

THE NUMBERS OF GAME **(SUATU TINJAUAN PUSTAKA)**

Rice
Program Studi Akuntansi STIE Mikroskil
Jl Thamrin No. 112, 124, 144 Medan 20212
rice.lee@mikroskil.ac.id

Abstrak

Manajemen laba atau *earning management* merupakan suatu fenomena yang sedang *trend* di tengah masyarakat dan telah berhasil memperkaya teori akuntansi. Manajemen laba muncul sebagai akibat adanya konflik kepentingan di antara pihak manajer (*agent*) dengan pihak pemegang saham (*principal*). Di mana pihak manajer berupaya untuk tetap memberikan kepercayaan kepada pihak pemegang saham atas kinerja perusahaan di samping juga dapat memenuhi keinginan pribadinya. Namun manajemen laba tidak selamanya diartikan sebagai tindakan negatif seperti manipulasi laba atau rekayasa laba karena dalam penyusunan laporan keuangan didasarkan pada penilaian dan estimasi yang dapat dipilih oleh pihak manajer selama masih di dalam garis Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku. Secara teori, manajer dapat memilih metode yang ditawarkan di mana semuanya dapat ditinjau dari teori keagenan. Di dalam teori tersebut menyatakan bahwa pada dunia bisnis, setiap individu cenderung akan bertindak atau mengambil keputusan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara maksimal. Beberapa penelitian empiris dengan topik manajemen laba telah berhasil membuktikan bahwa adanya faktor-faktor tertentu seperti bonus, insentif pajak, *earning power* dan lainnya yang dapat mendorong pihak perusahaan untuk melakukan tindakan manajemen laba.

Kata kunci : *manajemen laba, teori keagenan, laba*

1. Pendahuluan

Istilah dari *earning management* mendapat penafsiran yang berbeda-beda dari berbagai pihak, ada yang menyebutkan sebagai kreativitas dalam mengelola laba, mengatur atau *memake-up* laba, rekayasa laba dan ada beberapa pihak yang menyebutkannya sebagai tindakan memanipulasi laba. Namun pada intinya, tindakan manajemen laba biasanya akan dikaitkan dengan perilaku dari pihak manajer perusahaan. Manajemen laba kini telah mendapat perhatian serius dari berbagai peneliti karena kondisi laba yang disajikan oleh perusahaan belum tentu mencerminkan kondisi sebenarnya dari kinerja perusahaan bersangkutan. Hal ini diakibatkan karena adanya konflik kepentingan di antara pihak pengelola atau manajer (*agent*) dan pihak pemegang saham atau pemilik (*principal*).

Tindakan manajemen laba merupakan suatu fenomena yang tidak jarang terjadi di lingkungan bisnis. Hal ini disebabkan karena pada umumnya pihak pemegang saham atau pihak berkepentingan terhadap perusahaan lebih cenderung hanya menaruh perhatian pada besarnya angka laba yang diperoleh dan cenderung mengabaikan ruang lingkup kecil yang terdapat di dalam laporan keuangan. Hal ini disebabkan karena adanya asumsi bahwa perusahaan yang memperoleh atau mengalami pertumbuhan laba yang cukup signifikan cenderung dinilai sebagai perusahaan yang memiliki kinerja yang baik. Padahal angka laba yang dicantumkan di

dalam laporan keuangan adalah hasil akumulasi dari transaksi ekonomi yang terjadi di dalam perusahaan yang penuh dengan perkiraan dan estimasi. Oleh sebab itu tidaklah heran bagi pihak manajer yang sebagai pengelola perusahaan cenderung ingin bertindak guna memberikan performa terbaik atas perusahaan yang dipimpinnya.

Istilah manajemen laba muncul ketika banyak investor yang dirugikan akibat kebiasaan dari informasi laporan keuangan yang disampaikan. Apabila kita mengungkit mengenai apa itu manajemen laba?, maka kita akan dibawa terlebih dahulu ke suatu teori, yaitu Teori Keagenan (*Agency Theory*). Di dalam teori tersebut menyatakan bahwa pada dunia bisnis, setiap individu cenderung akan bertindak atau mengambil keputusan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara maksimal. Namun, pada konsepnya manajer sebagai pengelola perusahaan bertanggungjawab terhadap kesejahteraan para pemegang saham. Dan di sisi lain, manajer sendiri juga memiliki kepentingan pribadi seperti perolehan bonus yang lebih tinggi. Sehingga menyebabkan pihak manajer tidak selalu mengambil tindakan untuk memaksimalkan kesejahteraan pihak pemegang saham. Untuk memperoleh bonus yang lebih tinggi, biasanya pihak manajer cenderung akan menyajikan laporan keuangan dengan angka laba yang memuaskan bagi pemegang saham. Di mana semakin tingginya angka laba menunjukkan semakin baiknya kinerja manajer, sehingga manajer akan memperoleh bonus yang semakin tinggi.

