

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Keagenan

Teori keagenan muncul ketika pemilik perusahaan (*principal*) tidak mampu mengelola perusahaan miliknya sendiri, sehingga pemilik harus melakukan kontrak dengan para manajer (*agent*) untuk mengelola bisnis perusahaan. Jensen and Meckling (1976) menjelaskan bahwa hubungan agensi terjadi ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen

Teori keagenan adalah cabang dari *game theory* yang mempelajari desain kontrak untuk memotivasi *agent* yang rasional untuk bertindak atas nama *principal* ketika kepentingan *agent* bertentangan dengan kepentingan *principal* (Scott, 2003:305). Perbedaan kepentingan antara *agent* dan *principal* yang bertentangan sering kali menimbulkan permasalahan dan konflik yang sering disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*).

Masalah keagenan muncul karena adanya perbedaan informasi yang dimiliki oleh manajer sebagai *agent* dan pemegang saham sebagai *principal*. Manajer sering kali memiliki lebih banyak informasi tentang kondisi dan kinerja perusahaan dari pada manajer. Ketidakseimbangan informasi antara manajer dan pemegang saham ini disebut sebagai *information asymmetric*

Dalam upaya mengatasi atau mengurangi masalah keagenan ini menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang akan ditanggung baik oleh *principal* maupun *agent*. Jensen and Meckling (1976) membagi biaya keagenan ini menjadi *monitoring cost*, *bonding cost* dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh *principal* untuk memonitor perilaku *agent*, yaitu untuk mengukur, mengamati, dan mengontrol perilaku *agent*. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh *agent* untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*. Selanjutnya *residual loss* merupakan pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran *principal* sebagai akibat dari perbedaan keputusan yang diambil oleh *agent* dan kepentingan *principal*.

2.2. Manajemen Laba

2.2.1. Pengertian Manajemen Laba

Salah satu ukuran kinerja yang biasa digunakan oleh pihak eksternal pengguna laporan keuangan perusahaan adalah laba. Menurut *Statement Financial of Accounting Concept* (SFAC) nomor 2, laba merupakan unsur utama dalam laporan keuangan dan sangat penting bagi pihak-pihak yang menggunakannya karena mempunyai nilai prediktif. Namun dalam praktiknya, perusahaan sering melakukan manajemen laba sehingga nilai prediktif dari laba tersebut menjadi tidak tepat.

Menurut Healy and Wahlen (1999: 368), manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan sehingga menyesatkan

stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

Menurut Schipper (1989), manajemen laba adalah suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal, untuk memperoleh beberapa keuntungan privat. Sedangkan menurut Scott (2003:369), manajemen laba didefinisikan sebagai kebijakan akuntansi yang dipilih oleh manajer untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Scott (2003) Manajemen laba dapat dilihat dalam sudut pandang kontrak dan pelaporan keuangan. Dalam sudut pandang kontrak manajemen laba dianggap sebagai cara untuk melindungi diri mereka sendiri dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan semua pihak yang terlibat dalam kontrak. Sedangkan dalam sudut pandang pelaporan keuangan, manajer bisa meningkatkan nilai perusahaan dengan manajemen laba.

2.2.2. Motivasi Manajemen Laba

Menurut Scott (2003) motivasi manajer melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut:

1. Skema Bonus (*Bonus Scheme*)

Manajer yang mendapatkan skema bonus akan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang akan mengoptimalkan bonus yang mereka dapatkan. Manajer akan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang memaksimalkan pendapatan dan meminimalkan beban masa kini

perusahaan untuk mencapai laba yang ditargetkan dalam skema bonus. Namun apabila laba yang didapat oleh perusahaan diperkirakan akan melewati target laba, manajer akan memilih kebijakan akuntansi yang lebih konservatif untuk melakukan *saving* dan menggeser laba ke periode berikutnya.

Dalam skema bonus dikenal adanya istilah *cap* dan *bogey*. *Cap* adalah tingkat laba maksimum untuk menerima tambahan bonus. Jika laba yang dicapai sudah melebihi *cap* maka bonus yang diterima tidak akan bertambah atau konstan. Sedangkan *bogey* tingkat laba minimum yang harus dicapai untuk bisa menerima bonus.

