

MANAJEMEN LABA

Dian Kusumaningtyas, M.M
Erna Puspita, M.Ak



MANAJEMEN LABA

DIAN KUSUMANINGTYAS, S.E., M.M
ERNA PUSPITA, M.AK



**Diterbitkan oleh : Penerbit Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. KH. Ahmad Dahlan no. 76 Kediri**

MANAJEMEN LABA

ISBN : 978-602-51598-5-5

Ukuran Buku/ Book Size : 18,2 cm x 25,7 cm

Jumlah Halaman/ Number of Pages : iv + 96 halaman

Naskah /Manuscript :

Dian Kusumaningtyas, S.E.,M.M.

Erna Puspita, M.Ak.

Editor:

Diah Ayu Septi Fauji

Gambar Cover oleh/ Cover Designed by :

Alvin Deva Prasetya

Ilustrasi Cover/ Cover Illustration :

Koin

Diterbitkan Oleh/ Published by :

Penerbit Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jl. KH.Ahmad Dahlan no.76 Kediri

Dicetak oleh/Printed by :

Penerbit Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Dilarang mengumumkan, mendistribusikan, mengomunikasikan, dan/ atau menggandakan sebagian atau seluruh isi buku ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan buku ajar ini dengan baik. Buku ini disusun berlandaskan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, sehingga buku ini berisikan tentang manajemen laba . Diharapkan buku ini dmampu digunakan dalam pembelajaran oleh mahasiswa, karena materi diambilkan dari beberapa literature buku maupun kasus yang ada di perusahaan secara riil. Penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dalam buku ini, sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun kami harapkan demi kesempurnaan dan lebih baik.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR PUSTAKA	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II	10
BAB III	18
BAB IV	21
BAB V FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA	25
BAB VI MASA KEBURUKAN MANAJEMEN LABA	36
BAB VII PERILAKU ETIS MANAJEMEN LABA	41
BAB VIII STUDI KASUS MANAJEMEN LABA	42
DAFTAR PUSTAKA	91

Kediri, Oktober 2018

Penyusun

BAB I

RUANG LINGKUP MANAJEMEN LABA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I RUANG LINGKUP MANAJEMEN LABA	1
BAB II TEKNIK MANAJEMEN LABA	10
BAB III PELUANG MANAJEMEN LABA	18
BAB IV PRO KONTRA MANAJEMEN LABA	21
BAB V FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA	25
BAB VI MASA KEBURUKAN MANAJEMEN LABA	36
BAB VII PERILAKU ETIS MANAJEMEN LABA	40
BAB VIII STUDI KASUS MANAJEMEN LABA	42
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR GAMBAR

	Tabel 1.1 Pemisahan Metode Tertinggi Terendah	9
	Tabel 1.2 Pemisahan Metode Kuadrat Terkecil	12
ii	121
iii	121
iv	121
v	121
vi	121
vii	121
viii	121
ix	121
x	121
xi	121
xii	121
xiii	121
xiv	121
xv	121
xvi	121
xvii	121
xviii	121
xix	121
xx	121
xxi	121
xxii	121
xxiii	121
xxiv	121
xxv	121
xxvi	121
xxvii	121
xxviii	121
xxix	121
xxx	121
xxxi	121
xxxii	121
xxxiii	121
xxxiv	121
xxxv	121
xxxvi	121
xxxvii	121
xxxviii	121
xxxix	121
xl	121

BAB I

RUANG LINGKUP MANAJEMEN LABA

A. Pengertian Manajemen Laba

Schipper (1989), manajemen laba merupakan suatu kegiatan intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal, untuk memperoleh beberapa keuntungan. Sementara, Asih dan Gudono (2000) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan GAAP (*General Adopted Accounting Principle*) untuk mengarahkan tingkatan laba yang dilaporkan. Jadi jika disimpulkan manajemen laba ini adalah tindakan sengaja atau manipulasi keuntungan pada laporan keuangan agar mendapatkan keuntungan yang lebih.

