

**BAB II**

**LANDASAN TEORI, MANAJEMEN LABA, RASIO PROFITABILITAS,  
NILAI PERUSAHAAN, PENELITIAN TERDAHULU, DAN  
PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

**2.1 Landasan Teori**

**2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan mengenai hubungan *agent* dan *principal*, di mana *principal* akan memberikan wewenang atau mandat kepada *agent* untuk membuat keputusan dalam perusahaan. Dalam hal ini *agent* adalah manager perusahaan dan *principal* merupakan pemegang saham atau pemilik perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Manajer perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membuat pemilik perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal, sehingga nantinya manajer akan memperoleh kompensasi sebagai bentuk imbalan sesuai dengan persetujuan di awal. Maka dari itu, terdapat dua kepentingan yang berbeda antara manajer dan pemilik perusahaan di mana keduanya bertindak untuk saling berusaha memaksimalkan keuntungan pribadi. Konflik keagenan terjadi ketika manajer memiliki sikap oportunitis sehingga keputusan yang dilakukan oleh manajer tidak sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan dan cenderung mengarah untuk memenuhi kepentingan pribadi (Jensen & Meckling, 1976).

Konflik keagenan juga dapat terjadi di saat *agent* mempunyai informasi lebih banyak mengenai internal perusahaan dan prospek perusahaan di masa

mendatang dibandingkan dengan *principal* sehingga hal tersebut memicu terjadinya *asymmetry information* yang dapat menyebabkan masalah keagenan (Melyawati & Trisnawati, 2022). Dengan adanya *asymmetry information* membuat manajer memiliki kesempatan untuk memengaruhi angka-angka akuntansi yang tersaji dalam laporan keuangan melalui manajemen laba, salah satunya manajemen laba melalui aktivitas riil seperti manipulasi penjualan, mengurangi biaya diskresioner, dan melakukan produksi berlebih.

### **2.1.2 Teori Sinyal**

Teori sinyal merupakan suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen untuk memberikan sinyal kepada investor mengenai kondisi perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang (Brigham & Houston, 2019). Teori sinyal merupakan bentuk informasi dari perusahaan terkait dengan kinerja perusahaan yang dapat dijadikan sinyal bagi pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan memiliki kewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangannya. Teori sinyal mengartikan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada para investor mengenai prospek bisnis di masa mendatang. Sinyal tersebut dapat melalui laporan informasi kinerja perusahaan yang dapat dilihat melalui profitabilitas yang telah dihasilkan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka kinerja perusahaan juga semakin baik. Hal tersebut juga dapat mencerminkan bahwa kemakmuran para pemegang saham baik. Maka dari itu, akan timbul sinyal positif menurut investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana dapat dilihat dari harga saham yang semakin meningkat (Ayu & Suarjaya, 2017).

## 2.2 Manajemen Laba (*Earnings Management*)

Manajemen laba adalah tindakan campur tangan manajer dalam proses penyusunan laporan keuangan yang bertujuan untuk memaksimalkan kepentingan pribadi (Schipper, 1989). Manajemen laba terjadi saat manajer mengambil keputusan tertentu dengan mengubah transaksi dalam laporan keuangan untuk menyesatkan *stakeholder* mengenai informasi kinerja perusahaan yang sesungguhnya (Healy & Wahlen, 1999). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah aktivitas yang dilakukan oleh manajer untuk mempengaruhi hasil tingkat laba pada laporan keuangan perusahaan agar sesuai dengan yang diinginkan, dengan tujuan untuk menyesatkan pemilik perusahaan demi kepentingan pribadi.

### 2.2.1 Motivasi Manajemen Laba

Terdapat beberapa motivasi untuk melakukan manajemen laba, diantaranya sebagai berikut (Scott, 2009):

#### 1. Motivasi Bonus

Bonus diberikan sebagai sarana memberikan apresiasi atau *reward* pemilik perusahaan kepada manajernya. Bonus biasanya diberikan ketika kinerja manajer memuaskan dan berhasil mencapai target atau melebihi dari target yang telah ditentukan.