Manajer memilih kebijakan akuntansi yang akan memaksimalkan laba untuk bisa melampaui *bogey* yang sudah ditentukan dalam skema bonus. Ketika laba perusahaan sudah mencapai *cap*, manajer sudah tidak akan menerima tambahan bonus sehingga manajer sudah tidak mempunyai motivasi melakukan manajemen laba yang meningkatkan laba. Sebaliknya, manajer akan termotivasi untuk memilih kebijakan akuntansi yang lebih konservatif dan menggeser laba periode sekarang ke periode berikutnya.

Pada skema kompensasi, perusahaan sudah mengantisipasi insentif manajer melakukan manajemen laba dan mengizinkan manajer untuk melakukan manajemen laba pada jumlah tertentu (diantara *cap* dan *bogey*). *Bogey* mendorong manajer melampaui tingkat minimum laba tertentu dan *cap* mendorong manajer untuk menjaga laba sampai batas tertentu dan

menggeser laba periode sekarang ke periode berikutnya. Hal ini akan berdampak pada laba perusahaan yang lebih *persistent*.

2. Motivasi Kontraktual Lainnya

Manajemen laba merupakan perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitas mereka dalam menghadapi kompensasi, kontrak hutang dan biaya politik. Selain itu, manajemen laba juga dapat dilihat dari sudut pandang kontrak efisien. Salah satu kontrak yang dimiliki perusahaan adalah kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*)

Kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*) adalah perjanjian untuk melindungi kepentingan kreditur yaitu pembayaran bunga dan principalnya dari tindakan-tindakan manajer yang dapat mengancam kepentingan kreditur. Perjanjian hutang jangka panjang ini mencegah perusahaan untuk memberikan dividen yang berlebihan, memiliki hutang yang terlalu tinggi, dan membiarkan modal kerja dan kekayaan pemilik berada di bawah tingkat tertentu sehingga meningkatkan risiko pembayaran bunga dan *principal* kepada kreditur.

Perjanjian hutang jangka panjang ini mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba agar laba yang dihasilkan perusahaan maupun kas yang tersedia dari perusahaan mencukupi untuk membayar bunga dan principal kepada kreditur. Ketika perusahaan bisa menepati kontrak maka perusahaan akan memiliki reputasi yang baik dan hal ini akan berdampak baik bagi perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan termin hutang yang lebih lama dan tingkat bunga yang lebih rendah dari kreditur.

3. Motivasi Politis

Aspek politis tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan strategis yang aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak. Perusahaan yang beroperasi di bidang penyediaan fasilitas bagi kepentingan masyarakat luas seperti listrik, air, telekomunikasi, dan infrastruktur, secara politis akan mendapat perhatian dari pemerintah dan masyarakat. Perusahaan seperti ini cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, khususnya selama periode kemakmuran. Tindakan ini dilakukan untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah seperti subsidi.

4. Motivasi Perpajakan (*taxation motivation*)

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama bagi perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Perusahaan melakukan manajemen laba untuk menurunkan laba sebelum pajak yang dilaporkan dalam laporan keuangan supaya beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan menjadi lebih kecil. Pada perusahaan-perusahaan yang melakukan pembelian aset baru pada periode dimana perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan memilih metode depresiasi saldo menurun ganda (*double declining method*) agar beban depresiasi perusahaan menjadi tinggi dan laba sebelum pajak yang dilaporkan dalam laporan keuangan perusahaan menjadi rendah.

5. Pergantian CEO

Beragam motivasi muncul di sekitar waktu pergantian CEO. Sebagai contoh, CEO yang mendekati masa akhir pensiun akan melakukan manajemen laba yang mampu meningkatkan laba perusahaan untuk meningkatkan bonusnya. Demikian juga CEO yang memiliki kinerja yang kurang baik akan cenderung memaksimalkan laba untuk mencegah pemecatan terhadap dirinya. Namun berbeda pada CEO baru yang ditunjuk untuk menggantikan CEO yang lama. CEO baru akan cenderung melakukan *take a bath* dengan mengakui beban lebih tinggi di periode sekarang untuk meningkatkan kemungkinan laba yang lebih tinggi pada periode selanjutnya.