Manajer sebagai pihak pengelola perusahaan berkewajiban untuk menginformasikan kondisi perusahaan kepada pihak berkepentingan, yaitu melalui pengungkapan laporan keuangan. Namun adakalanya, informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya atau biasanya disebut terjadinya asimetri informasi yang dapat memberikan peluang kepada manajer untuk melakukan tindakan kecurangan yang mungkin lebih menguntungkan pihaknya. Akibat adanya asimetri informasi dan konflik kepentingan di antara pihak manajer dan pihak pemegang saham menyebabkan munculnya tindakan manajemen laba. Di samping itu, manajemen laba juga dapat muncul akibat 2 hal, yaitu *adverse selection*, di mana salah satu dari pihak baik manajer maupun pemegang saham merasa tidak yakin terhadap pihak lainnya atas apa yang dikerjakan, dan *moral hazard*, di mana pihak manajer tidak melaksanakan apa yang seharusnya dilaksanakan.

Manajemen laba dilakukan oleh manajer ketika proses penyusunan laporan keuangan perusahaan disebabkan karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari perusahaan atas tindakan yang mereka lakukan. Manajemen laba menjadi suatu topik menarik tersendiri untuk dilakukan penelitian, hal ini disebabkan karena manajemen laba menggambarkan perilaku manajer atau pembuat laporan keuangan perusahaan yang berkaitan dengan etika atau moral sebagai seorang pemimpin dan konflik kepentingan yang terjadi. Namun, tidak selamanya manajemen laba memiliki nuansa negatif, karena dalam proses penyusunan laporan keuangan berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi yang dapat dipilih oleh manajer sesuai dengan keadaan perusahaan selama masih berada di dalam garis Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku.

Secara umum, manajemen laba dapat dibagi ke dalam 2 kategori, yaitu manajemen laba melalui kebijakan akuntansi yang merujuk pada permainan angka laba yang dilakukan dengan menggunakan teknik dan kebijakan akuntansi dan manajemen laba melalui aktivitas riil yang merujuk pada permainan angka laba yang dilakukan melalui aktivitas-aktivitas yang berasal dari kegiatan bisnis normal atau yang berhubungan dengan kegiatan operasional misalnya menunda kegiatan promosi atau mempercepat penjualan dengan pemberian diskon besar-besaran.

Oleh sebab menariknya topik manajemen laba, khususnya dalam dunia investasi maupun pengelolaan perusahaan, penulis mencoba untuk mengungkapkan fenomena ini. Di samping itu, pada banyak penelitian terdahulu juga berhasil mengungkapkan bahwa tindakan manajemen laba merupakan suatu fenomena yang umum terjadi di dalam perusahaan yang

dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari pihak internal sendiri maupun pihak eksternal perusahaan.

2. Mengapa harus memanje laba perusahaan?

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, istilah manajemen laba telah mendapat penafsiran yang berbeda-beda dari berbagai pihak, tergantung dari sisi mana kita memandangnya. Namun, sebelum kita mengetahui apa sebab perusahaan melakukan tindakan manajemen laba, ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu apa sebenarnya arti dari manajemen laba itu sendiri. Manajemen laba biasanya dikaitkan dengan etika dan konflik kepentingan. Meskipun etika bukan sebagai topik yang tepat di dalam pembahasan manajemen laba, namun sejumlah besar skandal akuntansi yang terjadi menunjukkan adanya hubungan etika pribadi dengan pelaporan keuangan perusahaan. Sebagaimana dijabarkan oleh Merchant dan Rockness dalam Tatang Ary Gumanti [1], dari segi etika, manajemen laba diartikan sebagai :

“any action on the part of management which affects reported income and which provides no true economic advantage to the organization and may in fact, in the long-term, be detrimental”, artinya yaitu, manajemen laba merupakan tindakan dari pihak manajemen untuk mempengaruhi pendapatan yang dilaporkan dan tidak memberikan keuntungan ekonomis yang sesungguhnya bagi organisasi, di mana dalam jangka panjang cenderung akan merugikan perusahaan.

