

JURNAL

Pendidikan Akuntansi Indonesia

FORUM KAJIAN ISU TERKINI DI BIDANG PENDIDIKAN DAN ILMU AKUNTANSI

VOL. VIII. NO. 1 TAHUN 2010

ISSN 0853 – 9472

► Pengaruh Kepuasan Guru Terhadap
Komitmen Kerja Guru Akuntansi SMA Se
Kabupaten Kulonprogo DIY
Sukanti, M. Djazari

► Pengaruh Prestasi Belajar dan Praktik
Pengalaman Lapangan (PPL) terhadap
Kesiapan Menjadi Guru
Siswanto

► Rancangan Kurikulum Berwawasan
Kemanusiaan
Sumarsih

► Model Pembelajaran Collaborative dan
Cooperative Learning
Ani Widayati

► Peningkatan Kualitas
Sumber Daya Manusia Melalui Pengembangan
Model Pembelajaran Kewirausahaan
Dhyah Setyorini

► Earning Management dalam Hubungan
Keagenan
Amanita Novi Yushita

► Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis
Optimalisasi Pengelolaan Hasil Usaha Tani
sebagai Usaha Penanggulangan Kemiskinan
Penduduk Desa di Wilayah Kab. Gunung Kidul
Aliyah Rasyid, B. Ismani, Ngadirin Setiawan

► Peran Guru Bidang Studi Sebagai
Pengembang Kurikulum Tingkat Satuan
Pendidikan (KTSP)
Sukanti, Sumarsih

► Pengukuran Kinerja Organisasi Sektor Publik
Dengan Balanced Scorecard pada Rumah Sakit
Umum Daerah (RSUD) Saras Husada Purworejo
Titi Anantasari, Dhyah Setyorini

► Pengaruh Kecerdasan Emosional dan
Lingkungan Belajar Terhadap Minat Mahasiswa
Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan Profesi
Akuntansi (PPA)
Nina Setiyarini, Aliyah Rasyid, B

Diterbitkan Oleh :

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Email: jurnal_jpai@yahoo.co.id

JURNAL

Pendidikan Akuntansi Indonesia

FORUM KAJIAN ISU TERKINI DI BIDANG PENDIDIKAN DAN ILMU AKUNTANSI

VOL. VIII. NO. 1 TAHUN 2010

ISSN 0853 – 9472

► Pengaruh Kepuasan Guru Terhadap
Komitmen Kerja Guru Akuntansi SMA Se
Kabupaten Kulonprogo DIY
Sukanti, M. Djazari

► Pengaruh Prestasi Belajar dan Praktik
Pengalaman Lapangan (PPL)
terhadap Kesiapan Menjadi Guru
Siswanto

► Rancangan Kurikulum Berwawasan
Kemanusiaan
Sumarsih

► Model Pembelajaran *Collaborative dan
Cooperative Learning*
Ani Widayati

► Peningkatan Kualitas
Sumber Daya Manusia Melalui
Pengembangan Model Pembelajaran
Kewirausahaan
Dhyah Setyorini

► *Earning Management* dalam Hubungan
Keagenan
Amanita Novi Yushita

► Strategi Pemberdayaan Masyarakat
Berbasis Optimalisasi Pengelolaan Hasil
Usaha Tani sebagai Usaha Penanggulangan
Kemiskinan Penduduk Desa di Wilayah
Kab. Gunung Kidul Aliyah Rasyid, B.
Ismani, Ngadirin Setiawan

► Peran Guru Bidang Studi Sebagai
Pengembang Kurikulum Tingkat Satuan
Pendidikan (KTSP)
Sukanti, Sumarsih

► Pengukuran Kinerja Organisasi Sektor
Publik Dengan *Balanced Scorecard* pada
Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Saras
Husada Purworejo
Titi Anantasari, Dhyah Setyorini

► Pengaruh Kecerdasan Emosional dan
Lingkungan Belajar Terhadap Minat
Mahasiswa Akuntansi untuk Mengikuti
Pendidikan Profesi Akuntansi (PPA)
Nina Setiyarini, Aliyah Rasyid, B

Diterbitkan oleh:

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Email: jurnal_jpai@yahoo.co.id

EARNINGS MANAGEMENT DALAM HUBUNGAN KEAGENAN

Oleh:
Amanita Novi Yushita*)

Abstrak

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut. Hubungan antara *principal* dan *agent* dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena *agent* berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan *principal*. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, *agent* dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba.