Manajemen laba merupakan area yang kontroversial dan penting dalam akuntansi keuangan. Manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Manajemen laba tidak selalu dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan **pemilihan metode akuntansi** yang secara sengaja dipilih oleh manajemen untuk tujuan tertentu dalam batasan GAAP. Pihak-pihak yang kontra terhadap manajemen laba, menganggap bahwa manajemen laba merupakan pengurangan dalam keandalan informasi yang cukup akurat mengenai laba untuk mengevaluasi return dan resiko portofolionya (Ashari dkk, 1994 dalam Assih, 2004).

B. Tujuan Manajemen Laba

Ada beberapa cara yang digunakan perusahaan untuk mempermainkan besar dan kecilnya laba menurut Davin dalam Sulistyanto (2008) yaitu dengan

1. Mencatat pendapatan terlalu cepat
2. Mengakui dan mencatat pendapatan palsu

3. Mengakui pendapatan lebih cepat dalam satu periode
4. Mengakui biaya periode berjalan menjadi biaya periode sebelum dan sesudahnya
5. Tidak mengungkapkan semua kewajibannya
6. Mengakui pendapatan periode berjalan menjadi pendapatan periode sebelumnya
7. Mengakui pendapatan masa depan menjadi pendapatan periode berjalan.

C. Motivasi Manajemen Laba

Motivasi manajemen melakukan tindakan pengaturan laba dalam Scoot (2003) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Rencana Bonus (*bonus scheme*)

Manajer perusahaan yang ingin mendapatkan bonus akan menghindari metode akuntansi yang melaporkan net income rendah. Manajer menggunakan laba akuntansi untuk menentukan besarnya bonus, cenderung akan memilih kebijakan akuntansi yang dapat memaksimalkan laba. Dalam rencana bonus, ada istilah *bogey* dan *cap*.

Pengertian *bogey* adalah tingkat laba minimum untuk memperoleh bonus. Sedangkan **pengertian *cap*** adalah tingkat laba maksimum untuk mendapatkan bonus.

Jika laba di posisi atas *cap*, ada tidaknya bonus tergantung pada kontrak yang dilakukan antara pihak manajer dan pemegang saham. Manajemen laba bisa dilakukan dengan cara menggeser laba ke periode berikutnya.

Jika laba berada di bawah *bogey* maka manajer akan mengurangi laba bersih. Dengan demikian kemungkinan untuk mendapat bonus di periode berikutnya akan meningkatkan.

2. **Kontrak utang jangka panjang (*Debt Covenant*)**

Pengertian hutang jangka panjang adalah perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, misalnya dividen, pinjaman tambahan atau memberikan modal kerja dan kekayaan pemilik berada dibawah tingkat yang telah ditentukan.

3. **Motivasi Politis (*political motivation*)**

Aspek politis pada perusahaan bisa saja terjadi, misalnya perusahaan yang berkecimpung di bidang penyediaan fasilitas bagi kepentingan publik, seperti telekomunikasi, air, listrik dan infrastruktur, secara politis akan mendapat perhatian dari masyarakat dan pemerintah.

Perusahaan di bidang ini cenderung akan menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, supaya mendapat kemudahan dan fasilitas dari pemerintah seperti subsidi.

4. **Motivasi Perpajakan (*taxation motivation*)**

Motivasi perpajakan adalah motivasi yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Dengan jumlah laba yang sedikit, maka akan meminimalkan besarnya pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Misalnya dengan merubah metode pencatatan persediaan menjadi LIFO supaya laba bersih yang dihasilkan rendah.

5. **Pergantian Direksi**

Bagi direksi yang mendekati masa akhir penugasan/pensiun akan berusaha memaksimalkan laba untuk meningkatkan bonus. Sebaliknya, direksi yang kurang berhasil memperbaiki kinerja

perusahaan akan memaksimalkan laba untuk membatalkan atau mencegah pemecatannya.