Sedangkan menurut Schipper 1989 dalam K. R. Subramayam dan Jhon J. Wild [2], manajemen laba diartikan sebagai :

“disclosure management in the sense of purposeful intervention in the external reporting process, with intent of obtaining some private gain”, yang artinya intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, yang biasanya untuk tujuan pribadi.

Setelah mengetahui apa arti dari manajemen laba, maka pertanyaan selanjutnya yaitu kenapa perusahaan, khususnya pihak manajer ingin melakukan tindakan tersebut?. Keterbatasan di dalam akuntansi dapat mempengaruhi kegunaan dari laporan keuangan, di mana perbedaan dalam penyajian laporan keuangan dapat menyebabkan masalah ketika dalam membandingkan laporan keuangan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Di tambah lagi ketidaktepatan dalam akuntansi dapat menyebabkan distorsi yang disebabkan karena kesalahan estimasi, dan adanya tujuan pihak manajer untuk memanipulasi atau mempercantik laporan keuangan melalui pemilihan metode akuntansi.

Menurut K. R. Subramanyam dan John J. Wild [2], sebagaimana dijabarkan di dalam bukunya, ada beberapa insentif yang dapat mendorong terjadinya manajemen laba, seperti yang pertama yaitu insentif perjanjian, di mana perjanjian yang menggunakan angka akuntansi seperti kompensasi manajer yang mencakup bonus berdasarkan laba yang terdiri dari batas atas dan batas bawah. Jika laba yang belum diubah berada di antara batas atas dan bawah, manajer memiliki insentif untuk meningkatkan laba. Sedangkan apabila laba lebih tinggi dari batas atas atau lebih rendah dari batas bawah, manajer memiliki insentif untuk menurunkan laba dan membuat cadangan untuk bonus masa depan, kedua disebabkan karena dampak harga saham yang dapat menyebabkan manajer dapat meningkatkan laba untuk menaikkan harga saham perusahaan sementara sepanjang satu kejadian tertentu seperti *merger* yang akan dilakukan atau penawaran surat berharga, atau rencana untuk menjual saham atau melakukan opsi. Manajer juga melakukan perataan laba untuk menurunkan ekspektasi pasar melalui pengungkapan sukarela yang pesimis sebelum tanggal pengumuman dan kemudian meningkatkan laba untuk

melampaui ekspektasi pasar, dan yang ketiga yaitu insentif lain, yang dapat dilihat dari penurunan laba dengan tujuan untuk menghindari biaya politik dan penelitian yang dilakukan badan pemerintah, misalnya untuk ketaatan Undang-Undang Antimonopoli dan *Internal Revenue Service* (IRS). Selain itu, perubahan manajemen yang menyebabkan terjadinya “*Big Bath*”, disebabkan karena manajer akan melepaskan kesalahan kepada manajer yang berwenang sebagai tanda bahwa manajer baru harus membuat keputusan tegas untuk memperbaiki perusahaan.

Manajemen laba dapat terlihat jelas ketika manajer memilih tindakan tertentu dengan tujuan untuk mengubah laba. Salah satu alasan manajer melakukan tindakan manajemen laba yaitu untuk memenuhi target laba internal. Target laba internal merupakan alat penting dalam memotivasi pihak manajer untuk meningkatkan usaha penjualan, mengendalikan biaya, dan penggunaan sumber daya yang lebih efisien. Namun, pada dasarnya pihak yang akan dievaluasi kinerjanya cenderung akan melupakan faktor-faktor ekonomi yang mendasari penilaian dan menaruh perhatian besar pada angka yang akan diukur. Para peneliti akademis telah membenarkan bahwa perhitungan besarnya bonus turut mendukung munculnya tindakan manajemen laba. Di mana manajer sebagai subjek rencana bonus atas dasar laba lebih cenderung untuk menaikkan laba apabila mereka sudah berada dalam posisi mendekati batasan bonus, dan cenderung untuk menurunkan laba apabila laba telah dilaporkan berada di atas batas bonus maksimal. Oleh sebab itu dengan adanya rencana dalam memberikan bonus berdasarkan laba menyebabkan kecenderungan manajer untuk memanipulasi besarnya angka laba yang akan dilaporkan.

