

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORISTIK**

#### **A. Latar Belakang Teori**

##### **1. Manajemen Laba**

###### **a. Pengertian Manajemen Laba**

Manajemen laba tentu masih jarang diketahui bagi masyarakat awam. Mungkin masyarakat awam paham dengan kata manipulasi keuangan. Kata manipulasi keuangan lebih bisa dipahami dibandingkan dengan kata manajemen laba bagi manusia awam yang tidak berkecimpung dalam bidang investasi khususnya dalam bursa efek. Manajemen laba erat kaitannya dengan laporan keuangan yang berisi catatan keuangan perusahaan pada periode akuntansi tertentu. Perusahaan yang sudah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, tentunya laporan keuangannya bersifat publik atau terbuka bagi semua kalangan.

Bagi yang belum memahami bagaimana kinerja perusahaan itu dikatakan baik atau buruk, tentu akan kerepotan membaca laporan keuangan. Namun sebaliknya, bagi yang sudah berkecimpungan dalam bidang investasi, maka setidaknya ada pemahaman tentang kinerja perusahaan yang bersangkutan. Akan tetapi, meskipun sudah bisa membaca kinerja perusahaan, masih ada informasi yang tertutup

atau yang mengetahui hanya pihak perusahaan saja. Seperti apakah perusahaan melakukan manajemen laba atau tidak.

Manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan manajemen perusahaan. Menurut Hery “Manajemen laba perilaku manajer dalam pelaporan kegiatan usaha yang kemungkinan adanya rekayasa data keuangan” (Hery, 2016).

Sedangkan menurut Schipper (1989) “Manajemen Laba merupakan tujuan intervensi oleh manajemen dalam penentuan proses pendapatan, dan biasanya untuk mendapatkan tujuan sesuai kebutuhan manajemen itu sendiri” (Subramanyam, 2014).

Serta menurut Sri Sulistyanto, “Manajemen laba diartikan upaya manajer perusahaan untuk mempengaruhi semua informasi laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui pemangku kepentingan yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan” (Sulistyanto, 2016).

Dari hasil pemaparan dari beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan guna menyajikan laporan keuangan agar terlihat cantik dan menarik bagi para pihak eksternal.

#### **b. Motivasi-motivasi Praktik Manajemen Laba**

Praktik manajemen laba dijelaskan pada *positif accounting theory* yang dirumuskan oleh Watts dan Zimmerman (1986) dan terdiri dari tiga hipotesis yaitu:

1. *The bonus plan hypothesis*

Perusahaan akan lebih memilih metode akuntansi yang dapat menggeser laba dari masa depan ke masa kini sehingga dapat menaikkan laba saat ini.

2. *The debt covenant hypothesis*

Pada perusahaan yang mempunyai rasio *debt to equity* tinggi, manajer perusahaan cenderung menggunakan metode akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba.

3. *The political cost hypothesis*

Semakin besar biaya politik yang dihadapi perusahaan, akan mengakibatkan kecenderungan pemilihan prosedur akuntansi yang dapat menanggukkan pelaporan laba dari periode saat ini ke periode yang akan datang. (Yateno & Sari, 2016).

Sedangkan menurut (Subramanyam, 2014), motivasi-motivasi yang mendorong manajemen laba adalah:

1. *Contracting Incentive*
2. *Stock Price Effects*
3. *Other Incentives*

Serta terdapat pendapat lain, yaitu menurut Scott (2003) dalam buku (Suryani, 2017) terdapat beberapa motivasi yang mendorong praktik manajemen laba, antara lain:

1. Motivasi bonus
2. Motivasi kontrak

3. Motivasi politik
4. Motivasi pajak
5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)
6. Penawaran saham perdana (IPO)
7. Motivasi pasar modal.

Dari beberapa pemaparan para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi-motivasi yang mendorong melakukan praktik manajemen laba yaitu adanya pemberian bonus, perjanjian kontrak utang dan biaya politik.