6. IPO (*Initial Public Offerings*)

Ketika perusahaan melakukan IPO, Perusahaan belum mempunyai nilai pasar. Salah satu cara untuk melihat nilai perusahaan adalah dari informasi keuangan yang ada di dalam prospektus sebagai sumber informasi yang penting. Informasi yang didapat dari prospektus ini digunakan sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai perusahaan. Hal ini memotivasi perusahaan untuk melakukan manajemen laba yang meningkatkan laba yang dilaporkan agar kinerja keuangan perusahaan terlihat lebih baik. Manajer yang melakukan manajemen laba berharap agar saat IPO, perusahaan akan mendapatkan harga saham yang lebih tinggi. Harga saham yang tinggi akan menambah modal kerja perusahaan

sehingga perusahaan mampu meningkatkan kinerja di periode selanjutnya.

2.2.3. Pola Manajemen Laba

Menurut Scott (2003:383) ada empat pola manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan yaitu:

1. *Taking a bath*

Manajemen laba dengan pola *taking a bath* biasanya dilakukan ketika perusahaan melakukan reorganisasi termasuk saat pergantian CEO. *Taking a bath* dilakukan dengan melaporkan rugi yang besar pada periode sekarang. Perusahaan harus melakukan penghapusan atau pengurangan nilai beberapa aset dan menggeser beban masa depan perusahaan ke periode sekarang.

Sebagai contoh, manajer perusahaan mengambil kebijakan untuk mengurangi nilai persediaan dari Rp 100.000 per unit menjadi Rp 50.000 per unit dan mengakui rugi sebesar Rp 50.000 per unit pada periode dimana perusahaan melakukan *taking a bath*. Di periode selanjutnya saat perusahaan menjual persediaan tersebut senilai Rp 75.000 per unit maka perusahaan bisa memperoleh laba sebesar Rp 25.000 per unit.

Manajer yang melakukan *taking a bath* bisa mengambil kebijakan untuk mengakui cadangan kerugian piutang lebih besar dari yang seharusnya untuk menggeser beban masa depan ke periode dimana perusahaan melakukan *taking a bath*. Di periode selanjutnya perusahaan akan mengakui CKP lebih kecil karena sebagian CKP sudah diakui di

periode sebelumnya, sehingga perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar.

Manajer melakukan *taking a bath* untuk meningkatkan kemungkinan laba yang besar pada periode selanjutnya. Selain itu, manajer yang tidak dapat mencapai *bogey* dalam skema bonus juga melakukan *taking a bath* untuk alasan yang sama. Pada periode selanjutnya, manajer akan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk mencapai *bogey* setelah melakukan *taking a bath*.

2. *Income Minimization*

Income minimization adalah pola manajemen laba yang serupa dengan *taking a bath* namun dalam bentuk yang tidak terlalu ekstrim. *Income minimization* dilakukan dengan memilih kebijakan yang dapat meminimalkan laba seperti penghapusan beberapa aset dan *intangible asset*, beban pemasaran, dan beban R&D. Dengan mengakui beban yang lebih besar maka laba yang dilaporkan akan menjadi lebih rendah. Salah satu motivasi perusahaan melakukan *income minimization* adalah untuk menghindari beban pajak yang tinggi.

3. *Income Maximization*

Manajer melakukan *income maximization* dengan tujuan untuk meningkatkan laba perusahaan agar bisa mencapai *bogey* dalam skema bonus. Namun *income maximization* yang dilakukan akan berhenti ketika sudah mencapai *cap* yang ada dalam skema bonus.

4. *Income Smoothing*

Income smoothing mungkin adalah pola yang paling menarik dalam manajemen laba. Manajer akan melakukan *income smoothing* diantara *bogey* dan *cap*. Skema bonus memberikan insentif bagi manajemen untuk mempertahankan laba di antara *bogey* dan *cap*. Manajer yang lebih *risk-averse* akan menjaga agar laba perusahaan tetap rata dan melakukan *saving* laba untuk periode selanjutnya. Selain itu *income smoothing* juga dilakukan untuk menghindari peningkatan *bogey* yang tinggi di periode selanjutnya.

Pada akhirnya, perusahaan melaporkan laba yang lebih rata untuk tujuan pelaporan eksternal. Perusahaan ingin menginformasikan kepada pasar bahwa laba yang dimiliki oleh perusahaan lebih *persistent*.