Manajemen laba (*earnings management*) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi tanggung jawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Manajemen laba sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Salah satu motivasi manajemen laba adalah mengelabui kinerja ekonomi yang sebenarnya. Hal itu dapat terjadi karena terdapat ketidaksimetrian informasi antara manajemen dan pemegang saham perusahaan.

Kata kunci: *earnings management*, teori keagenan, asimetri informasi

PENDAHULUAN

Laporan Keuangan merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menghubungkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Laporan keuangan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi kepada para investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keputusan ekonomi yang mereka lakukan. Pentingnya laporan keuangan juga diungkapkan bahwa laporan keuangan merupakan sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik. Salah satu parameter penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen adalah laba. Jika pada suatu kondisi dimana pihak manajemen ternyata tidak berhasil mencapai target laba yang ditentukan, maka manajemen akan memanfaatkan fleksibilitas yang diperbolehkan oleh standar akuntansi dalam menyusun laporan keuangan untuk memodifikasi laba yang dilaporkan.

*) Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi FISE – UNY

Manajemen termotivasi untuk memperlihatkan kinerja yang baik dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan sehingga manajemen cenderung memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memberikan informasi laba yang lebih baik.

Menurut Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 1, informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir *earnings power* perusahaan di masa yang akan datang. Adanya kecenderungan lebih memperhatikan laba ini disadari oleh manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan informasi laba tersebut, sehingga mendorong timbulnya perilaku menyimpang, yang salah satu bentuknya adalah *earnings management*.

Manajer mempunyai kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham dan debtholders, namun disisi lain manajer juga mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri. Penyatuan kepentingan pihak-pihak ini seringkali menimbulkan masalah-masalah yang disebut dengan masalah keagenan (*agency conflict*). Manajemen laba merupakan salah satu masalah keagenan yang terjadi karena adanya pemisahan antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan.

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Akan tetapi informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi (*information asymmetric*). Asimetri informasi terjadi karena manajer lebih superior dalam menguasai informasi dibanding pihak lain (pemilik atau pemegang saham).

Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunistik, yaitu memperoleh keuntungan pribadi. Dalam hal pelaporan keuangan, manajer dapat melakukan manajemen laba (*earnings management*) untuk menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi tambahan dalam laporan keuangan, namun peningkatan pengungkapan laporan keuangan akan mengurangi asimetri informasi sehingga peluang manajemen untuk melakukan manajemen laba semakin kecil. Perusahaan yang melakukan manajemen laba akan mengungkapkan lebih sedikit informasi dalam laporan keuangan agar tindakannya tidak mudah dideteksi.

Manajemen laba adalah pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer untuk mencapai tujuan khusus. Terdapat dua cara yang saling melengkapi dalam berfikir tentang manajemen laba. Pertama, perilaku oportunistik manajemen untuk memaksimalkan utilitasnya dalam kompensasi, kontrak, dan kos politik. Kedua, perspektif kontrak efisien ketika manajemen laba dilakukan untuk menguntungkan semua yang terlibat dalam kontrak. *Earnings management* sebagai intervensi dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan memperoleh beberapa kebutuhan pribadi. *Earnings management* terjadi ketika manajemen menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi-transaksi yang mengubah laporan keuangan hal ini bertujuan untuk menyesatkan para *stakeholder* tentang kondisi kinerja ekonomi perusahaan, serta untuk mempengaruhi penghasilan kontraktual yang mengendalikan angka akuntansi yang dilaporkan.