#### **c. Strategi Manajemen Laba**

Strategi manajemen laba menurut Arthur Levitt (1998) terbagi menjadi lima, yaitu:

1. *Taking a bath*, restrukturisasi biaya untuk mengurangi aset.
2. *Creative acquisition accounting*, menghindari biaya masa depan dengan satu kali biaya untuk dalam proses penelitian dan pengembangan.
3. *Cookie jar reserves*, memperbanyak retur penjualan pada saat kondisi perusahaan stabil dan menggunakannya pada saat kondisi perusahaan buruk.
4. *Abusing the materiality concept*, sengaja mencatat kesalahan atau mengabaikan dalam laporan keuangan, yang tidak berpengaruh secara signifikan

5. *Improper revenue recognition*, mencatat pendapatan sebelum diterima (Schroeder et al., 2014)

Sedangkan menurut Subramanyam, terdapat tiga strategi manajemen laba yaitu manajer meningkatkan pendapatan pada periode berjalan, menggunakan *Big Bath*, manajer mengurangi pendapatan dengan *income smoothing*. (Subramanyam, 2014)

Serta menurut Yateno, terdapat strategi atau bentuk manajemen laba:

1. *Taking a Bath* atau *Big Bath*, Biasanya dilakukan saat kondisi reorganisasi manager.
2. *Income minimization* (Menurunkan laba), manajer menurunkan laba dengan tujuan tertentu.
3. *Income maximization* (Meningkatkan laba), meningkatkan laba dengan tujuan tertentu.
4. *Income smoothing* (Perataan laba), dengan tujuan pelaporan eksternal, atau investor menyukai laba yang relatif stabil
5. *Cookie jar*, manajemen secara bebas membentuk cadangan.
6. *Revenue Recognition*, menggeser penjualan periode dimasa datang diakui sebagai penjualan periode saat ini atau sebaliknya.

(Yateno & Sari, 2016)

Dari yang dikemukakan para tokoh diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen laba terdiri dari *income smoothing*, *big bath*, dan *cookie jar*.

#### d. Proksi Manajemen Laba

Proksi yang digunakan dalam mengukur manajemen laba dalam penelitian ini adalah *discretionary accruals*. *Discretionary accruals* merupakan salah satu penilaian untuk mendeteksi apakah perusahaan melakukan manipulasi data (manajemen laba) atau tidak.

Menurut Sulistyanto (2016), ada tiga kelompok model empiris manajemen laba yang diklasifikasikan atas dasar basis pengukuran yang digunakan, yaitu

1. Model berbasis akrual, yaitu *discretionary accruals* sebagai proksi manajemen laba. Berikut rumus discretionary accruals:

$$DA_{it} = (TA_{it}/A_{it}) - NDA_{it}$$

2. Model yang berbasis *specific accruals*,
3. Dan model *distribution of earnings*

Menurut Yateno & Sari (2016) manajemen laba akrual diukur dengan *discretionary accruals* (DA) dengan model Jones sebagai berikut:

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Nilai mencari nilai  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ , dan  $\beta_3$  diestimasi dengan persamaan regresi:

$$TA_{it}/Assets_{it-1} = \alpha_0 + \beta_1(1/Assets_{it-1}) + \beta_2(\Delta REV_{it} - A_{it-1})/Assets_{it-1} + \beta_3(PPE_{it}/Assets_{it-1}) + e$$

Dan menurut Suryani (2017), Penggunaan *discretionary accruals* sebagai proksi manajemen laba dihitung dengan menggunakan *Modified Jones Model* sebagai berikut:

$$TAC = NI_{it} - CFO_{it}$$

Mencari nilai beta dengan persamaan regresi *ordinary least square* (OLS):

$$TA_{it}/A_{it-1} = \alpha_0 + \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + e$$

Nilai *non discretionary accruals* (NDA) dapat dihitung:

$$NDA_{it} = \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it}/A_{it-1} - \Delta REC_{it}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1})$$

Selanjutnya *Discretionary accruals* dapat dihitung:

$$DA_{it} = (TA_{it}/A_{it}) - NDA_{it}$$

Keterangan:

$TA_{it}$  : Total akrual perusahaan pada tahun berjalan

$NI_{it}$  : *Net Income* Perusahaan pada tahun berjalan

$CFO_{it}$  : Aliran Kas dari aktivitas operasi perusahaan pada periode berjalan

$\Delta REV_{it}$  : Perubahan Pendapatan antara tahun berjalan dengan tahun sebelumnya

$\Delta REC_{it}$  : Perubahan Piutang antara tahun berjalan dan sebelumnya

$A_{it-1}$  : Total Asset Perusahaan pada akhir tahun sebelumnya

$PPE_{it}$  : Tingkat PPE perusahaan tahun berjalan

$e$  : Nilai residual perusahaan / *error*

Penelitian ini menggunakan *discretionary accruals* sebagai proksi manajemen laba karena *discretionary accruals* merupakan selisih total akrual dan *non discretionary accrual*. *Discretionary accrual* Model Modifikasi Jones digunakan dalam mendeteksi manajemen laba karena model ini runtun waktu secara statistik.

## 2. Bonus

### a. Pengertian Bonus

Bonus sangat erat dengan prestasi atau penghargaan yang telah dilakukan. Biasanya, bonus diberikan jika seseorang telah melakukan yang membanggakan atau mendapatkan penghargaan. Dalam konteks perusahaan, bonus akan diberikan kepada karyawan apabila karyawan tersebut telah memenuhi target perusahaan yang telah direncanakan. Contohnya seperti target penjualan, target produksi dan target laba yang dihasilkan oleh perusahaan pada suatu periode akuntansi tertentu.

Adapun menurut Sarwoto, pengertian bonus adalah :

- a. Uang yang dibayar sebagai balas atas terlaksananya pekerjaan apabila melebihi target
- b. Diberikan secara sekali terima tanpa sesuatu ikatan pada masa yang akan datang
- c. Beberapa persen dari laba yang kemudian dibagikan kepada yang berhak menerima bonus (Nurjaman, 2014).

Menurut Simamora (2004), bonus adalah pembayaran sekaligus yang diberikan karena memenuhi sasaran kinerja (Mila Badriyah, 2015). Sedangkan menurut Kasmir, bonus merupakan penghargaan atas kinerja karyawan yang dianggap baik, sehingga perlu diberikan penghargaan (Kasmir, 2018).

Dari pengertian bonus yang dikemukakan diatas, maka bonus merupakan suatu penghargaan bagi kinerja karyawan yang telah memenuhi sasaran target perusahaan.

#### **b. Besaran Bonus**

Bonus diberikan oleh perusahaan kepada karyawan yang telah memenuhi target perusahaan. Besaran bonus yang diberikan oleh perusahaan, tergantung pada perusahaan itu sendiri.

Menurut Tsuchiya (1998), besaran bonus yang diberikan kepada karyawan biasanya berdasarkan profitabilitas dan produktivitas perusahaan (Aminuddin, 2011). Serta menurut Craig Deegan, skema bonus pada umumnya diberikan atas penghargaan pada manajer, dilihat dari keuntungan perusahaan dan penjualan perusahaan (Deegan & Unerman, 2011).

Sedangkan menurut Mila Badriyah, bonus diberikan kepada karyawan apabila mempunyai profitabilitas atau keuntungan dari penjualan tahun lalu (Badriyah, 2017). Maka dapat disimpulkan bahwa besaran bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sesuai dengan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi

profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pula bonus yang diberikan. Sebaliknya, apabila profitabilitas perusahaan rendah, maka bonus yang diberikan oleh perusahaan pun rendah.

Menurut Susanto (2017), Bonus diberikan kepada para eksekutif atau kepada semua pegawai. Terdapat tiga cara pemberian bonus menurut yaitu berdasarkan jumlah produk yang diproduksi, adanya penghematan waktu atau bekerja secara efektif, dan berdasarkan perhitungan progresif.