6. **Penawaran Perdana (*initial public offering*)**

Ketika suatu perusahaan dinyatakan *go public*, informasi keuangan yang ada di dalam perusahaan merupakan sumber informasi penting. Informasi ini dapat digunakan untuk menilai perusahaan oleh calon investor. Untuk mempengaruhi calon investor, manajer akan berusaha menaikkan laba yang dilaporkan.

D. Pola Dalam Manajemen Laba

Terdapat 4 pola manajemen laba yang sering digunakan oleh manajer, empat pola tersebut antara lain sebagai berikut:

1. *Income Smoothing*

Income smoothing merupakan salah satu pola manajemen laba yang sering digunakan oleh manajer. Cara yang dilakukan adalah dengan meratakan laba yang dilaporkan. Tujuannya adalah agar laba yang diperoleh stabil, sehingga investor akan menyukai kinerja perusahaan.

2. *Income Maximization*

Income Maximization kegiatan ini dilakukan pada saat laba sedang turun. Bertujuan untuk melindungi perusahaan saat berurusan dengan kegiatan utang.

3. *Income Minimization*

Pola *income minimization* ini dapat digunakan untuk tujuan menghapus biaya-biaya yang tidak terlalu diperhatikan oleh pembaca pada laporan keuangan seperti biaya iklan, biaya R&D; atau menghapus aktiva tidak berwujud dan barang modal.

4. *Taking A Bath*

Taking a bath dilakukan dengan cara membebankan biaya yang akan datang dan menghapus beberapa aktiva. Selain itu, manajer dapat

juga melakukan *clear the desk*, sehingga laba yang dilaporkan dapat meningkat.

Bentuk manajemen laba jika berdasarkan Scoot maka menjadi 5 pola antara lain

1. ***Taking a bath***

Disebut juga dengan *big baths*, teknik ini bisa terjadi saat tekanan reorganisasi, misalnya penggantian direksi. Jika teknik ini dilakukan, maka seluruh biaya yang ada pada periode yang akan datang, diakui pada periode berjalan. Akibatnya, laba pada periode di masa yang akan datang menjadi tinggi, meskipun kondisi tidak menguntungkan.

2. **Income minimization**

Teknik ini adalah dengan meminimumkan laba, alasannya karena motif politik atau motif meminimumkan pajak. Cara ini digunakan pada saat perusahaan memperoleh profitabilitas tinggi, dengan tujuan supaya tidak mendapat perhatian secara politis.

Bisa dilakukan dengan cara penghapusan (*write off*) atas barang modal dan aktiva tak berwujud, riset, pembebanan pengeluaran iklan dan pengembangan yang cepat.

3. ***Income maximization***

Teknik ini adalah dengan cara memaksimalkan laba, tujuannya adalah untuk memperoleh bonus yang lebih besar. Tindakan ini juga bisa dilakukan untuk menghindari pelanggaran atas kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*).

4. *Income smoothing*

Teknik ini adalah dengan cara melaporkan trend pertumbuhan laba yang stabil, daripada perubahan laba yang meningkat atau menurun secara drastis.

5. *Timing Revenue dan Expenses Recognition*

Teknik ini dilakukan dengan membuat kebijakan yang berkaitan dengan timing suatu transaksi, contohnya: pengakuan premature atas pendapatan.

BAB II

TEKNIK MANAJEMEN LABA

Teknik dalam manajemen laba yang secara umum digunakan oleh para manajer, dengan menggunakan konsep akuntansi akrual dan standar akuntansi yang telah disebarluaskan. Dalam suatu perusahaan para akuntan menggunakan nilai informasi dengan menambahkan asumsi dan estimasi untuk mengubah data aliran kas yang mentah menjadi akrual.