Alasan kedua yaitu memenuhi target eksternal. Perusahaan merupakan kumpulan kontrak-kontrak perjanjian. Setiap pemangku kepentingan eksternal memiliki kepentingan yang berbeda terhadap perusahaan. Namun, tanda kelemahan keuangan perusahaan seperti pelaporan kerugian akan menjadi berita buruk bagi semua pemangku kepentingan tersebut, baik pemegang saham, kreditur, pemasok, dan lain-lain. Maka tidaklah heran apabila adanya indikasi kerugian pada perusahaan, maka pihak akuntan akan diminta untuk mempertimbangkan kembali penilaian mereka atas akrual dan estimasi guna memperoleh angka positif di dalam laporan keuangan khususnya laba. Di samping itu, para analis keuangan merupakan sekelompok pengguna laporan keuangan yang penting. Selain merekomendasikan untuk menjual atau memberi saham, para analis juga menghasilkan estimasi laba perusahaan. Apabila pelaporan laba yang lebih kecil dibandingkan dengan estimasi laba perusahaan dapat menyebabkan menurunnya harga saham. Sehingga perusahaan cenderung akan melakukan insentif untuk melakukan manajemen laba guna menjamin agar angka yang dilaporkan paling tidak hampir sama dengan laba yang diperkirakan para analis.

Alasan lainnya yaitu meratakan atau memuluskan laba, yang biasanya dikenal dengan istilah *income smoothing*. Para CFO perusahaan akan menggunakan akuntansi yang agresif untuk menahan atau mempercepat pengakuan terhadap beberapa jenis pendapatan atau beban serta meratakan angka laba yang dilaporkan dari satu tahun ke tahun berikutnya. Sehingga terlihat bahwa perusahaan memiliki angka laba yang tidak terlalu berfluktuasi. Di mana kondisi laba yang stabil cenderung dapat mempermudah perusahaan dalam mendapatkan pinjaman dengan persyaratan yang menguntungkan dan menarik investor.

Di samping itu mempercantik laporan keuangan (*window dressing*) demi penjualan saham perdana (*Initial Public Offering*) atau pinjaman juga dapat turut mendukung dilakukannya tindakan manajemen laba. Perusahaan yang sedang memasuki masa membuat permohonan pinjaman atau saat sebelum memasuki penjualan saham perdana untuk umum harus melakukan pelaporan keuangan dalam kondisi baik. Salah satu kasus menarik dari praktik mempercantik laporan keuangan secara terbalik yang telah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di International Trade Commission (ITO) Amerika Serikat untuk tujuan pembebasan dari produk impor pesaing. Guna pengajuan petisi atau larangan produk

impor, perusahaan cenderung akan menampilkan kondisi penurunan profitabilitas akibat naiknya impor atau produk pesaing dari luar negeri [3].

Selain motivasi-motivasi yang dapat menyebabkan munculnya manajemen laba, besarnya jumlah pajak yang harus dibayar oleh perusahaan juga turut mendukung terjadinya tindakan kecurangan. Motivasi akibat pajak biasanya lebih didominasi oleh perusahaan yang belum *go public*. Perusahaan yang belum *go public* cenderung akan melaporkan dan menginginkan penyajian laporan laba fiskal yang lebih rendah dari nilai yang sebenarnya. Sehingga dapat memotivasi manajer untuk bertindak kreatif melalui pengaturan laba sehingga laba fiskal yang dilaporkan seolah-olah memang lebih rendah tanpa melanggar aturan dan kebijakan akuntansi perpajakan.

Praktik manajemen laba biasanya juga akan terjadi pada periode pergantian direksi atau *Chief Executive Officer* (CEO). Menjelang berakhirnya masa jabatan, direksi cenderung akan bertindak kreatif dengan memaksimalkan laba agar performa kerjanya tetap terlihat baik pada tahun terakhir ia menjabat. Perilaku ini ditunjukkan dengan terjadinya peningkatan laba yang cukup signifikan pada periode menjelang berakhirnya masa jabatan. Motivasi utama yang mendorong perilaku kreatif tersebut adalah untuk memperoleh bonus yang maksimal pada akhir masa jabatannya.