2.2.4. *Real Earnings Management*

Real earnings management dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan manajemen yang menyimpang dari praktik bisnis yang normal yang dilakukan dengan tujuan utama untuk mencapai target laba (Cohen and Zarowin, 2010; Roychowdhury, 2006) *Real earnings management* dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

1. Manipulasi penjualan

Manipulasi penjualan merupakan usaha untuk meningkatkan penjualan secara temporer dalam periode tertentu dengan menawarkan diskon harga secara berlebihan atau memberikan persyaratan kredit yang lebih lunak, Strategi ini dapat meningkatkan volume penjualan dan laba

periode sekarang, dengan mengasumsikan margin labanya tetap positif. Volume penjualan akan meningkat karena diskon yang besar dan termin kredit yang lebih panjang menarik pelanggan untuk melakukan pembelian sehingga perusahaan mencatat penjualan yang tinggi pada periode berjalan. Namun pemberian diskon dan syarat kredit yang lebih lunak akan menurunkan arus kas periode sekarang karena jumlah kas yang terkumpul dari penagihan piutang menjadi lebih sedikit karena terpotong oleh diskon dan periode pengumpulan piutang yang menjadi lebih lama. Manipulasi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan akan menyebabkan munculnya *abnormal cash flow from operations*.

Mengikuti apa yang dilakukan oleh Roychowdhury (2006) dan Chi *et al.* (2011), untuk mengukur *abnormal cash flow from operations* yang diakibatkan dari manipulasi penjualan digunakan model sebagai berikut:

$$CFO_{it}/Assets_{i,t-1} = a_{1t}(1/Assets_{i,t-1}) + a_{2t}(Sales_{i,t}/Assets_{i,t-1}) + a_{3t}(\Delta Sales_{i,t}/Assets_{i,t-1}) + \varepsilon_{it}$$

2. Produksi yang berlebihan (*overproduction*)

Untuk meningkatkan laba, manajer dapat membuat kebijakan untuk memproduksi produk dalam jumlah yang besar. Hal ini dilakukan agar produksi perusahaan mampu mencapai skala ekonomis tertentu karena biaya tetap (*fix cost*) perusahaan tersebar ke dalam unit produk yang lebih banyak. Hal ini menyebabkan HPP per unit produk menjadi

lebih rendah sehingga laba yang dilaporkan diharapkan menjadi lebih tinggi.

Produksi yang berlebihan (*overproduction*) yang dilakukan dengan tujuan mengelola laba dianggap sebagai suatu hal yang tidak normal karena tidak berhubungan dengan kegiatan operasi normal perusahaan. Mengikuti apa yang dilakukan oleh Roychowdhury (2006) dan Chi *et al.* (2011), untuk mengukur produksi yang berlebihan (*overproduction*) digunakan model sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Prod_{it}/Assets_{i,t-1} = & b_{1t}(1/Assets_{i,t-1}) + b_{2t}(Sales_{i,t}/Assets_{i,t-1}) \\ & + b_{3t}(\Delta Sales_{i,t}/Assets_{i,t-1}) \\ & + b_{4t}(\Delta Sales_{i,t-1}/Assets_{i,t-1}) + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

3. Penurunan *Discretionary Expenditures*

Perusahaan dapat menurunkan *discretionary expenditures* seperti beban *research and development* (R&D), iklan, penjualan, serta administrasi dan umum terutama pada periode dimana beban-beban tersebut tidak terlalu mempengaruhi pendapatan dan laba secara langsung. Strategi ini dapat meningkatkan laba dan arus kas periode saat ini namun dengan risiko menurunkan arus kas di periode selanjutnya.

Perusahaan yang menurunkan *discretionary expenditures* akan menghentikan beberapa pengeluaran sehingga laba yang dilaporkan perusahaan menjadi lebih tinggi. Contohnya, perusahaan akan menghentikan R&D untuk produk-produk yang sudah memiliki penjualan

yang tinggi dan tidak memerlukan sebuah inovasi dalam waktu dekat. Iklan untuk produk-produk yang sudah memiliki penjualan yang tinggi dan sudah dikenal oleh masyarakat juga bisa dihentikan. Beban penjualan maupun administrasi dan umum yang tidak terlalu diperlukan bisa dihentikan untuk sementara untuk meminimalkan beban yang harus dicatat oleh perusahaan. Penurunan *discretionary expenditures* ini dianggap sebagai penurunan *discretionary expenditures* yang tidak normal (*abnormal discretionary expenses*) karena tidak berhubungan dengan kegiatan operasi perusahaan tetapi didorong oleh manajemen laba.