Dengan menggunakan konsep akuntansi akrual memungkinkan akuntan akan menggunakan penilaian profesionalismenya dalam membuat laporan keuangan yang akurat dalam suatu perusahaan. Atau kemungkinan lainnya adalah para manajer memanipulasi angka yang dilaporkan

Berikut teknik umum dalam manajemen laba dalam Stice & Skousen (2009) adalah sebagai berikut

A. Kontinum Manajemen Laba

Tidak semua skema dalam manajemen laba diciptakan setara, dalam kontinum manajemen laba terjadi berkisar dari penentuan waktu transaksi sampai dengan suatu kecurangan. Sebagian besar perusahaan dalam manajemen laba jika benar terjadi praktik manajemen laba maka tidak akan melebihi titik penentuan transaksi yang tepat disisi paling kiri dari kontinum. Namun terkadang mengingat penting dan terdapat dampak ekonomi dari kegagalan pelaporan seringkali digabungkan dengan perusahaan yang melakukan manajemen laba.

B eberapa strategi manajemen laba dengan menggunakan teknik kontinum antara lain sebagai berikut

1. Pengaitan secara strategis

Dengan menggunakan kesadaran akan manfaat yang didapat dari pencapaian target laba yang konsisiten atau pelaporan angka laba yang stabil, sebuah perusahaan mampu melakukan usaha-usaha tambahan untuk memastikan bahwa beberapa transaksi penting telah diselesaikan

dengan cepat atau ditunda sehingga dapat diakui pada kuartal yang paling menguntungkan.

2. Perubahan pada metode atau estimasi dengan pengungkapan penuh.

Banyak perusahaan sering mengganti estimasi akuntansinya yang berhubungan dengan piutang tak tertagih, retur, atau dana pesiun, umur ekonomis asset dan lain lain. Meskipun perubahan ini merupakan suatu bagian yang rutin dari penyesuaian estimasi akuntansi untuk menampilkan informasi terkini yang tersedia.

3. Perubahan dalam metode atau estimasi dengan pengungkapan yang minimal atau tanpa pengungkapan sama sekali

Dalam suatu perusahaan terkadang para pengguna laporan keuangan melakukan evaluasi atas laba yang dilaporkan dengan menggunakan asumsi yang tidak benar, yakni bahwa hasil operasi perusahaan yang dilaporkan dalam laporan keuangan benar-benar berasal dari metode dan estimasi akuntansi yang sama dan yang konsistensi dengan tahun sebelumnya, sehingga dapat dibandingkan dengan hasil tahun sebelumnya.

4. Akuntansi non- GAAP

Suatu alat manajemen laba yang secara sopan disebut akuntansi non GAAP, nama yang lebih deskriptif dalam banyak kasus adalah pelaporean yang curang, meskipun kesalahan ini terjadi secara tidak sengaja atau kurang kehati-hatian.

5. Transaksi fiktif

Yang dimaksud transaksi fiktif adalah suatu pengingkaran atas transaksi atau pembuatan transaksi fiktif.

Dari kelima hal diatas mencerminkan strategi manajemen laba pada perusahaan. Berbagai aktivitas dimulai dari suatu hal yang kecil dan sah serta menunjukkan sesuatu yang tidak lebih dari penentuan waktu pencatatan transaksi yang strategis untuk memuluskan hasil yang dilaporkan. Yaitu dalam kondisi yang jauh dibawah target, suatu perusahaan mungkin akan melakukan perubahan

Atas estimasi akuntansi untuk mencapai laba yang diharapkan tetapi akan mengungkapkan secara menyeluruh semua perubahan yang dilakukan guna menghindari penipuan atas para pengguna laporan keuangan.

Apabila hasil operasi jauh dibawah target yang diharapkan, ada kemungkinan manajemen yang nekat akan melanggar batas-batas, menuju pelaporan yang curang, dengan cara melakukan perubahan akuntansi yang tidak diungkapkan atau bahkan menyalahi GAAP sama sekali. Pada akhirnya ketika jarak antara hasil yang diinginkan dan hasil yang sesungguhnya begitu besar sehingga tidak dapat ditutup dengan berbagai asumsi akuntansi, seorang manajer yang masih bersikeras untuk mencapai angka target harus berbuat curang dengan menciptakan transaksi-transaksi atau pelanggan fiktif.