#### 2. Motivasi Pajak

Perusahaan cenderung menginginkan laporan laba yang dimiliki terlihat lebih rendah dari keadaan sebenarnya. Oleh karena itu, tindakan manajemen laba akan membuat laba yang dilaporkan lebih rendah sesuai dengan yang

diinginkan tanpa melanggar kebijakan akuntansi perpajakan, dengan tujuan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

### 3. Motivasi Penawaran Saham Perdana

Perusahaan yang ingin menjual sahamnya pertama kali kepada publik cenderung ingin memperlihatkan informasi keuangan yang baik dan memiliki prospek menguntungkan di masa depan. Hal tersebut penting untuk dapat memberikan sinyal positif kepada investor guna mempengaruhi keputusan investor untuk dapat menanamkan modalnya pada perusahaan.

Perilaku yang mendasari manajemen melakukan manajemen laba (Herawaty, 2008):

#### 1. Perilaku Oportunistik

Perilaku oportunistik manajemen di mana manajemen melakukan rekayasa keuangan dengan menaik atau menurunkan laporan keuangan demi kepentingan pribadi yang dapat menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam menilai kondisi perusahaan yang sesungguhnya.

#### 2. *Efficient Contracting*

Perilaku ini memungkinkan manajemen laba memberikan fleksibilitas bagi manajer untuk melindungi diri dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian di luar rencana untuk keuntungan semua pihak yang termasuk dalam kontrak.

### **2.2.2 Manajemen Laba Riil (*Real Earnings Management*)**

Manajemen laba riil adalah manajemen laba yang berdasar pada aktivitas riil perusahaan yang dilakukan sebagai tindakan penyimpangan oleh manajer dari

praktik bisnis atau operasional normal perusahaan (Roychowdhury, 2006). Motivasi manajer melakukan manajemen laba riil adalah untuk menyetatkan *stakeholder* agar percaya bahwa laporan keuangan yang dilaporkan telah memenuhi sesuai dengan operasi normal. Manajemen laba riil merupakan manipulasi yang dilakukan melalui aktivitas sehari-hari perusahaan selama periode akuntansi tertentu. Manajer cenderung menggunakan manajemen laba riil karena lebih mudah untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan melalui manipulasi aktivitas operasional perusahaan sehari-hari (Darmawan, 2020). Dapat disimpulkan bahwa manajemen laba riil adalah tindakan manipulasi oleh manajer untuk mencapai tingkat laba sesuai yang diinginkan melalui aktivitas sehari-hari operasional perusahaan dengan tujuan untuk menyetatkan *stakeholder* agar percaya bahwa informasi keuangan telah sesuai dengan operasi normal perusahaan.

Dalam mendeteksi manajemen laba riil yang dilakukan perusahaan, Roychowdhury (2006) menjelaskan bahwa manajemen laba riil dapat dilakukan dengan tiga cara sebagai berikut:

1. Manipulasi penjualan

Manipulasi penjualan adalah usaha manajemen dalam meningkatkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan dengan cara menawarkan diskon harga dan mempermudah dalam pemberian kredit. Hal tersebut dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian sehingga perusahaan dapat mencatat penjualan yang tinggi pada periode berjalan, namun

pemberian diskon tersebut dapat menurunkan arus kas yang didapat perusahaan.

2. Mengurangi pengeluaran biaya diskresioner

Perusahaan melakukan pengurangan beban diskresioner seperti biaya *research and development*, iklan, serta administrasi yang secara umum merupakan beban pada periode terjadinya pengeluaran tersebut. Oleh karena itu, laba perusahaan akan meningkat dengan adanya penurunan laporan beban diskresioner. Strategi yang dilakukan ini untuk menghindari pelaporan laba negatif atau untuk meningkatkan laba.