Mengikuti apa yang dilakukan oleh Roychowdhury (2006) dan Chi *et al.* (2011), untuk mengukur *abnormal discretionary expenses* digunakan model sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Discexp_{it}/Assets_{i,t-1} = & c_{1t}(1/Assets_{i,t-1}) \\ & + c_{2t}(Sales_{i,t-1}/Assets_{i,t-1}) + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

2.3. Earnings Thresholds

Menurut Ebaid (2012), manajer cenderung melakukan manajemen laba untuk mencapai atau melewati *earnings thresholds*. *Earnings threshold* ini menjadi suatu *benchmark* bagi perusahaan perusahaan sehingga menimbulkan insentif untuk mencapai atau melampauinya. Menurut Degeorge *et al.* (1999), Burghstahler and Dichev (1997), Hayn (1995) dalam Ibrahim (2012) terdapat 3 *thresholds* yang menjadi *earnings benchmark* yang mendorong manajer

melakukan manajemen laba yaitu *zero earnings*, *previous year's earnings*, dan *analyst's earnings forecasts*.

Threshold yang pertama adalah *zero earnings* yang berusaha dicapai manajer untuk menghindari kerugian. Apabila perusahaan mengalami kerugian manajer akan cenderung melakukan manajemen laba untuk menghindari agar perusahaan tidak melaporkan rugi (*zero earnings*). Kerugian adalah kabar buruk bagi para investor maupun calon investor sehingga manajer akan melakukan manajemen laba agar perusahaan tidak melaporkan rugi dan menjaga nilai saham perusahaan tidak jatuh.

Perusahaan yang berusaha mencapai atau sekedar melampaui *zero earnings threshold* adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki jumlah laba bersih dibagi total aset awal periode dengan rentang 0 – 0,005 (Roychowdhury, 2006). Roychowdhury (2006) dalam penelitiannya yang berjudul "*Earnings Management Through Real Activities Manipulation*" mengklasifikasikan 21.758 *firm years* selama periode 1987 sampai 2001 ke dalam interval laba dengan *range* -0,075 sampai +0,075 dan lebar tiap interval 0,005. Berdasarkan penelitiannya tersebut, Roychowdhury (2006) berpendapat bahwa hanya periode dimana perusahaan melaporkan laba bersih dibagi total aset awal periode jatuh pada interval 0 – 0,005 diduga memiliki insentif untuk melakukan *real earnings management*. Perusahaan yang melakukan *zero earnings benchmark* melaporkan laba di atas nol namun tidak akan terpaut jauh di atas nilai nol. Roychowdhury (2006) berpendapat bahwa tahun dimana perusahaan melaporkan laba di luar

interval $0 - 0,005$ adalah tahun dimana perusahaan tidak melakukan manajemen laba untuk mencapai *zero earnings threshold*.

Threshold yang kedua adalah *previous year's earnings*. Manajer cenderung berusaha menghindari pelaporan laba yang menurun dibandingkan dengan laba yang dilaporkan tahun lalu. Laba yang dilaporkan perusahaan ditahun lalu akan menjadi tolok ukur pertumbuhan perusahaan. Manajer akan terdorong untuk bisa mencapai atau melampaui laba yang dihasilkan perusahaan di tahun lalu untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang meningkat.

Roychowdhury (2006) berpendapat bahwa hanya tahun perusahaan dimana perusahaan melaporkan selisih laba dengan laba tahun lalu dibagi total aset awal periode jatuh pada interval $0 - 0,005$ diduga memiliki insentif untuk melakukan *real earnings management*. Perusahaan yang hanya ingin mencapai atau sekedar melampaui *previous year's earnings threshold* melaporkan selisih laba dengan laba tahun lalu di atas nol namun tidak akan terpaut jauh dari laba yang dilaporkan tahun lalu. Roychowdhury (2006) berpendapat bahwa tahun perusahaan dimana perusahaan melaporkan selisih laba di luar interval $0 - 0,005$ adalah tahun dimana perusahaan memperoleh laba dari aktivitas normal perusahaan tanpa melakukan manajemen laba.

Analyst's earnings forecasts adalah *threshold* yang ketiga yang berusaha dicapai atau dilampaui oleh manajer dengan manajemen laba. *analyst's earnings forecasts* menjadi salah satu tolok ukur dari kinerja perusahaan. *analyst's earnings forecasts* menjadi target laba yang seharusnya dicapai oleh perusahaan

sehingga apabila perusahaan tidak mampu menghasilkan laba sesuai dengan perkiraan analis, hal ini akan menjadi sinyal yang buruk bagi para investor.