Motivasi yang dilatarbelakangi politis juga dapat menyebabkan terjadinya tindakan manajemen laba. Motivasi ini biasanya terjadi pada perusahaan besar yang bidang usahanya banyak menyentuh masyarakat luas, seperti perusahaan-perusahaan industri strategi perminyakan, gas, listrik, dan air. Demi menjaga tetap mendapatkan subsidi, perusahaan-perusahaan tersebut cenderung menjaga posisi keuangannya dalam keadaan tertentu sehingga prestasi atau kinerjanya tidak terlalu baik. Jadi, pada aspek politis ini, manajer cenderung melakukan kreativitas akuntansi untuk menyajikan laba yang lebih rendah dari nilai yang sebenarnya, terutama selama periode kemakmuran tinggi. Hal ini dilakukan untuk mengurangi visibilitas perusahaan sehingga tidak menarik perhatian pemerintah, media, atau konsumen yang dapat menyebabkan meningkatnya biaya politis perusahaan. Rendahnya biaya politis akan menguntungkan manajemen [4].

Manajer akan berperilaku oportunistik dalam menghadapi pilihan kebijakan akuntansi yang akan diambil, dengan maksud untuk memperoleh bonus yang sebesar-besarnya [5]. Jadi, secara umum, manajemen laba dapat terjadi karena beberapa alasan, seperti untuk meningkatkan kompensasi, menghindari persyaratan utang, memenuhi ramalan analis, dan memengaruhi harga saham.

3. Bagaimana cara memanager laba?

Setelah kita mengetahui apa yang sebenarnya mendorong pihak manajer untuk melakukan manajemen laba, maka sekarang kita akan mencoba untuk melihat bagaimana pihak manajer melakukan aksinya. Apakah mereka bertindak masih di dalam lingkup ketentuan dari Prinsip Akuntansi yang Berlaku Umum, atau bahkan sudah keluar dari jalur yang seharusnya dilalui?. Laporan keuangan suatu perusahaan sangat dibutuhkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan sebagai dasar dalam menentukan atau menilai posisi keuangan dan kinerja perusahaan yang bersangkutan. Namun laporan keuangan yang merupakan “*jendela*” dari sebuah perusahaan tidak luput dari keterbatasan. Hal ini dikarenakan proses penyusunan laporan keuangan yang menggunakan dasar akrual sehingga memberikan kelonggaran kepada pihak manajer ataupun penyusun laporan keuangan untuk memilih metode yang paling sesuai untuk perusahaan selama masih di dalam garis peraturan atau standar yang berlaku.

Secara umum, manajemen laba dapat dilakukan melalui 2 (dua) cara, yaitu dengan mengubah metode akuntansi, yang merupakan tindakan manajemen laba terpopuler dan jelas terlihat, atau mengubah estimasi dan kebijakan akuntansi untuk menentukan besarnya angka

yang akan disajikan dan merupakan bentuk dari manajemen laba yang samar. Namun apabila dipandang dari sudut teori maupun praktis, ada beberapa teknik manajemen laba baik yang legal maupun ilegal yang diizinkan oleh Standar Akuntansi Keuangan. Secara legal, manajemen laba dapat dilakukan dengan cara seperti mengubah metode akuntansi. Hal ini dikarenakan metode akuntansi merupakan pilihan-pilihan yang disediakan oleh standar akuntansi (*accounting choices*) dalam menilai aset perusahaan. Pemilihan atas metode akuntansi cenderung akan memberikan *outcome* yang berbeda baik bagi manajemen, pemilik maupun pemerintah yang akhirnya akan menimbulkan konflik kepentingan diantara ketiga pihak tersebut.

Cara kedua yaitu dengan membuat estimasi akuntansi. Teknik ini dilakukan dengan tujuan memengaruhi laba akuntansi melalui kebijakan dalam membuat estimasi akuntansi, seperti estimasi dalam menentukan besarnya piutang tak tertagih, baik dengan persentase penjualan kotor, atau penjualan bersih maupun persentase piutang yang belum tertagih, estimasi dalam menentukan umur ekonomis aset, baik aset tetap maupun aset tidak berwujud dan estimasi tingkat bunga pasar yang digunakan untuk mendiskonto arus kas pada masa mendatang untuk penilaian kewajaran aset yang tidak memiliki pembanding atau kewajaran nilai obligasi.