3. Melakukan produksi secara berlebihan

Manajemen berusaha meningkatkan laba perusahaan melalui cara memproduksi barang dengan jumlah yang lebih besar daripada yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan atas adanya kebijakan diskon harga. Hal tersebut menyebabkan HPP per unit produk menjadi lebih rendah karena biaya tetap perusahaan akan tersebar ke dalam unit produk yang banyak, sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih tinggi. Akibat lain barang yang diproduksi secara berlebihan adalah tingginya tingkat biaya produksi dan biaya penyimpanan persediaan perusahaan, sehingga arus kas operasi menjadi lebih rendah.

### 2.3 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan. Rasio profitabilitas juga dapat mencerminkan bagaimana

kinerja manajemen dalam menjaga efektivitas kegiatan operasi perusahaan (Sukamulja, 2022). Berikut adalah jenis rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini:

1. *Return on Equity* (ROE)

*Return on equity* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang dinilai melalui ekuitas (Sukalmuja, 2022). Return on equity sangat berguna bagi para pemegang saham untuk melihat tingkat pengembalian atas saham perusahaan yang dimiliki.

#### **2.4 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan berbanding lurus dengan harga saham (Sutama & Lisa, 2018). Jika harga saham perusahaan tinggi, maka hal itu juga akan membuat nilai perusahaan tinggi. Apabila perusahaan memiliki nilai yang tinggi, maka pasar dan investor akan melihat perusahaan sebagai perusahaan yang memiliki kinerja baik dan prospek perusahaan yang bagus dimasa yang akan datang. Semakin baik kinerja dan prospek keberlanjutan perusahaan di masa depan, maka hal tersebut akan semakin menarik minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan.

Terdapat beberapa pendekatan rasio dalam menghitung nilai perusahaan, antara lain yaitu *price earnings ratio* (PER), *price book value ratio* (PBV), *market book ratio* (MBR), *dividend yield ratio*, dan *dividend payout ratio* (DPR) (Brigham & Houston, 2010). Nilai perusahaan dapat dihitung menggunakan rasio Tobin's Q (Jumiari & Julianto, 2020). Rasio Tobin's Q dianggap lebih baik karena menggunakan dasar perhitungan dengan

memasukkan unsur-unsur kewajiban perusahaan. Rasio nilai pasar merupakan rasio yang berguna untuk membandingkan nilai perusahaan di mata investor dan nilai perusahaan dalam laporan keuangan (Sukamulja, 2022). Terdapat beberapa cara dalam menghitung rasio pasar diantaranya yaitu, *earnings per share* (EPS), *price to earnings ratio* (PER), *market to book ratio* (PBV), dan Tobin's Q. Penelitian ini menggunakan perhitungan Tobin's Q karena Rasio Tobin's Q dianggap lebih baik dari rasio MBV (*market to book value*) karena Tobin's Q ini memasukkan nilai utang perusahaan (*debt*) dalam menghitung nilai pasar dan nilai buku perusahaan.

## 2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu yang dijadikan acuan peneliti dalam melakukan penelitian:

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
Darmawan (2020)	Variabel x: manajemen laba riil (MLR)  Variabel y: nilai perusahaan  Variabel pemoderasi: kualitas audit	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017	MLR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat MLR yang dilakukan akan menyebabkan penurunan pada nilai perusahaan.
Illahi (2018)	Variabel x: manajemen laba riil	Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek	Manajemen laba riil yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh negatif