Menurut Healy (1985) manajer memiliki insentif untuk mencapai atau melampaui target laba untuk memaksimalkan kompensasi yang akan mereka dapatkan. Matsunaga dan Park (2001) mendokumentasikan bahwa ada efek negatif yang signifikan pada bonus yang diterima oleh manajer apabila perusahaan gagal mencapai *analyst's earnings forecasts* atau laba yang dihasilkan perusahaan di periode sebelumnya. Sedangkan menurut Graham *et al* (2005), 80% *Chief Financial Officer* (CFO) perusahaan setuju bahwa mencapai *earnings thresholds* membantu mereka untuk membangun kredibilitas di pasar modal dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan harga pasar saham.

2.4. Kualitas Audit

Menurut Watkins *et al.* (2004), kebanyakan penelitian empiris kualitas audit mendefinisikan kualitas audit secara relatif terhadap risiko audit dimana seorang auditor mungkin gagal dalam memodifikasi opini audit pada laporan keuangan yang memiliki salah saji secara material. De Angelo (1981) mendefinisikan kualitas audit sebagai probabilitas yang dinilai oleh pasar (*market-assesed*) di mana auditor akan mampu menemukan pelanggaran dalam sistem akuntansi kliennya dan melaporkan pelanggaran tersebut. Para pengguna laporan keuangan akan membuat keputusan berdasarkan laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor eksternal perusahaan. Oleh karena itu auditor sebagai pihak yang independen diharapkan mampu membatasi terjadinya pelanggaran sistem

akuntansi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan atas laporan keuangan perusahaan.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kantor Akuntan Publik (KAP) yang besar akan berusaha untuk menyajikan kualitas audit yang lebih baik dibandingkan dengan KAP yang kecil. DeAngelo (1981) menyimpulkan bahwa KAP yang lebih besar dapat diartikan menghasilkan kualitas audit yang lebih baik dibandingkan KAP kecil. DeAngelo (1981) merupakan salah satu pencetus pertama penggunaan ukuran KAP sebagai proksi utama dalam mengukur kualitas audit.

Lennox (1999) dalam Riyatno (2007) melihat pada dua penjelasan mengenai hubungan yang positif antara ukuran KAP dan kualitas audit, yaitu alasan reputasi dan *deep pocket* yang dimiliki oleh KAP besar. Penelitiannya membuktikan kesesuaian dengan hipotesis reputasi yang berargumen bahwa KAP besar mempunyai insentif lebih besar untuk mengaudit lebih akurat karena mereka memiliki lebih banyak hubungan spesifik dengan klien (*client-specific rents*) yang akan hilang jika mereka memberikan laporan yang tidak akurat. Selain itu karena karena KAP besar memiliki sumber daya atau kekayaan yang lebih besar daripada KAP kecil, maka mereka terancam (*exposed*) oleh tuntutan hukum pihak ketiga yang lebih besar bila menghasilkan laporan audit yang tidak akurat.

Dalam dunia audit dikenal istilah KAP Big 4 yang terdiri dari PriceWaterhouseCoopers, Deloitte Tohce Tomatsu, Ernst and Young, dan KPMG. Keempat KAP ini adalah KAP internasional dengan pendapatan terbesar dan jumlah karyawan terbanyak. KAP yang berafiliasi dengan keempat KAP besar ini

dianggap menyajikan kualitas audit yang lebih baik karena memiliki reputasi dan sumber daya yang lebih banyak (Riyatno, 2007).

Menurut DeAngelo (1981), kualitas audit yang diberikan oleh akuntan publik dapat dilihat dari ukuran KAP yang melakukan audit. KAP besar (Big 4) dianggap akan melakukan audit dengan lebih berkualitas dibandingkan dengan KAP kecil (non Big 4). Hal tersebut dikarenakan KAP besar memiliki lebih banyak sumber daya dan lebih banyak klien sehingga mereka tidak tergantung pada satu atau beberapa klien saja.

Dopuch & Simunic (1980) mengungkapkan KAP dengan reputasi yang lebih baik akan cenderung menjaga nama baiknya dengan serangkaian prosedur audit yang jelas dan tersetandarisasi. Jika tidak memberikan kualitas yang lebih baik, KAP ini besar kemungkinan kehilangan reputasi dan bahkan dapat lebih parah yaitu kehilangan kliennya. Hal ini menunjukkan bahwa KAP besar memiliki insentif lebih untuk mendeteksi dan melaporkan masalah kelangsungan usaha kliennya demi mempertahankan reputasi yang dimilikinya.

