

PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA

Budi Cahyono
bcahyono22@gmail.com
Dini Widyawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

According to agency theory, a problem may appear as there is an opportunistic attitude with its aimed to maximize their own wealth. This against the principal. This research aimed to examine the effect of information assimetric, firm size, and profitability on the profit management of automotive manufacturing companies which were listed on Indonesian Stock Exchange 2015-2017. The research was quantitative. While, the sampling colletion technique used puspositive sampling in which there were twelve automotive manufacturing companies with 36 firm year that had fulfilled the criteria. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS version 16. As the multiple linear regression analysis 5%, it conclude as follows: the information assimetric had effect on profit management with its significance of 0.008 accepted with t counted of 2.844. In other word, it showed positive; the firm size had effect on profit management with its significance of 0.022 accepted with t counted of 2.406. In other word, it showed positive; the profitability had effect on profit management with its significance of 0.011 accepted with t counted of 2.682. In other word, it showed positive.

Keywords: Information Assimetric, Firm Size, Profitability, Profit Management

ABSTRAK

Dalam agency theory, masalah keagenan muncul karena adanya perilaku oportunistik dari agent dengan memaksimalkan kesejahteraannya sendiri yang berlawanan dengan principal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015 sampai dengan 2017. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling sehingga didapatkan 12 perusahaan manufaktur otomotif dengan 36 firm year yang memenuhi kriteria. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan tingkat signifikasnsi 5% maka penelitian ini menunjukkan bahwa: asimetri informasi berpengaruh terhadap manajemen laba dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 diterima dengan nilai t hitung sebesar 2,844 menunjukkan arah positif; ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba dengan tingkat signifikansi sebesar 0,022 diterima dengan nilai t hitung sebesar 2,406 menunjukkan arah positif; profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 diterima dengan nilai t hitung sebesar 2,682 menunjukkan arah positif.

Kata kunci: Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Manajemen Laba

PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang secara formal wajib untuk dipublikasikan sebagai kinerja manajer terhadap pengelolaan perusahaan kepada pemilik perusahaan. Suatu laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi yang sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan (Munawir, 2010:1). Informasi laba seringkali digunakan para pengguna laporan keuangan sebagai tolak ukur pengelolaan laba dalam suatu laporan tanpa memperhatikan bagaimana laba tersebut diperoleh. Dengan disediakannya laporan keuangan melalui informasi laba yang baik maka keadaan ekonomi

perusahaan yang tercermin dianggap baik bagi pihak eksternal sehingga menarik minat pihak eksternal untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Pada saat perusahaan menerbitkan saham dan dijual kepada publik, manajer perlu memberikan informasi yang terlihat bagus sehingga manajer berusaha untuk mengatur laba yaitu dengan melakukan manajemen laba.

Konsep Manajemen Laba (*earning management*) menurut Salno dan Baridwan (2000) yang menggunakan teori keagenan (*agency theory*) menyatakan bahwa *earnings management* dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) yang timbul karena setiap pihak perusahaan untuk mencapai atau memperimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya. Pihak *principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat sedangkan agen termotivasi untuk memaksimalkan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Dengan adanya perbedaan kepentingan maka jelas bahwa asimetri informasi akan mendorong terjadinya praktik manajemen laba oleh manajemen. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajemen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Hal ini memberikan peluang kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Adanya asumsi bahwa manajer bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri mengakibatkan mereka memanfaatkan kesempatan untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan. Terdapat dua pandangan tentang bentuk ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Pandangan pertama, ukuran perusahaan yang kecil dianggap lebih banyak melakukan manajemen laba daripada perusahaan besar. Hal tersebut dikarenakan perusahaan kecil cenderung ingin memperlihatkan kondisi perusahaan berkinerja baik agar investor menanamkan modalnya. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat (Nasution dan Setiawan, 2007). Akan tetapi, pandangan kedua memandang ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba. Perusahaan besar mempunyai insentif yang besar dalam melakukan manajemen laba, karena alasan utamanya adalah perusahaan besar harus memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya.

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Laba tersebut berfungsi untuk mengukur efektivitas bersih dari suatu operasi bisnis, kinerja suatu entitas bisnis dapat dilihat pula melalui tingkat perolehan laba. Tingkat perolehan laba yang berkembang dapat memberikan motivasi manajer perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Karena manajer perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas yang dicapai dalam laporan keuangan.