Hal yang harus diingat adalah kekuatan yang mendorong manajer dan akuntan untuk melakukan manajemen laba adalah sesuatu hal yang nyata dan bila seseorang tidak menyadari hal ini, sangat mudah untuk perlahan-lahan terjadi penyimpangan dalam perusahaan.

B. Sulap Akuntansi Terbaik Dari Levitt

Arthur levitt (1998) dalam ceramah di New York Univercity *center for law and bussines*, levit menjelaskan trik sulap akuntansi yang mengikhtisarkan peyalahgunaan yang paling berani atas fleksibilitas yang terkandung dalam akuntansi akrual.

1. Biaya mandi besar (*big bath chesarges*)

Konsep yang melatar belakang mandi besar adalah jika perusahaan bermimpi memperoleh kesuksesan dalam perolehan laba dimasa yang akan datang, maka akan lebih baik untuk mengakui semua piutang yang tak tertanggung dalam satu tahun, tanpa membebani periode-periode yang akan datang dengan kerugian yang terus menerus. Salah satu cara untuk menjalankan mandi besar adalah restrukturisasi biaya. Contoh asset dihapuskan dan biaya biaya yang berhubungan dengan kewajiban restrukturisasi jangka panjang diakui segera.

Sehingga FASB membatasi secara substansial fleksibilitas suatu perusahaan dalam mengakui biaya restrukturisasi dengan menggunakan

SFAS no 144 mengenai kerugian penurunan nilai (impairment) dan SFAS no. 146 mengenai penentuan waktu pengakuan kewajiban restrukturisasi.

2. Akuntansi akuisisi yang kreatif

Tugas penting akuntansi setelah suatu perusahaan melakukan akuisisi terhadap perusahaan lain adalah mengalokasi harga penjualan total tiap tiap asset perusahaan yang diakuisisi. Biasanya perusahaan mengalokasikan sejumlah besar harga pembelian ke riset dan pengembangan dari proyek yang sedang dilaksanakan. Kemudian biaya pembelian riset dan pengembangan dalam proses akan dibebankan langsung pada periode itu sesuai dengan perlakuan yang diharuskan oleh GAAP atas semua pengeluaran tentang riset dan pengembangan. Hasil bersihnya akan serupa dengan pelaksanaan restrukturisasi yaitu sejumlah besar riset dan pengembangan dicatat pada saat tahun akuisisi dan beban-beban yang dialokasikan ke periode-periode sesudahnya akan semakin kecil dibandingkan dengan yang seharusnya sehingga harga beli dialokasikan sebagai asset yang disusutkan.

3. Simpanan dalam toples kue (*cookies jar Reserves*)

Nasihat untuk berjaga-jaga jika masa sulit sudah tidak asing lagi. Banyak perusahaan yang menggunakan istilah ini dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Misalnya saja dengan mengakui beban atas piutang tak tertagih yang sangat tinggi ditahun ini, dimana jumlah laba sangat besar meskipun dengan adanya beban tambahan ini, suatu perusahaan memiliki fleksibilitas untuk mengakui beban atas piutang tak tertagih yang lebih rendah diperiode periode berikutnya.

4. Materialitas

Auditor biasanya menggunakan metode perbandingan kuantitatif tradisional dalam menentukan seberapa besar nilai uang yang dikategorikan sebagai suatu material.

5. Pengakuan pendapatan

Perusahaan mempercepat melakukan pelaporan pendapatan, beberapa perusahaan baru ingin melaporkan hasil operasi pada para pemberi pinjaman dan para investor, mengakui pendapatan pada saat kontrak penjualan ditandatangani atau selesai sebagian dan bukannya menunggu sampai produk atau jasa yang dijanjikan dalam kontrak benar0benar telah dikirim atau dikerjakan.