Balsam *et al.* (2003) menggunakan *brand name* dan *auditor industry specialization* untuk mengukur kualitas audit. Penelitian yang dilakukan Balsam *et al.* (2003) menunjukkan bahwa perusahaan yang diaudit oleh big 6 (5) dan *auditor industry specialization* memiliki *discretionary accrual* yang lebih rendah dibandingkan perusahaan-perusahaan yang diaudit oleh auditor non big 6 (5) dan *auditor industry specialization*

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas audit terhadap *real earnings management* masih belum banyak dilakukan. Ada dua penelitian terdahulu yang peneliti ketahui tentang pengaruh kualitas audit terhadap *real earnings management* yaitu yang dilakukan Chi *et al.* (2011) dan Radityo (2013)

Chi *et al.* (2011) menggunakan empat proxy *real earnings management* yaitu *abnormal cash flows from operation*, *abnormal production*, *abnormal discretionary expenditures*, dan *REM index*. Sedangkan untuk kualitas audit Chi menggunakan proxy *IndExp_city*, *IndExp_National*, dan *BigN*. Chi menggunakan sampel akhir sebanyak 925 *firms years* perusahaan global yang datanya dapat diperoleh melalui COMPUSTAT. Hasil dari penelitian yang dilakukan Chi *et al.* (2011) menunjukkan bahwa kualitas audit berpengaruh positif terhadap *real earnings management*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Radityo (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba dengan Manipulasi Aktivitas Riil”. Radityo (2013) menggunakan proxy *abnormal cash flows from operation* sebagai proxy manipulasi aktivitas riil dan *BigN* sebagai proxy kualitas audit. Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang melakukan *negative earnings benchmark* pada periode 2008-2011. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas audit berpengaruh positif terhadap manipulasi aktivitas riil.

2.6. Pengembangan Hipotesis

Ada dua jenis manajemen laba yang bisa dilakukan oleh perusahaan yaitu manajemen laba akrual dan *real earnings management*. Kaitannya dengan kualitas audit, manajemen laba akrual cenderung akan terbatas karena kualitas audit yang baik lebih mampu mendeteksi praktik manajemen laba akrual. Ketika auditor mampu memberikan kualitas audit yang baik, manajemen akan terpaksa menghentikan praktik manajemen laba akrual yang dilakukannya karena perusahaan terancam tidak memperoleh opini auditor wajar tanpa pengecualian apabila tetap melakukan praktik manajemen laba akrual tersebut. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Becker *et al.* (1998), Johnson *et al.* (2002), dan Balsam *et al.* (2003) menunjukkan bahwa kualitas auditor yang baik mampu mempengaruhi manajemen laba akrual yang dilakukan perusahaan.

Menurut Chi *et al.* (2011) sebagai konsekuensi dari manajemen laba akrual yang dibatasi, perusahaan dengan kualitas auditor yang tinggi akan cenderung meningkatkan manipulasi aktivitas riil. Zhang *et al.* (2007) dalam penelitian sebelumnya mengungkapkan manajemen laba akrual dan *real earnings management* memiliki peran substitusi. Ketika manajemen laba akrual dibatasi, maka perusahaan akan mengurangi manajemen laba akrual dan meningkatkan *real earnings management*. Hal ini disebabkan selama *real earnings management* diungkapkan dalam laporan keuangan, maka *real earnings management* yang dilakukan perusahaan tidak akan mempengaruhi opini auditor dan tindakan regulator (Kim *et al.* 2010 dalam Chi *et al.* 2011). Ferdawati (2009)

mengungkapkan bahwa bahwa *Real Earnings Management* lebih sulit dideteksi dan dibedakan dari aktivitas optimal perusahaan.

Menurut Roychowdhury (2006) *real earnings management* dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu: manipulasi penjualan, *overproduction*, dan penurunan *discretionary expenditures*. Manipulasi penjualan dilakukan dengan meningkatkan diskon dan memberikan termin penjualan kredit yang lebih lama. Dalam jangka pendek, diskon dan termin penjualan kredit yang lebih lama akan meningkatkan volume penjualan. Laba pada periode sekarang akan meningkat dengan catatan margin laba perusahaan tetap positif. Namun, pemberian diskon yang lebih besar dan termin penjualan kredit yang lebih lama akan mengakibatkan arus kas perusahaan pada periode sekarang menjadi lebih rendah dibandingkan tingkat normalnya. Diskon yang lebih tinggi membuat kas yang didapatkan dari penjualan menjadi lebih sedikit dan pengumpulan piutang perusahaan akan menjadi lebih lama karena termin kredit yang lebih panjang sehingga berdampak pada arus kas perusahaan yang menjadi lebih rendah daripada arus kas pada tingkat normal ketika perusahaan tidak melakukan manipulasi penjualan.