Ada tiga sasaran yang dapat dicapai oleh manajer dalam melakukan manajemen laba meliputi: minimalisasi biaya politik (*political cost minimization*), maksimalisasi kesejahteraan manajer (*manager wealth maximization*), dan minimalisasi kas pendanaan (*minimization of financing cost*). Berbagai bentuk manajemen laba seperti *taking a bath*, perataan laba (*income smoothing*), maksimalisasi atau minimalisasi pendapatan dapat dilakukan oleh pihak

manajemen dengan memanfaatkan peluang yang ada dalam standar akuntansi seperti penerapan kebijakan akuntansi atau pemilihan metode akuntansi yang digunakan. Adanya kemungkinan manipulasi ini karena adanya fleksibilitas yang diberikan oleh GAAP dan karena sulit untuk menekankan pelaporan keuangan yang fleksibel.

PEMBAHASAN

Earnings Management (Manajemen Laba)

Manajemen laba adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi tanggung jawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Dengan demikian, manajemen laba dapat diartikan sebagai suatu tindakan manajemen laba yang mempengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan manfaat ekonomi yang keliru kepada perusahaan, sehingga dalam jangka panjang hal tersebut akan sangat mengganggu bahkan membahayakan perusahaan.

Definisi *earnings management* menjadi dua, yaitu:

1. Definisi sempit. *Earnings management* dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. *Earnings management* dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajemen untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya earnings.
2. Definisi luas. *Earnings management* merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.

Manajemen laba sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Tujuan yang akan dicapai oleh manajemen melalui manajemen laba meliputi: mendapat bonus dan kompensasi lainnya, mempengaruhi keputusan pelaku dasar modal, menghindari pelanggaran perjanjian hutang dan menghindari biaya politik. Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan *judgment* dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan, sehingga menyesatkan *stakeholder* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil yang berhubungan dengan kontrak yang tergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan. Manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan khusus.

Manajemen laba terjadi ketika para eksekutif mengatur pelaporan keuangan dengan menstruktur transaksi sehingga mengubah laporan keuangan. Tujuannya adalah memanipulasi besaran (*magnitude*) laba yang dilaporkan atau kinerja ekonomi yang mendasari perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil perjanjian yang bergantung pada angka-angka akuntansi dilaporkan (Healy, 1998). Sugiri (2005) memandang bahwa salah satu motivasi manajemen laba adalah mengelabui kinerja ekonomi yang sebenarnya. Hal itu dapat terjadi karena terdapat ketidaksimetrian informasi antara manajemen dan pemegang saham perusahaan. Motivasi manajemen laba lainnya adalah mempengaruhi penghasilan yang bergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan dengan asumsi bahwa manajemen memiliki kepentingan pribadi (*self-interest*) dan kompensasinya didasarkan pada laba akuntansi. Adanya hubungan antara manajemen dengan pemilihan metode akuntansi menyebabkan manajemen laba dapat diartikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen akrual diskresioner dalam menentukan besarnya laba laporan (*earnings*).

Para akuntan perlu memahami fenomena manajemen laba agar dapat lebih memahami kemanfaatan laba bersih, baik untuk penyampaian informasi kepada investor maupun untuk keperluan pengontrakan (*contracting*). Manajemen laba dapat terjadi karena prinsip-prinsip akuntansi berterima umum tidak sepenuhnya membatasi pilihan kebijakan dan prosedur

akuntansi yang tersedia bagi manajer. Manajemen laba dapat mempengaruhi kredibilitas dan reliabilitas laporan keuangan dan dapat menyebabkan biasanya keputusan investasi yang diambil oleh para investor dan kreditor. Terdapat beberapa pola manajemen laba (Scott, 2000), yaitu sebagai berikut.