Cara legal yang ketiga yaitu mengubah periode pengakuan pendapatan dan biaya. Teknik ini dilakukan untuk mempercepat atau menunda pengakuan pendapatan dan biaya dengan cara menggeser pendapatan dan biaya ke periode berikutnya agar memperoleh laba maksimum pada periode bersangkutan. Teknik ini biasanya dilakukan pada perusahaan yang akan melakukan IPO. Manajer akan mempercepat pengakuan pendapatan periode mendatang dengan melaporkannya ke periode tahun berjalan agar kinerja perusahaan pada tahun berjalan menjelang IPO terlihat baik atau menunjukkan laba maksimal.

Selanjutnya, manajemen laba dapat dilakukan dengan mereklasifikasi akun *current* dan *non current*. Teknik ini dilakukan dengan memindahkan posisi akun dari satu tempat ke tempat lainnya sehingga laporan keuangan yang disajikan tetap sama namun berbeda dalam hal interpretasinya. Dalam penyajian laporan keuangan, pemberian informasi yang bias umumnya dilakukan dengan reklasifikasi akun operasional dan *non* operasional. Atau mereklasifikasi akrual diskresioner (*accrual discretionary*) dan akrual non diskresioner (*accrual non discretionary*). Akrual diskresioner merupakan akrual yang dapat berubah sesuai dengan kebijakan manajemen, seperti pertimbangan tentang penentuan umur ekonomis aset tetap atau pertimbangan pemilihan metode depresiasi. Sedangkan akrual non diskresioner merupakan akrual yang berubah bukan karena kebijakan atau pertimbangan pihak manajemen seperti perubahan besarnya piutang perusahaan karena bertambahnya penjualan. Akrual merupakan perbedaan laba dengan arus kas operasi. Semakin besar perubahan, dalam hal ini makin tinggi nilai akrual menunjukkan adanya strategi menaikkan laba, sedangkan makin minus nilai akrual menunjukkan adanya strategi menurunkan laba yang disebabkan karena aspek akrual dan kebijakan akuntansi [4].

Di samping itu, terdapat 3 (tiga) jenis strategi dari manajemen laba, diantaranya yaitu meningkatkan laba (*Increasing Income*) yang dilaporkan pada periode kini untuk membuat perusahaan dipandang lebih baik. Perusahaan dapat melaporkan laba yang lebih tinggi berdasarkan manajemen laba yang agresif sepanjang periode waktu yang panjang. Selain itu, perusahaan dapat melakukan manajemen laba untuk meningkatkan laba selama beberapa tahun dan kemudian membalik akrual sekaligus pada satu saat pembebanan.

Strategi kedua yang biasa dikenal dengan istilah “Mandi Besar” (*Big Bath*). Strategi *Big Bath* atau “Mandi Besar” dilakukan melalui penghapusan (*write-off*) sebanyak mungkin transaksi pada satu periode. Di mana periode yang dipilih biasanya adalah periode dengan kinerja yang buruk atau sering kali pada masa resesi di mana perusahaan lain juga melaporkan laba yang buruk atau peristiwa saat terjadi satu kejadian yang tidak biasa seperti perubahan manajemen, *merger*, atau restrukturisasi. Strategi “*Big Bath*” juga sering kali dilakukan setelah strategi peningkatan laba pada periode sebelumnya.

Dan yang terakhir yaitu dengan perataan laba (*Income Smoothing*). Manajer meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasinya. Perataan laba juga mencakup tidak melaporkan bagian laba pada periode tertentu baik dengan menciptakan cadangan atau “*bank*” laba dan kemudian melaporkan laba ini saat periode buruk [2].