C. Laba Pro Forma

Angka laba pro forma adalah angka laba sesuai GAAP setelah dikurangi beberapa jenis pendapatan, beban , keuntungan atau kerugian. Perusahaan melakukan hal ini karena hasil yang didapat dengan menggunakan metode GAAP tidak sepenuhnya menampilkan kinerja perusahaan.

BAB III

PELUANG MANAJEMEN LABA

Peluang yang ada dalam suatu perusahaan yang menimbulkan motivasi untuk terjadinya manajemen laba antara lain ditimbulkan karena

1. Kelemahan yang inheren dalam akuntansi sebagaimana diungkapkan Worthy dalam Setiawati (2000), fleksibilitas dalam menghitung angka laba disebabkan oleh
 - a. Metode akuntansi memberikan peluang bagi manajemen untuk mencatat suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda
 - b. Metode akuntansi memberikan peluang bagi manajemen untuk melibatkan subyektifitas dalam menyusun estimasi
2. Informasi asimetri antara manajer dengan pihak luar

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar. Dimana Manajer relative memiliki lebih banyak informasi dibandingkan dengan pihak luar termasuk investor. Mustahil bagi pihak luar untuk dapat mengawasi semua perilaku dan semua keputusan manajer secara detail.

Jensen dan Meckling dalam Rachmawati (2008) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan principal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk menyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan principal. Prinsipal akan membatasi dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitoring yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

Pemicu dalam manajemen laba lebih pada informasi akuntansi, dimana informasi akuntansi diharapkan mampu meminimalkan konflik kepentingan antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu perusahaan. Pihak-pihak yang berkepentingan ini mencakup manajer, pemilik (pemegang saham), investor, kreditor, karyawan, pesaing, pemerintah dan pemasok.

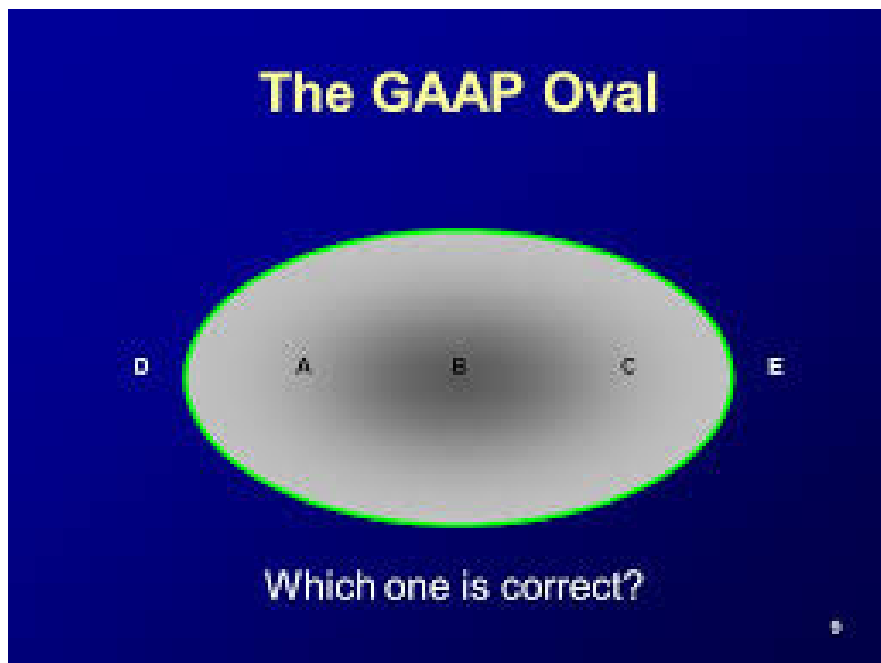
Manajemen laba timbul sebagai dampak dari penggunaan akuntansi sebagai salah satu alat komunikasi antara pihak-pihak tersebut dan kelemahan inheren akuntansi yang melibatkan judgement. Faktor pemicu dalam pemakaian informasi akuntansi yang berkaitan dengan manajemen laba dengan pihak pihak berkepentingan antara lain adalah sebagai berikut