1. Kepala basah (*taking a bath*). CEO pengganti cenderung mengambil kebijakan untuk membiayai kos yang sebelumnya ditangguhkan, memperkecil risiko piutang tidak tertagih dengan memperbesar cadangan, meninjau kembali akuntansi sediaan dengan melakukan cek fisik ketat juga kebijakan akuntansi aktiva tetapnya.
2. Metode menurunkan pendapatan (*income decreasing method*). Biasanya cara ini dilakukan pada kondisi laba perusahaan yang tinggi sehingga memiliki probabilitas biaya politik yang tinggi.
3. Metode menaikkan pendapatan (*income increasing method*). Cara ini dilakukan oleh manajer untuk memperbesar bonus dan dilakukan sepanjang tidak melebihi batas program bonus yang disepakati. Cara ini juga dilakukan jika laba berada pada batas pelanggaran perikatan utang (*debt covenant*).
4. Perataan laba (*income smoothing*). Perataan laba merupakan salah satu bentuk manajemen laba yang dilakukan dengan cara membuat laba akuntansi relatif konsisten (rata atau *smooth*) dari periode ke periode. Penelitian Healy (1985) menunjukkan bahwa manajer memiliki insentif untuk meratakan laba agar tetap berada di antara batas bawah (*bogy*) dan batas atas (*cup*) skema bonus. Manajer yang tidak suka risiko (*risk averse*) lebih menyukai laba yang tidak berfluktuasi.

Ada tiga faktor yang bisa dikaitkan dengan munculnya praktek manajemen laba yaitu:

1. Manajemen Akrual (*accruals management*). Faktor ini biasanya berkaitan dengan segala aktivitas yang dapat mempengaruhi aliran kas dan juga keuntungan yang secara pribadi merupakan wewenang dari para manajer (*managers discretion*).
2. Penerapan Suatu Kebijakan Akuntansi yang Wajib. Faktor ini berkaitan dengan keputusan manajer untuk menerapkan suatu kebijaksanaan akuntansi yang wajib diterapkan oleh perusahaan yaitu antara menerapkannya lebih awal dari waktu yang ditetapkan atau menundanya sampai saat berlakunya kebijaksanaan tersebut.
3. Perubahan Aktiva Secara Sukarela. Faktor ini biasanya berkaitan dengan upaya manajer untuk mengganti atau merubah suatu metode akuntansi tertentu diantara sekian banyak metode yang dapat dipilih yang tersedia dan diakui oleh badan akuntansi yang ada (Generally Accepted Accounting Principles).

Motivasi Manajemen Laba

Faktor-faktor yang memotivasi pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut:

1. Alasan Bonus (*bonus scheme*). Adanya asimetri informasi mengenai keuangan perusahaan menyebabkan pihak manajemen dapat mengatur laba bersih untuk memaksimalkan bonus mereka.
2. Kontrak Hutang Jangka Panjang. Semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggan hutang, manajemen akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat ‘memindahkan’ laba periode mendatang ke periode berjalan, yang bertujuan untuk mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami *technical default* (kegagalan dalam pelunasan hutang).
3. Motivasi Politis (*political motivation*). Perusahaan besar yang menguasai hajat hidup orang banyak akan cenderung menurunkan labanya untuk mengurangi visibilitasnya, misalnya dengan menggunakan praktik atau prosedur akuntansi, khususnya selama periode kemakmuran tinggi.
4. Motivasi Pajak (*taxation motivation*). Salah satu insentif yang dapat memicu manajer untuk melakukan rekayasa laba adalah keinginan untuk meminimalkan pajak atau total

pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Hal ini karena laba sering dijadikan landasan untuk mengambil keputusan, menyusun kontrak maupun penilaian kinerja suatu manajer.

5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*). Banyak motivasi yang timbul disekitar waktu penggantian CEO. Contohnya, CEO yang mendekati masa pensiun (tugas akhirnya) akan melakukan strategi memaksimalkan laba untuk meningkatkan bonusnya.
6. IPO (*Initial Public Offering*). Perusahaan yang baru pertama kali menawarkan sahamnya dipasar modal belum memiliki harga pasar, sehingga terdapat masalah bagaimana menetapkan nilai saham yang ditawarkan. Oleh karena itu, informasi seperti laba bersih dapat digunakan sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai perusahaan, sehingga manajemen perusahaan yang akan *go public* cenderung melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga lebih tinggi atas sahamnya.