Bonus yang merupakan bagian dari kompensasi finansial harus didasarkan dengan asas keadilan. Terdapat empat keadilan yaitu keadilan eksternal, keadilan internal, keadilan karyawan dan keadilan tim (Sudaryo et al., 2018).

1. Keadilan eksternal terjadi apabila karyawan menerima bayaran yang sebanding dengan pekerjaannya yang serupa di pasar tenaga kerja eksternal
2. Keadilan internal terjadi apabila karyawan menerima bayaran yang sesuai dilingkup organisasinya.
3. Keadilan karyawan terjadi apabila individu menjalankan pekerjaan yang serupa pada perusahaan yang sama, menerima bayaran sesuai standar perusahaan.
4. Keadilan tim terjadi apabila tim diberikan imbalan sesuai dengan produktivitas kelompoknya.

### 3. *Leverage*

#### a. *Pengertian Leverage*

Pengertian *leverage* menurut Irfan Fahmi, *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang (Irfan Fahmi, 2011). Sedangkan menurut Werner R. Murhadi, *leverage* atau rasio utang menggambarkan proporsi utang terhadap aset ataupun ekuitas (Murhadi, 2013).

Adapun menurut Kasmir, rasio solvabilitas atau *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2016). Dan menurut Kariyoto, rasio *leverage* mengindikasikan berapa jumlah kebutuhan perusahaan didanai dengan hutang (Kariyoto, 2017).

Dapat disimpulkan dari yang dikemukakan diatas, bahwa *leverage* merupakan perbandingan utang terhadap aset ataupun ekuitas perusahaan atau seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang.

#### b. *Jenis-Jenis Rasio Leverage*

Rasio *leverage* secara umum ada 5 (lima) yaitu *debt to total assets*, *debt to equity ratio*, *times interest earned*, *fixed charge coverage*, dan *cash flow coverage*. (Irfan Fahmi, 2011)

Werner R. Murhadi pun mengategorikan yang termasuk kedalam rasio *leverage* sebagai berikut:

1. *Debt ratio*, menunjukkan seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan yang didanai oleh seluruh krediturnya
2. *Debt to equity ratio*, menunjukkan perbandingan antara utang dan ekuitas perusahaan
3. *Long term debt to equity*, menunjukkan perbandingan antara utang jangka panjang terhadap ekuitas (Murhadi, 2013).

Adapun jenis-jenis rasio solvabilitas menurut kasmir, yaitu *Debt to asset ratio*, *Debt to equity ratio*, *Long term debt to equity ratio*, *Tangible assets debt covarage*, *Current liabilities to net worth*, *Times interest earned*, dan *Fixed charge coverage* (Kasmir, 2016).

Sedangkan menurut Kariyoto, rasio *leverage* yang dapat dipakai oleh perusahaan adalah :

1. *Total debt to total asset ratio*, adalah rasio hutang dengan total aset perusahaan.
2. *Total debt to equity ratio*, adalah rasio hutang dengan modal sendiri. (Kariyoto, 2017)

Dari semua yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* setidaknya terdiri dari *Debt to total assets ratio* dan *Debt to equity ratio*.

### c. Proksi *Leverage*

Untuk mengukur *leverage*, dalam penelitian ini menggunakan proksi *Debt to Asset Ratio* yang merupakan rasio untuk menilai utang dengan total aset perusahaan. Rasio ini berguna untuk mengetahui

semua aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dijadikan untuk jaminan utang.

Menurut Irham Fahmi (2011) rumus *debt to asset ratio* adalah:

$$Debt\ to\ asset\ ratio = \frac{Total\ Liabilities}{Total\ Asset} \times 100\%$$

Menurut Kasmir (2016) rumus *debt to asset ratio* sebagai berikut:

$$Debt\ to\ asset\ ratio = \frac{Total\ Debt}{Total\ Aset} \times 100\%$$

Sedangkan menurut Kariyoto (2017) rumus *debt to asset ratio* sebagai berikut:

$$Debt\ to\ asset\ ratio = \frac{Total\ Hutang}{Aset} \times 100\%$$

Penelitian ini menggunakan *Debt to Asset Ratio* karena rasio ini dasar perbandingannya dari total aset perusahaan, yaitu yang dijadikan dasar penjaminan oleh pihak eksternal apabila menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut.