1. Dalam kontrak manajer dan pemilik (melalui kompensasi)
2. Sebagai sumber informasi bagi investor di pasar modal
3. Dalam kontrak utang
4. Dalam penetapan pajak pemerintah, penentuan proteksi terhadap produk
5. Pajak dalam penentuan denda dalam suatu kasus
6. Oleh pesaing seperti untuk penentuan keputusan ambil alih ataupun penentuan penetapan strategi persaingan
7. Oleh karyawan untuk meminta kenaikan upah

BAB IV PRO KONTRA MANAJEMEN LABA

Manajemen laba menjadi pro dan kontra, apakah sebuah perusahaan sebaiknya melakukan manajemen laba? Pelaporan keuangan merupakan bagian dari normal dari suatu usaha hubungan masyarakat sebuah perusahaan. Diharapkan manajer yang bertanggungjawab hendaknya mempertimbangkan dampak yang kemungkinan terjadi dari laporan keuangan pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingannya. Disatu sisi manajemen laba bisa dilakukan dalam suatu perusahaan disisi lainnya mencoba menipu orang lain adalah tindakan yang salah.

Sebuah perusahaan tanpa melakukan manajemen laba merupakan hal yang naïf, sudah menjadi rahasia umum jika manajemen laba dibutuhkan untuk tercapainya tujuan dalam perusahaan. Seorang manajer diperbolehkan melakukan manajemen laba asalkan tidak melanggar GAAP.



Gambar.1 Oval GAAP

Gambar 1 memperlihatkan *The GAAP* oval, yang menunjukkan fleksibilitas yang dimiliki seorang manajer, dalam GAAP untuk melaporkan suatu angka laba dari berbagai pilihan dan kemungkinan berdasarkan pada berbagai metode asumsi. Pelaporan pada angka D atau E yang berada diluar GAAP oval adalah suatu hal yang tidak etis. Mampukan manajer memiliki tanggungjawab untuk mencoba melaporkan nilai laba tepat ditengah tengah oval atau dititik B? ataukah seorang manajer mamapu melaporkan angka yang konservatif dalam kasus yang paling buruj atau dititik A? Atau pada titik C, saat manajer menggunakan fleksibilitas akuntansi untuk melaporkan laba yang sesuai?

Hal kredibilitas bagi seorang manajer membuat sekelompok asumsi akuntansi yang konservatif tahun, mungkin pada kinerja operasi secara keseluruhan memuaskan, kemudian menetapkan sekelompok asumsi agresif pada tahun berikutnya. Dan pada akhirnya batasan Oval GAAP sangat kabur, sehingga seringkali tidak jelas apakah sekelompok perhitungan tertentu sesuai atau tidak sesuai dengan GAAP.

Jika seorang manajer telah melakukan manajemen laba dan telah melampaui batas dan menyalahi GAAP, sebagian merupakan fungsi dari ketakutan (dan biaya) atas kemungkinan tertangkap dan budaya etis yang umum disuatu perusahaan. Hal ini menjadi etika pribadi seorang manajer dan kemampuan untuk mengetahui bahwa pelaporan keuangan yang menyimpang dan cenderung menipu adalah bagian suatu kontinum yang bermula dari suatu usaha untuk mendadani laporan keuangan secara lugu, namun dapat berakhir sebagai penipuan penuh.

Etika Pribadi

Perusahaan dapat melaporkan suatu rentang angka laba selama setahun dan tetap sesuai GAAP. Sehingga dapat dikatakan bahwa manajemen laba dapat dan memang terjadi tanpa adanya penyimpangan aturan-aturan akuntansi. Jika seseorang memandang dunia secara legalistic, maka jelas manajer sebaiknya melakukan manajemen laba, ketika seorang manajer telah menyimpulkan bahwa biaya potensial dalam hal hilangnya kredibilitas lebih kecil daripada manfaat yang diperoleh dari pelaporan keuangan, karena laba dapat dikelola tanpa melanggar aturan manapun.