Teori Keagenan

Menurut Jensen dan Meckling (1976) ada dua macam bentuk hubungan keagenan, yaitu antara manajer dan pemegang saham (*shareholders*), dan antara manajer dan pemberi pinjaman (*bondholders*). Sedangkan *positif accounting theory* secara implisit mengakui tiga bentuk hubungan keagenan, yaitu antara pemilik dengan manajemen (*bonus plan hypothesis*), kreditur dengan manajemen (*debt/equity hypothesis*), dan pemerintah dengan manajemen (*political cost hypothesis*).

Teori keagenan dapat dipandang sebagai model kontraktual antara dua atau lebih orang (pihak), dimana salah satu pihak disebut *agent* dan pihak yang lain disebut *principal*. *Principal* mendelegasikan pertanggungjawaban atas *decision making* kepada *agent*, hal ini dapat pula dikatakan bahwa *principal* memberikan suatu amanah kepada *agent* untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Wewenang dan tanggungjawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Scott (2000) menyatakan bahwa perusahaan mempunyai banyak kontrak, misalnya kontrak kerja antara perusahaan dengan para manajernya dan kontrak pinjaman antara perusahaan dengan krediturnya, dimana antara *agent* dan *principal* ingin memaksimalkan *utility* masing-masing dengan informasi yang dimiliki. Kedua jenis kontrak ini sering kali dibuat berdasarkan angka laba bersih, oleh karena itu kontrak tersebut mempunyai implikasi terhadap akuntansi.

Manajemen, sebagai pihak yang diberi amanah untuk menjalankan dana dari pemilik atau *principal*, harus mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan kepadanya. Di lain pihak, *principal* sebagai pemberi amanah akan memberikan insentif pada manajemen berupa berbagai macam fasilitas baik finansial maupun nonfinansial. Permasalahan timbul ketika kedua belah pihak mempunyai persepsi dan sikap yang berbeda dalam hal pemberian informasi yang akan digunakan oleh *principal* untuk memberikan insentif pada agen. Hal lain yang membuat permasalahan adalah persepsi kedua belah pihak dalam menanggung risiko. Agen, yang mempunyai informasi tentang operasi dan kinerja perusahaan secara riil dan menyeluruh, tidak akan memberikan seluruh informasi atas kepemilikannya, tetapi akses pada informasi internal perusahaan terbatas akan meminta manajemen memberikan informasi selengkapnyanya. Keinginan *principal* tersebut pada umumnya sangat sulit dipenuhi. Hal ini disebabkan adanya beberapa faktor seperti biaya penyajian informasi, keinginan manajemen menghindari risiko untuk terlihat kelemahannya, waktu yang digunakan untuk menyajikan informasi, dan sebagainya.

Tetapi di satu sisi, *agent* memiliki informasi yang lebih banyak (*full information*) dibanding dengan *principal* di sisi lain, sehingga menimbulkan adanya *asimetry information*. Informasi yang lebih banyak dimiliki oleh manajer dapat memicu untuk melakukan tindakan-

tindakan sesuai dengan keinginan dan kepentingan untuk memaksimalkan *utility*nya. Sedangkan bagi pemilik modal dalam hal ini investor, akan sulit untuk mengontrol secara efektif tindakan yang dilakukan oleh manajemen karena hanya memiliki sedikit informasi yang ada. Oleh karena itu, terkadang kebijakan-kebijakan tertentu yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tanpa sepengetahuan pihak pemilik modal atau investor.

Masalah keagenan (*agency problem*) sebenarnya muncul ketika *principal* kesulitan untuk memastikan bahwa agen bertindak untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Menurut teori keagenan, salah satu mekanisme yang secara luas digunakan dan diharapkan dapat menyelaraskan tujuan *principal* dan agen adalah melalui mekanisme pelaporan keuangan. Namun, karena dalam akuntansi laba (biaya) yang sudah menjadi hak (kewajiban) dalam periode sekarang, belum diterima (dibayarkan) secara tunai, maka angka-angka dalam laporan keuangan mengandung komponen akrual. Komponen ini berada di bawah kebijakan manajemen (*discretionary*) maupun tidak (*non discretionary*) (Sugiri, 1998). Oleh karena adanya kecenderungan manajer untuk mencari keuntungan sendiri (*moral hazard*) dan tingkat asimetri informasi yang tinggi, ditambah motif-motif tertentu, kemungkinan manajemen memanfaatkan pos-pos akrual guna menyajikan laba yang sesuai dengan kepentingannya, yang mungkin tidak sesuai dengan kepentingan *principal*, seperti pemilik, pemegang saham, atau pemberi pinjaman akan lebih besar.