Peneliti	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
	Variabel y: relevansi nilai perusahaan	Indonesia tahun 2012-2015	terhadap relevansi nilai perusahaan.
Supardi et al. (2022)	Variabel x: manajemen laba riil (MLR)  Variabel y: nilai perusahaan  Variabel moderasi: <i>corporate governance</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019	MLR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.  <i>Corporate governance</i> dapat menurunkan hubungan antara MLR dengan nilai perusahaan.
Melyawati & Trisnawati (2022)	Variabel x: <i>tax avoidance</i> dan manajemen laba riil  Variabel y: nilai perusahaan  Variabel moderasi: kepemilikan terkonsentrasi	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020	<i>Tax avoidance</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.  Manajemen laba riil tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.  Kepemilikan terkonsentrasi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.  Kepemilikan terkonsentrasi tidak mampu memoderasi hubungan <i>tax avoidance</i> dan manajemen laba riil dengan nilai perusahaan.
Rahmawati & Putri (2020)	Variabel x: manajemen laba	Perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di	Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Peneliti	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
	Variabel y: nilai perusahaan  Variabel moderasi: <i>good corporate governance</i>	Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016	Kepemilikan manajerial dan institusional mampu memperkuat pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan.
Nurlaila & Triyonowati (2022)	Variabel x: profitabilitas (ROE), <i>leverage</i> (DER), ukuran perusahaan ( <i>size</i> )  Variabel y: nilai perusahaan (PBV)	Perusahaan sub sektor <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020	Profitabilitas yang diproksikan menggunakan <i>return on equity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Suryani & Djawoto (2021)	Variabel x: likuiditas (CR), profitabilitas (ROE), struktur modal (DER), ukuran perusahaan ( <i>size</i> )  Variabel y: nilai perusahaan	Perusahaan <i>property and real estate</i> tahun 2017-2019	Profitabilitas yang diproksikan menggunakan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## 2.6 Pengembangan Hipotesis

### 2.6.1 Pengaruh Manajemen Laba Riil terhadap Nilai Perusahaan

Asimetri informasi yang terjadi antara *agent* dan *principal* menyebabkan *agent* memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengetahui informasi internal

perusahaan dibanding dengan *principal* (Jensen & Meckling, 1976). Hal tersebut menyebabkan investor atau *principal* tidak bisa mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya, dan *agent* atau manajer dapat dengan mudahnya menerapkan manajemen laba. Manajemen laba dapat dilakukan dengan manipulasi laba melalui aktivitas riil perusahaan.

Terdapat tiga cara untuk melakukan manajemen laba melalui aktivitas riil, yaitu melalui manipulasi penjualan, mengurangi biaya diskresioner, dan melakukan produksi secara berlebihan (Roychowdhury, 2006). Manipulasi penjualan dilakukan oleh manajer untuk meningkatkan penjualannya pada periode tertentu secara temporer dengan cara menawarkan harga diskon untuk menarik minat pelanggan untuk membeli. Strategi ini dapat membuat penjualan meningkat pada tahun berjalan sehingga laba yang diperoleh akan tinggi, namun akan berdampak pada kecilnya arus kas yang diperoleh perusahaan karena potongan harga yang dilakukan. Teknik kedua yaitu dengan mengurangi biaya diskresioner untuk menghindari pelaporan laba negatif atau untuk meningkatkan laba. Teknik ketiga yaitu melakukan produksi berlebihan untuk memenuhi permintaan atas adanya kebijakan diskon harga. Produksi berlebihan dapat menyebabkan HPP per unit rendah, sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih tinggi. Namun hal tersebut dapat mendorong biaya penyimpanan barang menjadi lebih tinggi.

Manajemen laba yang dilakukan oleh manajer bertujuan untuk menutupi kinerja buruk perusahaan dan membuat kinerja perusahaan terlihat baik dan memiliki prospek yang menguntungkan di masa mendatang. Hal tersebut

dilakukan manajer untuk menyesatkan pengguna laporan keuangan agar percaya bahwa perusahaan sedang dalam kondisi baik-baik saja dan berjalan sesuai dengan operasi normal. Perusahaan yang terindikasi melakukan manajemen laba riil berarti aktivitas operasi perusahaan tidak berjalan secara normal. Akibatnya, pengguna laporan keuangan tidak dapat mengetahui kinerja perusahaan yang sesungguhnya dan prospek perusahaan mendatang. Hal tersebut dapat mengakibatkan permintaan akan saham menurun dan membuat harga saham menjadi rendah, sehingga nilai perusahaan juga akan menurun.