Berdasarkan latar belakang dan banyaknya penelitian yang telah dilakukan selama ini mengemukakan adanya perbedaan hasil atau *research gap* baik segi hasil penelitian itu sendiri maupun dari segi variabel yang digunakan. Rumusan masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah Asimetri Informasi berpengaruh terhadap manajemen laba; (2) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba; (3) Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) untuk menguji pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba; (2) untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba; (3) untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori Keagenan (*Agency Theory*) menurut Jensen dan Meckling (1976) adalah hubungan agensi sebagai sebuah kontrak yang melibatkan dua orang atau lebih, di mana salah satu disebut sebagai pemegang saham (*principal*) dan pihak lain disebut sebagai manajemen (*agent*). Prinsipal mendelegasikan pertanggungjawaban kepada agen, hal ini dapat pula dikatakan bahwa prinsipal memberikan suatu amanah kepada agen untuk melaksanakan tugas sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*); (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa yang akan datang (*bounded rationality*); dan (3) manusia menghindari risiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan mengutamakan kepentingan pribadinya.

Hubungan antara *agent* dan *principal* didasarkan pada suatu kepercayaan, sehingga dalam praktiknya dapat terjadi konflik kepentingan ketika tidak semua keadaan diketahui oleh semua pihak, dan sebagai akibatnya informasi yang diterima oleh pimpinan perusahaan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya sehingga hal ini akan memacu terjadinya konflik keagenan.

Teori Bid dan Ask Spread

Bid-ask spread merupakan selisih harga beli tertinggi bagi *broker/dealer* bersedia untuk membeli suatu saham dan harga jual dimana *broker/dealer* bersedia untuk menjual saham tersebut. Jika seorang investor ingin membeli atau menjual suatu saham atau sekuritas lain dipasar modal, biasanya melakukan transaksi melalui *broker/dealer* yang memiliki spesialis dalam sekuritas. *Broker/dealer* inilah yang siap untuk menjual pada investor untuk harga *ask* jika investor ingin membeli suatu sekuritas. Jika investor sudah mempunyai suatu sekuritas dan ingin menjualnya, maka *broker/dealer* ini yang akan membeli sekuritas dengan harga *bid*.

Asimetri Informasi

Menurut Brigham dan Houston (2001:35) *asymmetric information* atau ketidaksamaan informasi adalah situasi dimana manajer memiliki informasi yang berbeda mengenai prospek perusahaan dari pada yang dimiliki pihak luar perusahaan. Asimetri muncul ketika manajer mengetahui lebih banyak informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan dibanding dengan pemegang saham oleh karena itu manajer wajib memberikan informasi tentang kondisi perusahaan kepada pemilik, jika tugas tersebut tidak dipenuhi oleh manajer maka akan terjadi ketidakseimbangan informasi yang akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi.

Ada dua tipe informasi asimetri adalah *Adverse selection* adalah jenis asimetri dalam mana satu pihak atau lebih yang akan melangsungkan suatu transaksi usaha, atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain. *Moral hazard* adalah jenis informasi asimetri dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak.

Ukuran Perusahaan

Menurut Boediono (2005) Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 menyatakan dibagi dalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro; 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; usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak memiliki anak perusahaan, tidak dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha besar atau usaha kecil dengan hasil penjualan tahunan atau jumlah kekayaan bersih; dan usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan hasil penjualan tahunan lebih besar atau sejumlah kekayaan bersih dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik swasta atau Negara, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi dapat menilai ukuran tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Efektivitas dan efisiensi manajemen dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan yang dilihat dari komponen laporan keuangan. Semakin tinggi tingkat rasio maka kondisi perusahaan semakin baik berdasarkan rasio profitabilitas. Nilai rasio yang tinggi melambangkan efisiensi perusahaan dari tingkat pendapatan dan arus kas. Rasio-rasio profitabilitas memaparkan informasi yang penting daripada rasio pencapaian pesaing. Dengan demikian, analisis trend industri dibutuhkan untuk menarik kesimpulan yang berguna tentang tingkat profitabilitas perusahaan. Rasio profitabilitas mengungkapkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional yang dilakukan oleh manajemen perusahaan di mana pencatatan kas kecil juga berpengaruh.