Hubungan Agen Prinsipal

Perusahaan merupakan organisasi yang terdiri dari banyak pihak. Pihak-pihak ini terhimpun dari suatu organisasi yang berusaha untuk mengkolaborasikan semua sumber daya yang ada untuk tujuan yang telah ditetapkan. Pencapaian tujuan ini merupakan hal yang krusial bagi perusahaan, karena proses pencapaiannya harus dilakukan secara efektif dan efisien. Strategi perusahaan untuk mencapai tujuannya harus tepat, mengingat bisa jadi proses pencapaiannya melibatkan banyak pihak dalam organisasi.

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa teori keagenan mendeskripsikan pemegang saham sebagai *principal* dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Untuk itu manajemen diberikan sebagian kekuasaan untuk membuat keputusan bagi kepentingan terbaik pemegang saham. Oleh karena itu, manajemen wajib mempertanggungjawabkan semua upayanya kepada pemegang saham. Menurut Watts dan Zimmerman (1986) dalam Susanta (2006:10), hubungan *principal* dan *agent* sering ditentukan dengan angka akuntansi. Hal ini memicu *agent* untuk memikirkan bagaimana akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya.

Perspektif hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami eksisnya fenomena manajemen laba. Timbulnya manajemen laba dapat dijelaskan dengan teori agensi. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki.

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Akan tetapi informasi yang disampaikan kadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetris informasi (*information asymmetric*). Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer melakukan manajemen laba (*earnings management*).

Karena unit analisis dalam teori keagenan adalah kontrak yang melandasi hubungan antara prinsipal dan agen, maka fokus dari teori ini adalah pada penentuan kontrak yang paling efisien yang mendasari hubungan antara prinsipal dan agen. Untuk memotivasi agen maka prinsipal merancang suatu kontrak agar dapat mengakomodasi kepentingan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak keagenan. Kontrak yang efisien adalah kontrak yang memenuhi dua faktor, yaitu (1) agen dan *principal* memiliki informasi yang simetris artinya baik agen maupun majikan memiliki kualitas dan jumlah informasi yang sama sehingga tidak terdapat informasi tersembunyi yang dapat digunakan untuk keuntungan dirinya sendiri, (2) risiko yang dipikul agen berkaitan dengan imbal jasanya adalah kecil yang berarti agen mempunyai kepastian yang tinggi mengenai imbalan yang diterimanya.

Asimetri Informasi

Schift dan Lewin (1970) dalam Hartono dan Riyanto (1997), menyatakan bahwa *agent* berada posisi yang mempunyai lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan dibandingkan dengan *principal*. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Sehingga dalam kondisi semacam ini *principal* seringkali pada posisi yang tidak diuntungkan.

Jensen dan Meckling (1976) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Prinsipal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitor yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

Hubungan antara agen dengan *principal* biasanya dalam situasi asimetri. Dalam penyajian informasi akuntansi, khususnya penyusunan laporan keuangan, *agent* juga memiliki informasi yang asimetri sehingga dapat lebih fleksibel mempengaruhi pelaporan keuangan untuk memaksimalkan kepentingannya. Hal ini dapat terjadi disebabkan karena adanya pihak yang mempunyai informasi yang lebih (agen) dibandingkan dengan pihak lain (*principal*).

Agen lebih banyak mempunyai informasi karena berhubungan secara langsung dengan perusahaan. Dengan asumsi bahwa masing-masing individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya, maka dengan adanya informasi asimetri akan mendorong agen untuk menyembunyikan informasi yang tidak dimiliki *principal*. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Namun karena adanya kondisi yang asimetri, maka *agent* dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba (*earnings management*).