4. Pro dan Kontra Manajemen laba

Setelah kita bercerita mengenai sebab dan bagaimana manajer melakukan manajemen laba, maka pertanyaan selanjutnya adalah apakah suatu perusahaan sebaiknya melakukan tindakan manajemen laba. Jawaban bahwa suatu perusahaan sebaiknya tidak melakukan manajemen laba adalah suatu hal yang sangat naif dalam lingkungan pelaporan keuangan dan tidak selamanya benar. Apabila kita lihat ke dalam website perusahaan, laporan keuangan biasanya disajikan pada bagian “hubungan investor”, yang berarti bahwa pelaporan keuangan merupakan salah satu hubungan masyarakat di dalam perusahaan. Laporan keuangan digunakan sebagai media komunikasi kinerja perusahaan kepada pihak publik. Perusahaan cenderung harus mengimbangi keinginannya dalam penyusunan laporan sebaik mungkin untuk tetap menjaga kredibilitas di mata pihak-pihak yang bekepentingan. Namun pada dasarnya, manajemen laba dipandang sebagai suatu tindakan yang tidak etis dan tidak diterima masyarakat karena manajer melakukan tindakan tersebut untuk kepentingan diri sendiri dan telah melanggar peraturan yang berlaku. Manajemen laba dipandang etis apabila manajer memanfaatkan pemilihan metode akuntansi untuk melaporkan kondisi laba yang paling sesuai dengan perusahaan. Suatu fakta penting yang sering dilupakan oleh pembuat laporan keuangan dan pengguna laporan, yaitu tujuan umum akuntansi, baik secara keuangan maupun manajerial yaitu menurunkan biaya dalam menjalankan bisnis. Sistem akuntansi manajerial yang baik memungkinkan manajer untuk mengakses informasi yang dibutuhkan guna pembuatan keputusan bisnis yang tepat. Akuntansi yang handal mampu mengurangi ketidakpastian informasi yang melingkupi suatu perusahaan sehingga pihak di luar perusahaan tidak menanggung resiko besar apabila mereka berinvestasi atau memberikan pinjaman kepada perusahaan. Sehingga mengindikasikan adanya pelaporan keuangan yang transparan merupakan praktik bisnis terbaik dalam jangka panjang bagi perusahaan meskipun adanya insentif yang cukup besar bagi pihak manajer.

5. Review Peneliti Terdahulu

Hasil penelitian-penelitian empiris yang telah berusaha untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel atau faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya tindakan manajemen laba. Berdasarkan hasil yang diungkapkan dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh faktor-faktor tertentu yang dapat menyebabkan pihak perusahaan untuk memanje jumlah laba yang akan disajikan. Halima Shatila Palestin [6] melakukan penelitian untuk melihat apakah struktur kepemilikan, praktik *corporate governance* dan kompensasi bonus terhadap manajemen laba. Hasil penelitiannya berhasil menunjukkan bahwa struktur kepemilikan, proporsi dewan komisaris dan bonus berpengaruh terhadap manajemen laba. Iman Santoso Chasan Doerjat [7] mencoba untuk melihat pengaruh *earning power* terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan PT. Unilever Tbk. untuk periode 2001 sampai 2007. Iman Santosa Chasan Doerjat berhasil membuktikan bahwa hubungan antara *earning power* terhadap manajemen laba adalah sejalan dan positif. Hal tersebut disebabkan karena adanya kenaikan harga minyak dunia dan penurunan nilai mata uang rupiah yang baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi biaya operasional perusahaan dan penjualan sehingga laba yang diperoleh cenderung menurun. Annisa Meta Cempaka Wangi [8] mencoba untuk melihat

apakah perusahaan pengakuisisi melakukan manajemen laba sebelum pelaksanaan merger dan akuisisi dan mencoba untuk melihat perubahan kinerja keuangan perusahaan pengakuisisian sebelum dan sesudah merger dan akuisisi. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa tidak ada indikasi manajemen laba sebelum dan sesudah merger atau akuisisi. Rifni Rahmadhona [9] mencoba untuk melakukan penelitian guna melihat pengaruh kepemilikan institusional, jumlah dewan direksi, besaran bonus, *leverage*, dan kebijakan pembayaran dividen terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian menyatakan bahwa kepemilikan institusional, jumlah dewan direksi, besaran bonus, *leverage*, dan deviden berpengaruh terhadap manajemen laba. Destika Maharani Putri [10] mencoba untuk melihat pengaruh komite audit independen, ukuran komite audit, jumlah komite audit, jumlah pertemuan, dan keberadaan *financial expertise* terhadap manajemen laba. Berdasarkan hasil penelitiannya, berhasil menemukan adanya pengaruh ukuran komite audit terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur untuk periode 2007 sampai 2009. Elvi Rahmayanti [11] mencoba untuk melihat pengaruh mekanisme *corporate governance* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, kualitas auditor terhadap *earnings management* dan kinerja perusahaan. Penelitiannya berhasil menemukan bahwa kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur untuk periode 2006 sampai 2011. Ivan Rizky Tiearya [12] mencoba untuk melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi manajemen laba sebagai respon atas perubahan tarif pajak penghasilan badan 2008 di Indonesia. Hasil penelitian mengemukakan bahwa insentif pajak berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, sedangkan *earning pressure*, tingkat hutang, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

6. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pihak perusahaan atau manajer melakukan tindakan manajemen laba disebabkan karena adanya beberapa faktor tertentu. Manajemen laba merupakan salah satu topik akuntansi yang unik untuk dibahas karena berkaitan dengan perilaku manajer yang harus menjaga etika dalam berbisnis dan juga konflik kepentingan. Ada beberapa sebab perusahaan melakukan manajemen laba, seperti : untuk memenuhi target internal, memenuhi target eksternal, meratakan laba, mempercantik laporan keuangan demi penjualan saham perdana (*Initial Public Offering*) atau pinjaman, insentif pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan, akibat adanya restruktur organisasi seperti pergantian direksi atau *Chief Executive Officer* (CEO), masalah politis, meningkatkan kompensasi, menghindari persyaratan hutang, memenuhi ramalan analis dan mempengaruhi harga saham.

Sedangkan untuk melakukannya, pihak manajer dapat memanfaatkan beberapa metode seperti mengubah metode akuntansi, dan mengubah estimasi akuntansi atau dengan mengubah pengakuan pendapatan dan biaya, mereklasifikasikan akun current dan non current, yang termasuk teknik legal yang diizinkan di dalam Standar Akuntansi Keuangan. Di samping itu, ada tiga strategi yang dapat dilakukan oleh manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba perusahaan, yaitu dengan meningkatkan laba, menurunkan laba, “*big bath*” dan meratakan laba. Namun praktik manajemen laba tidak selamanya dapat terdeteksi di dalam perusahaan, di mana terdapat terhadap hasil yang berbeda-beda di dalam temuan empiris. Sehingga bagi para peneliti yang tertarik dalam bidang teori keagenan ataupun asimetri informasi maupun manajemen laba dapat melakukan penelitian kembali mengenai topik terkait. Atau melakukan riset baru terhadap topik akuntansi lainnya seperti *disclosure*, *corporate social responsibility* atau dampak sebelum dan sesudah penerapan *International Financial Reporting Standard* (IFRS) terhadap tindakan manajemen laba.

Referensi

- [1]. Gumanti, T. A., 2000, *Earning Management : Suatu Telaah Pustaka*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol 2, No. 2, Universitas Jember.
- [2]. Subramanyam, K. R. dan John J. Wild, 2010, *Analisis Laporan Keuangan*, Alih Bahasa : Dewi Yanti, Buku 1, Edisi 10, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- [3]. Stice, E. K., et al, 2007, *Akuntansi Keuangan-Intermediate Accounting*, Buku 1, Edisi 16, Penerjemah : Ali Akbar, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- [4]. Sulistiawan, D., Yeni Januarsi dan Liza Alvia, 2011, *Creative Accounting: Mengungkapkan Manajemen Laba dan Skandal Akuntansi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- [5]. Hery, 2012, *Analisis Laporan Keuangan*, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- [6]. Palestin, H. A., 2008, *Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Praktik Corporate Governance dan Kompensasi Bonus terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia)*, Jurnal
- [7]. Doerjat, I., S., C., 2009, *Pengaruh Earning Power terhadap Praktik Manajemen Laba Studi Kasus pada PT. Unilever Indonesia Tbk*, Jurnal Riset Akuntansi, Vol I, No. 1, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, Bandung.
- [8]. Wangi, A. M. C., 2010, *Analisis Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Pengakuisisi Sebelum Dan Sesudah Merger Dan Akuisisi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009*. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- [9]. Rahmadhona, R., 2010, *Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional, Jumlah Dewan Direksi, Besaran Bonus, Leverage, dan Kebijakan Pembayaran Dividen Terhadap Praktek Manajemen Laba (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*, Skripsi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang.
- [10]. Putri, D. M., 2011, *Pengaruh Karakteristik Komite Audit Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2007-2009)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- [11]. Rahmayanti, E., 2012, *Analisis Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Earning Management dan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Jurnal, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.
- [12]. Tiearya, I. R., 2012, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Sebagai Respon Atas Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Badan 2008 di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2009)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.