Manajemen Laba

Sulistiyanto (2008) menyatakan manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Istilah intervensi dan mengelabui inilah yang dipakai sebagai dasar sebagian pihak untuk menilai manajemen laba sebagai kecurangan. Sementara pihak lain tetap menganggap aktivitas rekayasa manajerial ini bukan sebagai kecurangan, melainkan sebagai kerangka standar akuntansi perusahaan yaitu dengan menggunakan metode dan prosedur akuntansi yang diterima dan diakui secara umum.

Manajemen laba pada umumnya manajer bertujuan untuk merealisasikan kepentingan pribadi pihak manajer, yaitu memaksimalkan kesejahteraannya melalui manipulasi besarnya laba yang akan di laporkan kepada pihak *stakeholder*. Hal ini disebabkan adanya kesenjangan informasi antara manajer dengan *stakeholder*. Manajer sebagai pengelola perusahaan cenderung lebih menguasai informasi mengenai perusahaan dibandingkan pihak lain. Hingga laporan keuangan yang seharusnya media komunikasi antara manajer dengan berbagai pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan ini dimanfaatkan manajer menjadi media untuk mencari keuntungan sesaat oleh manajer. Dari tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba dapat dijelaskan dengan adanya dua perspektif penting yang dapat digunakan yaitu perspektif informasi dan perspektif oportunis.

Faktor yang dapat mendorong manajer dalam melakukan manajemen laba *Bonus Plan* dimana bonus yang dijanjikan oleh pemilik kepada manajer perusahaan tidak hanya memotivasi manajer untuk bekerja dengan lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan manajerial, agar selalu bisa mencapai tingkat kinerja yang memberikan bonus setiap tahunnya; *debt (equity)* perusahaan yang mempunyai rasio antara utang dan ekuitas lebih besar, cenderung memilih menggunakan metode-metode akuntansi

dengan laporan yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu; *political cost* menyatakan perusahaan cenderung memilih dan menggunakan metode akuntansi yang dapat memperkecil atau memperbesar laba dilaporkannya yang dapat melanggar peraturan pemerintah.

Pengembangan Hipotesis

Asimetri Informasi Berpengaruh terhadap Manajemen Laba

Asimetri informasi merupakan manajer mengetahui informasi lebih banyak dan prospek dimasa mendatang dengan memiliki akses informasi yang tidak diketahui oleh pemegang saham. Berdasarkan *agency theory*, adanya asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham yang didasarkan pada suatu kepercayaan maka ketika informasi tidak semua keadaan diketahui oleh pemegang saham akan mengakibatkan informasi yang diterima terkadang tidak sesuai dengan kondisi yang ada pada perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Muliati (2011), Dhaneswari dan Widuri (2013), Wijaya *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian Satria (2014) yang menyatakan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H₁: Asimetri Informasi Berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan. Berdasarkan *agency theory*, penentuan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan yang dapat menggambarkan permodalan serta hak dan kewajiban yang dimiliki. Manajer akan mengelola nilai asetnya besar atau kecil untuk menarik perhatian pihak lain dengan anggapan pihak lain masih mengidentikan ukuran perusahaan berdasarkan total asetnya sehingga manajer akan mendapat dorongan untuk melakukan tindakan manajemen laba supaya perusahaan dapat dinilai baik.

Hal ini sejalan dengan penelitian Moses (1997) dan Wijaya *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian Muliati (2011), Dhaneswari dan Widuri (2013), Frans (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H₂: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih perusahaan dalam menjalankan operasinya. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja manajemen perusahaan dianggap efektif dalam mengelola perusahaan dengan menghasilkan laba yang tinggi. Berdasarkan *agency theory*, Manajer akan dituntut untuk memenuhi kepentingan pemegang saham supaya profitabilitas semakin meningkat sehingga semakin tinggi tingkat laba yang diperoleh maka semakin tinggi upaya manajer dalam melakukan tindakan manajemen laba demi kepentingan pemegang saham.