Hal ini dibuktikan melalui penelitian terdahulu oleh Roychowdhury (2006) yang menyatakan bahwa manipulasi laba melalui aktivitas riil oleh manajer hanya akan meningkatkan pendapatan pada periode berjalan, namun akan berakibat negatif pada arus kas periode yang akan datang. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Darmawan (2020) dan Illahi (2018) yang menyatakan bahwa manajemen laba riil berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian oleh Supardi et al. (2022) memberikan hasil yang berbeda yaitu manajemen laba riil berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

**H1: Manajemen laba riil berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.**

### **2.6.2 Pengaruh Profitabilitas (*Return on Equity*) terhadap Nilai Perusahaan**

*Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang diukur melalui ekuitas perusahaan (Sukamulja, 2022). *Return on equity* penting bagi para pemegang

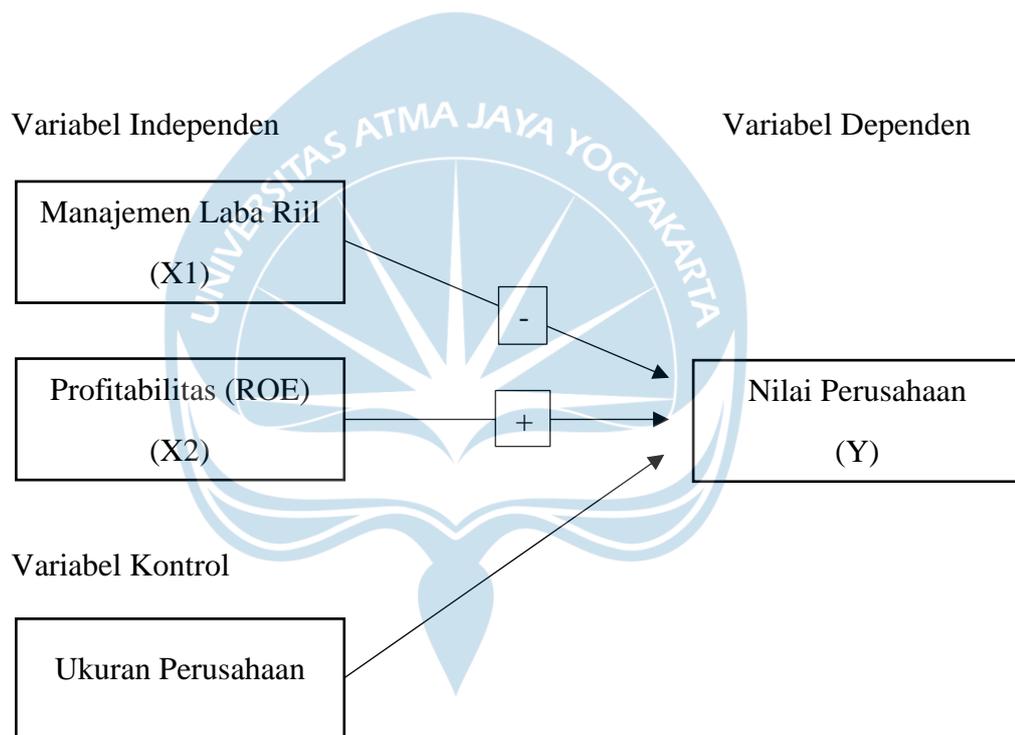
saham untuk melihat seberapa menguntungkan perusahaan dalam pengembalian laba atas modal yang telah ditanam investor. Nilai ROE yang tinggi memberikan sinyal positif kepada para pemegang saham bahwa perusahaan sedang dalam kondisi yang menguntungkan serta memiliki prospek kerja yang baik di masa depan. Hal tersebut tentunya akan menarik minat pemegang saham dalam menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat dilihat dari harga saham yang juga meningkat.

Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nurlaila & Triyonowati, 2022), (Suryani & Djawoto, 2021), (Lubis et al., 2017), menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *return on equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian terdahulu oleh (Paat et al., 2021) dan (Hariyanto & Lestari, 2018) juga menunjukkan bahwa *return on equity* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan untuk diteliti pada penelitian ini sebagai berikut:

**H2: Profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan variabel independen manajemen laba riil dan profitabilitas (ROE), dengan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan. Variabel dependen penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan, maka disusun hipotesis alur pemikiran yang digambarkan dalam kerangka teoritis sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**