Merujuk *agency theory*, laporan keuangan disiapkan oleh manajemen sebagai pertanggungjawaban mereka kepada *principal*. Karena manajemen terlibat secara langsung dalam kegiatan usaha perusahaan, maka manajemen memiliki asimetri informasi dengan melaporkan segala sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya. "*Creative accounting*" sangat mungkin dilakukan oleh manajemen karena manajemen dengan asimetri informasi yang dimilikinya akan leluasa untuk memilih alternatif metode akuntansi. Manajemen akan memilih metode akuntansi tertentu jika terdapat insentif dan motivasi untuk melakukannya. Cara yang paling sering digunakan adalah dengan *earnings management*, karena laba seringkali menjadi fokus perhatian para pihak eksternal yang berkepentingan.

Ada dua tipe asimetri informasi : *adverse selection* dan *moral hazard*.

1. *Adverse selection*

Adverse selection adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan/akan melangsungkan suatu transaksi usaha, atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain. *Adverse selection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (*insiders*) lainnya lebih mengetahui kondisi kini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar.

2. *Moral Hazard*

Moral hazard adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan pemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

PENUTUP

Teori keagenan menyediakan kerangka kerja formal untuk mempelajari hubungan keagenan, dan telah melihat paradigma penelitian kuat dalam menggambarkan dan menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Memang, teori keagenan dianggap adalah teori populer. Sebagai teori yang terutama digunakan untuk membenarkan studi pada pelaporan keuangan, teori keagenan tampak mengesankan dan meyakinkan dalam hal kemampuannya dalam menjelaskan perilaku individu dalam konflik dan metafora kontrak.

Asimetri informasi terjadi karena manajer lebih superior dalam menguasai informasi dibanding pihak lain (pemilik atau pemegang saham). Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Sehingga dengan adanya asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba (*earnings management*) dalam rangka memaksimalkan utilitasnya.

Earnings management yaitu sebagai pengungkapan manajemen dalam maksud tertentu mengintervensi proses pelaporan eksternal, dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan *private* yang tercapai. *Earnings management* senantiasa dikaitkan dengan upaya untuk manage pendapatan dan keuntungan untuk kepentingan-kepentingan tertentu yang dilandasi oleh faktor-faktor ekonomi tertentu.

Manajemen laba dapat terjadi karena prinsip-prinsip akuntansi berterima umum tidak sepenuhnya membatasi pilihan kebijakan dan prosedur akuntansi yang tersedia bagi manajer. Manajemen laba dapat mempengaruhi kredibilitas dan reliabilitas laporan keuangan dan dapat menyebabkan biasanya keputusan investasi yang diambil oleh para investor dan kreditor.

REFERENSI

- Anis Cariri. (2008). "Questioning The Popularity of Agency Theory In Accounting Research". Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. XIV, No. 1:1-14.
- Belkaoui, A. R. 2000. *Teori Akuntansi*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, Jogiyanto dan Riyanto LS. Bambang. (1997). "The Effect of Asimetrical Information and Risk Attitude on Incentive Schemes: A Contingency Approach". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 12, 1: 1-12.
- Healy, P. M. dan J. M. Wahlen. (1998). "A Review of The Earnings Management Literature and Its Implication for Standard Setting," Working Paper.

- I Gede Adi Susanta. (2006). "Manajemen Laba Menjelang IPO dan Pengaruhnya terhadap *Return Saham* pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Denpasar*.
- Jensen, M. C. and W. H. Meckling. (1976). "The Theory of The Firm : Manajerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure," *Journal of Financial and Economics*, 3 : 305-360.
- Scott, R. William. (2000). *Financial Accounting Theory*, 2nd Edition, Prentice Hall Canada Inc, Ontario.
- Rahmawati. (2010). "Manajemen Laba: Motivasi, Batasan, Peluang dan Strategi". Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Slamet Sugiri. (2005). "Kejujuran Manajemen sebagai Dasar Pelaporan Laba Berkualitas". Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.