Hal ini sejalan dengan penelitian Amertha (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian Gunawan *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H₃: Profitabilitas Berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Dan Gambaran Dari Populasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data sekunder dengan menggunakan prosedur statistik.

Menurut Supomo dan Indriantoro (2002) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun dengan periode antara 2015 sampai dengan 2017.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sampel bertujuan (*Purposive Sampling*). Pengambilan sampel jenis ini terbatas pada jenis sampel tertentu yang dapat memberi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono 2007:68) *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan/kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut: Pertama, Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai perusahaan manufaktur sektor otomotif sampai dengan periode 31 Desember 2015. Kedua, Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan yang berakhir tanggal 31 Desember 2017 secara berturut-turut selama 3 periode yaitu tahun 2015-2017. Dari kriteria tersebut terdapat 12 perusahaan sebagai sampel dengan periode pengamatan 2015-2017 (selama 3 tahun). Sehingga total keseluruhan data yang dijadikan sampel adalah 36 *firm year*.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi dan dipublikasikan berupa laporan tahunan setiap tahun yang telah diaudit tahun 2015-2017

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dimana data kuantitatif yang berupa angka diperoleh dari perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* resmi BEI (www.idx.co.id), dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi, teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang tersedia pada obyek penelitian, dalam hal ini dokumen laporan tahunan yang meliputi neraca dan laba rugi perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Manajemen Laba

Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah manajemen laba. Manajemen laba yang dihitung dalam penelitian ini menggunakan model Friedlan (Friedlan, 1994) melalui *discretionary accruals* (DAC). *Discretionary accruals* (DAC) dihitung dengan melakukan penyesuaian terhadap perhitungan *total accruals* dan penjualan pada periode yang berurutan sehingga formula perhitungannya sebagai berikut:

$$TAC_t = NI_t - CFO_t$$

Jumlah *total accruals* yang melekat pada diskresi manajemen merupakan perbedaan antara *total accruals* pada periode yang diuji dan standarisasi dengan penjualan pada periode yang diuji dan *total accruals* pada periode dasar yang distandarisasi dengan penjualan pada periode dasar.

$$DAC_{PT} = \left(\frac{TAC_{PT}}{Sales_{PT}} \right) - \left(\frac{TAC_{PD}}{Sales_{PD}} \right)$$

Asimetri Informasi

Asimetri Informasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variabel independen. Penelitian ini menggunakan proksi *bid-ask spread* yang merupakan mengukur asimetri informasi antara manajemen laba. Hartono (2008) Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel asimetri informasi dapat dilihat dari selisih harga beli terendah yang diajukan oleh pembeli dan harga jual tertinggi yang diminta oleh penjual. Sehingga dapat dirumuskan:

$$SPREAD = (ask_{i,t} - bid_{i,t}) / \{(ask_{i,t} + bid_{i,t}) / 2\} \times 100$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variabel independen. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan *logaritma natural* dari total aset, sehingga dapat dirumuskan (Hartono, 2013):

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Aset$$

Profitabilitas

Profitabilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variabel independen. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas pada penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). Secara matematis rumus ROA dapat dirumuskan (Fahmi, 2013:135):

$$Return\ on\ Assets = \frac{Earning\ After\ Tax\ (EAT)}{Total\ Assets}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna dalam bentuk tabel dan grafik yang kemudian diringkas dan menjelaskan distribusi data mengenai penjelasan data yang telah diolah tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Suliyanto (2011) analisis regresi berganda, dimana satu variabel tergantung dapat dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap manajemen laba. Adapun model yang digunakan dari regresi linier berganda:

$$ML = a + \beta_1 AI + \beta_2 UP + \beta_3 P + \varepsilon$$

Keterangan:

- ML : Manajemen Laba
- a : Konstanta
- $\beta_1 - \beta_3$: Koefisien Regresi
- AI : Asimetri Informasi
- UP : Ukuran Perusahaan

P : Profitabilitas

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2006). Pengujian asumsi klasik meliputi:

Uji Normalitas, bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah di standarisasi pada model regresi distribusi normal atau tidak. Cara untuk mendeteksi apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak, yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode lain yaitu dengan melihat normal *probability plot* Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2006:71). Adapun metode lain yang dapat dilihat dari uji statistik *non-parametik Kolmogorov-Smirnov* yang merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika nilai signifikansi atau probabilitas $>0,05$ maka data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Cara menganalisis nilai VIF (*varinance Inflation Factor*). Suatu Model regresi menunjukkan adanya Multikolinearitas jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2006:57).

