernyataan yang telah diajukan (Fauzi, 2020).

2.6.1 Pengaruh *Corporate Strategy* terhadap Manajemen Laba

Corporate strategy terdiri dari *growth strategy* dan *liquidity strategy*. *Growth strategy* terdiri dari dua dimensi yaitu *sales potential* dan *growth potential*, dimana *growth potential* diperkirakan dengan nilai pasar aset suatu entitas dibagi dengan nilai buku dari aset tersebut, sedangkan *liquidity strategy* diukur dengan rasio likuiditas yang menunjukkan tingkat kelikuidan aset suatu perusahaan

sehingga menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam mengelola likuiditasnya dengan pasar dari periode ke periode (Fung Jin, 2019).

Berdasarkan teori keagenan, *corporate strategy* yang dilakukan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh kepentingan manajer yang kemungkinan tidak selaras dengan kepentingan pemegang saham. Perusahaan yang memiliki strategi yang berorientasi pada pertumbuhan atau agresif, maka cenderung mendorong manajer untuk menggunakan manajemen laba dengan tujuan agar laporan keuangan yang disajikan terlihat lebih menguntungkan sehingga nantinya dapat menarik perhatian para investor. Perusahaan yang memiliki strategi yang berfokus pada keberlanjutan jangka panjang, manajer akan cenderung untuk menghindari praktik manajemen laba yang berlebihan karena untuk menghindari risiko demi kestabilan perusahaan dalam jangka panjang. Penelitian yang dilakukan oleh Xiangfeng dan Xine (2018), Dan Widyasari (2022), serta Uwuigbe *et al.* (2015) menyatakan bahwa *corporate strategy* berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fung Jin, 2019) yang menyatakan bahwa *corporate strategy* memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba. Strategi yang kurang tepat dapat menciptakan peluang bagi manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba, terutama dalam hal untuk mencapai target kinerja tertentu, maka peneliti dapat merumuskan hipotesis pertama:

H1: *Corporate strategy* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2021-2023.

2.6.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Rasio profitabilitas merupakan rasio laporan keuangan yang menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang perusahaan miliki (Purnama, 2019). Profitabilitas juga dapat diartikan sebagai kapasitas perusahaan untuk memperoleh pendapatan dari operasi yang dijalankan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas dapat dijadikan sebagai indikator untuk menilai kinerja perusahaan dalam mengelola laba perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, hubungan antara profitabilitas dengan manajemen laba bergantung pada insentif yang diterima oleh manajer dan juga adanya pengawasan yang dilakukan oleh pemegang saham perusahaan. Tingkat rasio profitabilitas yang tinggi dapat memberikan manajer insentif dan peluang untuk melakukan praktik manajemen laba dengan tujuan untuk mempertahankan citra perusahaan yang menguntungkan, terutama apabila terdapat kompensasi manajer terkait kinerja keuangan perusahaan, seperti bonus berdasarkan laba yang dihasilkan perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan konflik agensi, yakni manajer akan lebih tertarik pada kepentingan pribadi (bonus) sehingga manajer akan melakukan praktik manajemen laba dengan menjalankan operasional yang tidak selaras dengan kepentingan pemegang saham sehingga manajer akan mengesampingkan kepentingan pemegang saham dalam menjaga nilai perusahaan. Dalam kondisi profitabilitas yang rendah, maka manajer kemungkinan akan melakukan praktik manajemen laba untuk menjaga citra dan kinerja perusahaan di mata pasar (Mentalita, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratika dan Nurhayati (2022), Novitasari dan Utami (2023), Febria (2020), Dewi

dan Nurhayati (2022), serta Sholichah dan Kartika (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba, sehingga peneliti dapat merumuskan hipotesis kedua:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2021-2023.

2.6.3 Pengaruh *Managerial Ownership* terhadap Manajemen Laba

Managerial Ownership merupakan proporsi saham suatu entitas yang dimiliki oleh manajemen. Kepemilikan manajerial diartikan sebagai jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh para manajer, direksi, dan dewan komisaris yang nantinya ikut andil dalam pengambilan keputusan (Pietoyo *et al.*, 2022). Manajer terlibat dalam kepemilikan saham sehingga kedudukannya sejajar dengan pemegang saham. Kepemilikan manajerial dapat menyelaraskan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham.

Kepemilikan manajerial sangat relevan dengan teori keagenan, karena semakin besar kepemilikan saham manajer maka semakin besar peluang dan insentif manajer untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Hal ini dikarenakan manajer akan menyelaraskan kepentingannya dengan pemegang saham sehingga manajer dapat merasakan dampak terhadap nilai perusahaan. Manajer yang memiliki saham yang besar pada perusahaan maka cenderung akan lebih berhati-hati dan menghindari praktik manajemen laba karena manajer juga memiliki kepentingan pribadi dalam menjaga keberlanjutan dan kinerja jangka

panjang suatu entitas. Jika manajer memiliki saham yang kecil atau bahkan tidak memiliki saham pada perusahaan, maka akan berpeluang untuk melakukan manajemen laba karena demi keuntungan pribadi dan manajer tersebut tidak merasakan dampak dari kinerja jangka panjang suatu perusahaan. Perusahaan yang dikelola oleh manajer yang mempunyai kepemilikan saham dengan persentase tertentu maka dapat memengaruhi tindakan manajer untuk melakukan praktik manajemen laba (Febria, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni Mutia dan Ike Purnomo (2023) serta Wijaya *et al.* (2024) menyatakan bahwa *managerial ownership* berpengaruh terhadap manajemen laba. Sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan peneliti merumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: *Managerial Ownership* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2021-2023.