Arus kas perusahaan yang lebih rendah ini dapat dideteksi dengan proxy *abnormal cash flow from operations*. Penurunan arus kas yang menjadi lebih rendah akan menyebabkan munculnya *abnormal cash flow from operations* karena tidak sesuai dengan arus kas perusahaan pada tingkat yang normal. *Abnormal cash flow from operations* mengukur selisih *cash flow from operations* aktual perusahaan dengan *cash flow from operations* perusahaan pada tingkat normal tanpa melakukan manipulasi penjualan.

Real earnings management lainnya yang dapat dilakukan perusahaan adalah *overproduction*. Perusahaan yang melakukan *real earnings management* dengan *overproduction* bertujuan melaporkan HPP yang lebih rendah. Dengan meningkatkan produksi, biaya tetap (*fix cost*) perusahaan dapat disebar pada jumlah unit produksi yang lebih banyak sehingga biaya produksi per unit produk menjadi lebih rendah. Namun *overproduction* ini hanya dapat dilakukan dengan catatan biaya marginal seperti *cost holding inventory* tidak meningkat melebihi penurunan biaya produksi akibat *overproduction*. Penurunan biaya produksi ini akan menyebabkan perusahaan melaporkan HPP yang lebih rendah dan margin laba yang lebih tinggi.

Real earnings management dengan *overproduction* dilakukan dengan meningkatkan produksi di atas produksi normal perusahaan. Peningkatan produksi ini adalah sesuatu yang tidak normal (*abnormal*) karena tingkat produksi terhadap penjualan perusahaan relatif menjadi lebih tinggi. Peningkatan produksi di atas normal ini dapat dideteksi dengan *abnormal production* yang mengukur selisih produksi aktual dengan tingkat produksi normal perusahaan.

Bentuk *real earnings management* yang ketiga adalah penurunan *discretionary expenditures*. Pergeseran dari manajemen laba akrual ke *real earnings management* akibat kualitas audit yang baik membuat perusahaan menjadi semakin agresif dalam menurunkan *discretionary expenditures*. Perusahaan menurunkan beberapa *discretionary expenditures* dengan tujuan untuk meningkatkan laba. Perusahaan melakukan *real earnings management* dengan menghentikan beberapa pengeluaran seperti beban iklan, R&D, serta beban

penjualan, umum, dan administrasi. Dengan menghentikan beberapa *discretionary expenditures* maka laba periode sekarang akan meningkat.

Penurunan *discretionary expenditures* karena *real earnings management* dapat dideteksi melalui *abnormal discretionary expenses* yang mengukur selisih *discretionary expenses* aktual perusahaan dengan *discretionary expenses* perusahaan pada tingkat normalnya. Penurunan *discretionary expenses* ini dianggap tidak normal (*abnormal*) karena *discretionary expenses* yang dilaporkan oleh perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan *discretionary expenses* perusahaan pada aktivitas normal.

Setelah melihat pengaruh kualitas audit terhadap manipulasi penjualan, *overproduction*, dan penurunan *discretionary expenditures* maka perlu dilihat pengaruh kualitas audit terhadap *real earnings management* secara umum. *Real earnings management* secara keseluruhan dapat dilihat melalui proxy komprehensif *REM Index* yang merupakan penjumlahan dari ketiga standardized variabel *real earnings management* yaitu *abnormal cash flow from operations*, *abnormal production*, dan *abnormal discretionary expenses*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chi *et al.* (2011) menunjukkan bahwa kualitas audit berpengaruh positif terhadap *abnormal cashflows from operation*, *abnormal production*, *abnormal discretionary expenses*, dan *REM Index* yang merupakan proxy dari *real earnings management*. Sedangkan penelitian lainnya yang dilakukan di Indonesia oleh Radityo (2013) juga

menunjukkan hal yang serupa dimana kualitas audit berpengaruh positif terhadap manipulasi aktivitas riil.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H_a : Kualitas Audit berpengaruh positif terhadap *real earnings management*.