Uji Autokorelasi, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokolerasi, diantaranya melalui uji *Durbin-Watson (DW-Test)*. Suatu model dapat dikatakan bebas dari autokorelasi positif ataupun autokorelasi negatif apabila nilai DW tersebut lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari $4-du$.

Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara varian variabel satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak membentuk pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang terkait dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F (Kelayakan model), merupakan pengujian regresi yang menunjukkan apakah

model regresi fit untuk diolah lebih lanjut. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2001:98). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan), ini berarti bahwa ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, Jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan), ini berarti ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas dalam menerangkan variabel-variabel terikat (Kuncoro, 2001:97). Uji t digunakan untuk menilai hubungan seberapa jauh pengaruh variabel independen dan variabel dependen memiliki satu sama lainnya dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Kriteria penerimaan atau penolakan Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna dalam bentuk tabel dan grafik yang kemudian diringkas dan menjelaskan distribusi data mengenai penjelasan data yang telah diolah tersebut. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi penelitian ini antara lain, jumlah data penelitian, nilai minimum dan nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi masing-masing variabel. Hasil statistik destriptif yang dengan menggunakan SPSS 16 dari variabel-variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AI	36	17.857	166.138	6.58483E1	37.837398
UP	36	25.539	33.320	2.94918E1	1.899306
P	36	-13.401	63.161	5.35378	12.357873
ML	36	-1.043	2.129	.03133	.424354
N	36				

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 36 data. Jumlah tersebut adalah 12 perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan, profitabilitas terhadap manajemen laba. Perhitungan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 16* yang disajikan pada tabel 2:

Tabel 2
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
 coefficients^a

MODEL		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.696	2.746		-2.802	.009
	AI	.334	.118	.441	2.844	.008
	UP	5.149	2.140	.360	2.406	.022
	P	.111	.041	.408	2.682	.011

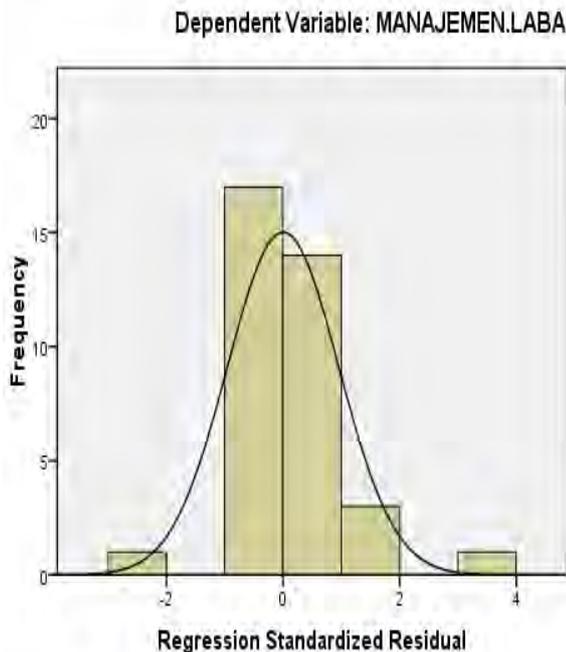
a. Dependent Variable: ML
 Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$ML = -7,696 + 0,334AI + 5,149UP + 0,111P + \epsilon$$