#### 4. Ukuran Perusahaan

##### a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Terdapat pengertian ukuran perusahaan dari beberapa para ahli, salah satunya dari Brigham dan Houston yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dari total aset, total penjualan dan lain-lain (Houston, 2010).

Adapun menurut Torang yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan

(Torang, 2012). Sedangkan menurut Hery yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala untuk besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aset, total penjualan dan sebagainya (Hery, 2017).

Dari pengertian yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala besar kecilnya perusahaan yang bisa dilihat dari total aset, total penjualan dan sebagainya.

#### **b. Proksi Ukuran Perusahaan**

Menurut Jogiyanto, rumus yang digunakan dalam mengukur besarnya perusahaan yaitu logaritma dari total aktiva (Jogiyanto, 2010).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma total aset}$$

Adapun menurut Lindrianasari, variabel yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan yaitu dengan natural logaritma dari total aset (Lindrianasari, 2010).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma total aset}$$

Sedangkan menurut Werner R Murhadi, menyatakan bahwa ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural (Murhadi, 2013).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma total aset}$$

Berdasarkan beberapa proksi diatas, maka proksi logaritma total aset digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan dalam penelitian ini.

## B. Kerangka Teoritik

### 1. Pengaruh bonus terhadap manajemen laba

Salah satu motivasi dalam praktik manajemen laba adalah pemberian bonus. Pendapat ini dapat diperkuat oleh para ahli yang mengemukakan demikian. Menurut Hery, “istilah *earnings management* sering dihubungkan dengan perilaku manajer. Manajer seringkali berperilaku sesuai dengan bonus yang akan diperoleh. Jika bonus yang akan diperoleh tergantung pada laba yang dihasilkan, maka manajer akan melakukan rekayasa akuntansi dengan meningkatkan laba” (Hery, 2016).

Diperkuat lagi oleh Subramanyam, “ada beberapa alasan untuk mengelola pendapatan, termasuk kompensasi manajer terhadap laba yang dilaporkan. Adapun insentif untuk manajemen laba yaitu, *Contracting incentives* sebagai contoh kontrak kompensasi manajerial termasuk bonus. Selanjutnya ada *stock price effects* dan *other incentives*” (Subramanyam, 2014).

Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap, “Teori *efficiency market hypothesis* (EMH) menyebutkan bahwa laporan keuangan dapat mempengaruhi pasar modal. Pentingnya laporan keuangan ini, maka mengundang manajemen melakukan hal-hal yang mengubah laporan laba rugi untuk kepentingan pribadinya, seperti mendapatkan bonus yang tinggi. biasanya laba yang stabil di mana tidak banyak fluktuasi atau *variance* dari suatu periode ke periode lain dinilai sebagai prestasi baik. Upaya menstabilkan laba ini disebut *income smoothing*” (Harahap, 2018).

## 2. Pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba

Selain bonus, terdapat motivasi lain dalam praktik manajemen laba yaitu *leverage*. Hal ini diperkuat oleh yang dikemukakan para ahli. Menurut Charles W. Mulford dan Eugene E. Comiskey, berpendapat bahwa “pengakuan pendapatan yang lebih konservatif dijalankan agar pendapatan dapat ditangguhkan sehingga dapat mengurangi laba tahun berjalan, hal ini biasa disebut “cadangan wadah kue”, perusahaan dapat menyimpan laba untuk digunakan nanti di tahun-tahun lamban. Di dalam tahun lamban, cadangan piutang tak tertagih atau kewajiban atas klaim mungkin berkurang, atau umur harta diperpanjang, atau nilai residu meningkat, dengan tujuan agar biaya berkurang dan laba meningkat.. Dari contoh sebelumnya, dapat dilihat kenapa manajemen laba dikenal juga dengan memoles laba (Mulford & Comiskey, 2010).

Sedangkan menurut Craign Deegan, “jika perusahaan secara kontraktual menyetujui bahwa rasio utang terhadap total aset berwujud harus dijaga di bawah angka tertentu, maka jika angka itu kemungkinan akan melebihi, manajemen dapat memiliki insentif untuk meningkatkan aset atau mengurangi kewajiban. (Craign Deegan, 2011).

Dan menurut Arya Suryani, *Debt covenant hypothesis* menyatakan bahwa manajer ingin meningkatkan laba dan aset untuk mengurangi biaya renegotiasi kontrak utang ketika perusahaan memutuskan perjanjian utangnya (Suryani, 2017).

### 3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Selain bonus dan *leverage*, terdapat motivasi yang menyebabkan manajemen laba yaitu ukuran perusahaan. Hal ini diperkuat dengan oleh Francesco Ciampi yang menyatakan bahwa hanya ukuran dan pertumbuhan secara signifikan terkait dengan manajemen laba triwulanan. Ini mendukung teori bahwa perusahaan-perusahaan kecil yang kurang diteliti oleh pihak berwenang dan regulator lebih cenderung terlibat dalam manajemen laba (Ciampi, 2009).

Sedangkan menurut Agustia (2013) Perusahaan besar membutuhkan lebih banyak dana daripada perusahaan kecil. Motivasi untuk mendapatkan lebih banyak dana dapat memengaruhi manajer untuk meningkatkan laba melalui penggunaan manajemen laba (Trinugroho & Lau, 2018).

Adapun menurut Arthawan dan Wirasedana Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, salah satu yang dapat memengaruhinya adalah ukuran perusahaan (Arthawan & Wirasedana, 2018).

### 4. Pengaruh bonus, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Bonus, rasio *leverage* (*debt to equity ratio*) atau dalam istilah teori akuntansi positif yakni *debt covenant hypothesis* dan ukuran perusahaan atau biaya politik merupakan salah satu motivasi-motivasi manajemen laba. Hal ini diperkuat Watts dan Zimmerman (1986) menyatakan bahwa terdapat tiga hipotesis utama dalam teori akuntansi positif yang menjadi dasar

pengembangan pengujian hipotesis untuk mendeteksi manajemen laba, yaitu :

1. *Bonus plan hypothesis*

Dalam bonus, pemilik perusahaan berjanji bahwa manajer akan menerima sejumlah bonus jika kinerja perusahaan mencapai jumlah tertentu. Hal inilah yang menjadi alasan bagi manajer untuk mengelola dan mengatur labanya pada tingkat tertentu.

2. *Debt (equity) hypothesis*

Dalam konteks perjanjian hutang, manajer akan mengelola dan mengatur labanya agar kewajiban hutangnya yang seharusnya diselesaikan pada tahun tertentu dapat ditunda untuk tahun berikutnya.

3. *Political cost hypothesis*

Menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar daripada perusahaan kecil lebih cenderung menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan (Sulistyanto, 2016).

Adapun menurut Scot (2006) yang menyatakan bahwa motivasi terjadinya manajemen laba adalah motivasi program bonus, motivasi politik, motivasi perpajakan, motivasi pernggantian *Chief Executif Officer*, *Initial Public Offering*, motivasi perjanjian utang dan yang terakhir adalah pentingnya memberi informasi kepada investor (Yateno & Sari, 2016).

Sedangkan menurut Sari (2005) Terdapat dua cara memahami *earning management*:

1. Manajemen laba dilihat sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan *political cost*.
2. Memandang *earning management* dari perspektif kontrak efisien (Suryani, 2017).

Berdasarkan teori-teori di atas yang telah dipaparkan, maka dapat dijadikan perumusan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara bonus terhadap manajemen laba
2. Terdapat pengaruh antara *leverage* terhadap manajemen laba
3. Terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba
4. Terdapat pengaruh antara bonus, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