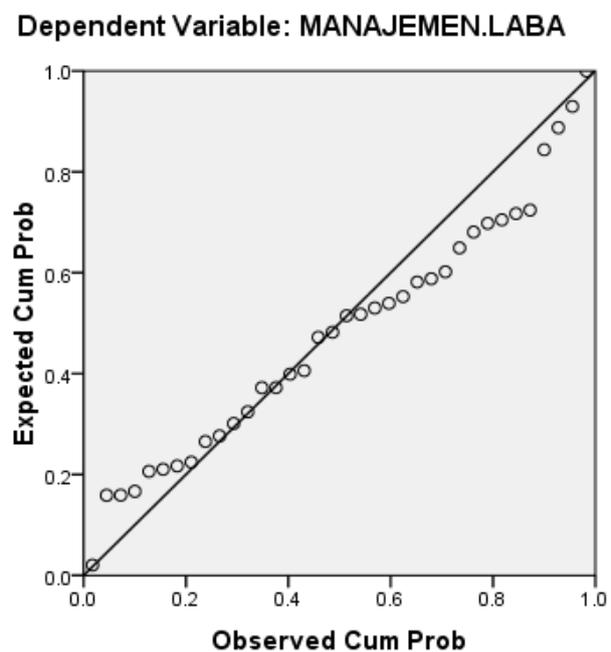
Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah di standarisasi pada model regresi distribusi normal atau tidak. Distribusi normal dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan analisis histogram, normal *Probability P-plot* dan statistik *non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Berikut ini adalah hasil pengujian asumsi normalitas melalui grafik histogram, grafik *P-P plot of regression standardized residual* dan *non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.



Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Gambar 1
 Grafik Histogram



Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Gambar 2
 Grafik Normal P-P plot

Pada gambar 1 menunjukkan grafik bahwa histogram sebagian besar mengikuti kurva normal, sehingga dapat disimpulkan penyebaran data tersebut berdistribusi normal. Selain itu pada gambar 2 menunjukkan grafik P-P Plot memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal dengan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya

masih disekitar garis normal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal.

Tabel 3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		36
Normal parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95618289
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.156
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.934
Asymp. Sig. (2-tailed)		.347

a. Test distribution is Normal

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil uji statistik *non-parametrik kolmogorov-smirnof* (K.S) menunjukkan nilai *kolmogorov-smirnof* sebesar 0,934 dan tidak signifikan pada 0,05 (karena $p = 0,347 > 0,05$), maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Metode yang digunakan dalam menguji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai TOL dan VIF. Apabila nilai *Tolerance* diatas 0,10 dan *Variance Inflation Factor* dibawah 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil olahan data diperoleh nilai TOL dan Nilai VIF disajikan dalam tabel 4:

Tabel 4
Uji Multikolinearitas
coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	AI	.885	1.130
	UP	.949	1.054
	P	.921	1.086

a. Dependent Variable: ML

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4 diperoleh hasil bahwa nilai *Tolerance* ketiga variabel (asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan profitabilitas) lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah pengujian bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara dalam mendeteksi ada tidaknya autokorelasi melalui uji *Durbin-Watson* (DW-Test). Berikut hasil olahan data untuk uji autokorelasi:

Tabel 5
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
1	.565 ^a	.319	.255	.366281	1.890

a. Predictors: (Constant), AI, UK, P

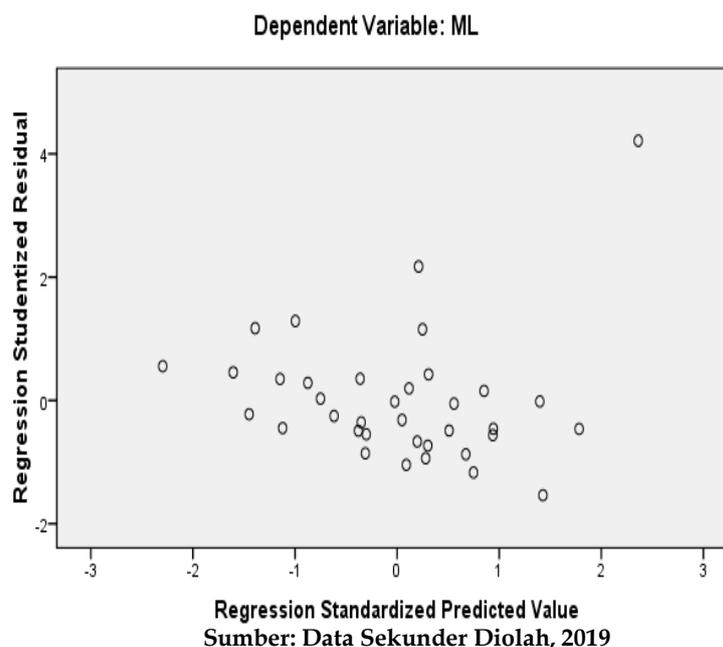
b. Dependent Variable: ML

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil uji autokorelasi yang menunjukkan nilai *durbin watson* hitung sebesar 1,890 sehingga diketahui nilai $dL=1,295$ dan $dU=1,654$ (pada tabel DW), serta nilai $(4-dU)=2,346$. Karena nilai *Durbin Watson* senilai (1,890) terletak antara nilai dU dengan $(4-dU)$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara varian variabel satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi tidak terjadinya heteroskedastisitas dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah distudentized. Berikut hasil olahan data untuk uji heteroskedastisitas:



Gambar 3
Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4 dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Pada sumbu Y titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0. Jadi pada grafik scatterplot dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat disajikan pada tabel 6:

Tabel 6
 Hasil Uji Koefisien Determinasi
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.565 ^a	.319	.255	.366281

a. Predictors: (Constant), AI, UK, P

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang terletak pada kolom *R Square* sebesar 0,319. Artinya sebesar 31,9% variabel independen yang terdiri dari asimetri informasi, ukuran perusahaan dan profitabilitas dapat menjelaskan variabel dependen, yaitu manajemen laba, sedangkan sisanya yaitu 68,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan model, apakah permodelan yang dibangun memenuhi kriteria *fit* atau tidak. Model regresi dikatakan fit apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F disajikan pada tabel 7:

Tabel 7
 Hasil Uji F
 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.010	3	.670	4.993	.006 ^a
Residual	4.293	32	.134		
Total	6.303	35			

a. Predictor: (Constant), AI, UP, P

b. Dependent Variable: ML

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 4,993 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari α (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemodelan yang dibangun, yaitu pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap manajemen laba memenuhi kriteria *fit* (sesuai).

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini mengidentifikasi apakah asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil uji t yang disajikan pada tabel 8:

Tabel 8
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
 coefficients^a

MODEL	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.696	2.746		-2.802	.009
AI	.334	.118	.441	2.844	.008
UP	5.149	2.140	.360	2.406	.022
P	.111	.041	.408	2.682	.011

a. Dependent Variable: ML

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 8 dapat diketahui bahwa hasil pengujian yang mempengaruhi manajemen laba.

Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan tabel 8 hasil pengujian didapatkan bahwa AI memiliki nilai t hitung sebesar 2,884 dengan arah positif dan tingkat signifikansi sebesar 0,008 lebih kecil dari α (0,05). Hal ini menunjukkan hipotesis satu H_1 diterima, yang menyatakan bahwa asimetri informasi (AI) berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat asimetri informasi pada perusahaan, maka semakin tinggi tingkat manajemen laba yang dilakukan manajer. Hal ini dikarenakan manajer mengetahui informasi lebih banyak dan prospek dimasa mendatang dengan memiliki akses informasi yang tidak diketahui oleh pemegang saham, maka akan mendorong motivasi manajer untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui pemegang saham sebagai akibatnya informasi yang diterima oleh pimpinan perusahaan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian Muliati (2011), Dhaneswari dan Widuri (2013), Wijaya *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Akan tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Satria, 2014) yang menyatakan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan tabel 8 hasil pengujian didapatkan bahwa UP memiliki nilai t hitung sebesar 2,406 dengan arah positif dan tingkat signifikansi sebesar 0,022 lebih kecil dari α (0,05). Hal ini menunjukkan hipotesis dua H_2 diterima, yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan (UP) berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar tingkat manajemen laba. Hal ini dikarenakan perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya untuk menghindari pembebanan biaya oleh pemerintah. Hasil ini konsisten dengan penelitian Moses (1997) dan Wijaya *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Akan tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Muliati, (2011), Dhaneswari dan Widuri (2013), Frans (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan tabel 8 hasil pengujian didapatkan bahwa P memiliki nilai t hitung sebesar 2,682 dengan arah positif dan tingkat signifikansi sebesar 0,011 lebih kecil dari α (0,05). Hal ini menunjukkan hipotesis tiga H_3 diterima, yang menyatakan bahwa profitabilitas (P) berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas yang dihasilkan, maka semakin besar tingkat manajemen laba yang dilakukan oleh manajer. Hal ini dikarenakan Perusahaan yang mempunyai laba yang tinggi cenderung melaporkan labanya lebih kecil dari laba sesungguhnya, karena perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan cenderung lebih diperhatikan oleh pemerintah dan masyarakat dibandingkan perusahaan yang memiliki laba yang kecil. Selain itu manajemen laba dapat dilakukan dengan cara meratakan labanya agar stabil. Tingkat profitabilitas yang stabil akan memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba. Hasil ini konsisten dengan penelitian Amertha (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Akan tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Gunawan *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan, profitabilitas terhadap manajemen laba. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal tersebut dikarenakan manajer mengetahui informasi lebih banyak dan prospek dimasa mendatang dengan memiliki akses informasi yang tidak diketahui oleh pemegang saham, sehingga akan mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba demi kepentingannya sendiri. Semakin tinggi tingkat asimetri informasi, maka semakin tinggi terjadinya manajemen laba; (2) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal tersebut dikarenakan manajer memiliki pandangan bahwa pemegang saham mengidentikkan ukuran perusahaan pada total asetnya sehingga manajer dapat menaikkan total asetnya sesuai dengan kepentingan dirinya. Semakin besar tingkat ukuran perusahaan maka semakin besar terjadinya manajemen laba; (3) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal tersebut dikarenakan profitabilitas yang meningkat akan meningkatkan kepercayaan pasar sehingga perusahaan mempunyai kecenderungan untuk menjaga kenaikan tingkat labanya. Hal ini akan mengarah pada tindakan manajemen laba, keinginan manajer dalam mengelola kenaikan laba akuntansi sesuai dengan yang diharapkan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi terjadinya manajemen laba.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan diatas, maka saran yang dapat dijelaskan adalah (1) Penelitian selanjutnya sebaiknya lebih memperluas sampel tidak hanya sektor otomotif melainkan semua sektor yang teraftar di BEI, agar mendapatkan hasil penelitian yang bersifat mampu mengeneralisasi; (2) Menambah variabel lain karena dimungkinkan ada variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yang mungkin mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Amertha, I. S. P. 2013. Pengaruh *Return On Asset* Pada Praktik Manajemen Laba Dengan Moderasi *Corporate Governance*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4(2): 373-387.
- Boediono, G. 2005. Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisis Jalur. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) VIII Solo*.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan Buku 2. Erlangga. Jakarta.
- Dhaneswari, N. dan R. Widuri. 2013. Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Praktik Manajemen Laba. *Tax & Accounting Review* 3(2).
- Fahmi, I. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Frans, D. 2015. Pengaruh Profitabilitas *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Praktik Manajemen Laba. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Friedlan, J. M. 1994. Accounting Choice of Issuers of Initial Public Offerings. *Contemporary Accounting Research* 11(1): 1-31
- Ghozali, I. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, I. K., N. A. S. Darmawan, dan I. G. A. Purnamawati., 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan

- Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *E-journal S1 Ak. Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja*
- Hartono, J. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- _____. 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Jansen, M. C. dan W. H. Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3: 305-360.
- Kuncoro, M. 2001. *Metode Kuantitatif. (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*. UPPAMP YKPN. Yogyakarta.
- Moses, O. D. 1987. Income Smoothing and Incentives: Empirical Test Using Accounting Changes. *Accounting Review*: 358-377.
- Muliati. 2011. Pengaruh Asimetri Informasi Dan Ukuran Perusahaan Pada Praktik Manajemen Laba Di Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI. *EJournal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Udayana. Bali.
- Munawir, S. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Nasution dan D. Setiawan, 2007. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan. *Simposium Nasioal Akuntansi X*. Makasar.
- Salno, H. M. dan Z. Baridwan. 2000. Analisis Perataan Penghasilan (Income Smoothing): Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Kaitannya dengan Kinerja Saham Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 3(1): 17-34.
- Satria, Y. 2014. Analisis Pengaruh Motivasi Manajer Dan Asimetri Informasi Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistyanto, H. S. 2008. *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Suliyanto, 2011. *Ekonomi Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta.
- Supomo, B. dan N. Indriantoro. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. BFEE UGM. Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. 4 Juli 2018. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta.
- Wijaya, G. E., M. A. Wahyuni, dan G. A. Yuniarta. 2017. Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Praktek Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2015. *e-journal S1 Ak. Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja*.