BAB V

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA

Banyak hal yang mampu mempengaruhi terjadi manajemen laba, berdasarkan pada penelitian manajemen laba mulai tahun 2012 hingga 2019, banyak factor yang mampu diungkapkan antara lain sebagai berikut

1. Kepemilikan Manajerial

Semakin besar kepemilikan saham oleh pihak manajerial, cenderung akan meminimalkan potensi manajerial dalam mengatur labanya. Hal ini karena, ketika manajerial memiliki saham yang besar dalam suatu perusahaan, maka terdapat kesetaraan kepentingan antara manajerial dengan pemegang saham. Dengan begitu, hasrat untuk memanipulasi laba akan berkurang, karena pihak manajerial selaku pemegang saham pula nantinya yang akan menanggung baik atau buruk keputusan yang telah diambil. (Barus dan Sembiring, 2012).

2. Kecakapan Manajerial

Kemampuan, integritas, dan pengalaman merupakan suatu bentuk kecakapan seorang manajer, yang mendukung dalam kegiatan mengambil keputusan yang tepat demi tercapainya tujuan perusahaan. Di mana salah satu tanggung jawab manajer adalah menyampaikan kinerja perusahaan kepada pemegang saham, melalui laporan keuangan. Praktik manajemen laba terjadi ketika, seorang manajer melakukan suatu tindakan agar dapat mempengaruhi tingkat laba yang disajikan dalam laporan keuangan, dengan maksud untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata pemegang saham serta pihak eksternal lain. (Kirana, dkk. 2016)

3. Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan

Pengungkapan laporan keuangan adalah penyampaian informasi yang ada pada laporan keuangan, ataupun informasi tambahan yang ada pada catatan atas laporan keuangan, serta informasi lain terkait kegiatan perusahaan. Dengan mengungkapkan informasi semakin banyak dan lengkap,

akan mengurangi adanya asimetri informasi antara pihak manajemen dengan pihak lain, seperti pemegang saham. Sehingga akan memperkecil peluang terjadinya manajemen laba. (Kirana, dkk. 2016)

4. Kualitas Audit

Audit adalah proses mengurangi ketidaksejajaran informasi antara pihak manajer dengan pemegang saham, karena auditor sebagai pihak independen yang akan menilai laporan keuangan yang dibuat oleh pihak manajer. Di sini kualitas audit berarti mencerminkan kemampuan auditor dalam melakukan deteksi dan melaporkan kesalahan material yang ditemukan dalam penyajian laporan keuangan. Semakin baik kualitas audit, diharapkan akan meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap informasi yang tersaji dalam laporan keuangan. Karena, auditor yang berkualitas, tidak akan mempertaruhkan nama baiknya dengan memberikan pendapat wajar kepada laporan keuangan yang didalamnya terdapat indikasi terjadinya praktik manajemen laba. (Christiani dan Nugrahanti, 2014).

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan, dimana ukuran ini dapat dilakukan dengan menggunakan total penjualan, total asset, kapitalisasi pasar. (Susanto & Majid, 2017)

6. Reputasi Auditor

Reputasi auditor merupakan profitabilitas gabungan dari kemampuan seorang auditor untuk menemukan suatu kesalahan baik sengaja ataupun tidak dalam pelaporan keuangan klien, kemudian melaporkan kondisi tersebut (Susanto dan Majid, 2017)

7. *Financial leverage*

Financial leverage adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan

yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham

8. *Good corporate governance*

Good corporate governance atau tata kelola perusahaan yang baik dapat didefinisikan sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi setiap stakeholders. Ada dua hal yang ditekankan dalam mekanisme ini, yang pertama pentingnya hak pemegang saham atau investor untuk memperoleh informasi dengan benar (akurat) dan tepat pada waktunya dan kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan secara akurat, tepat waktu dan transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan dan stakeholder. (Sulistiyanto dan Wibisono, 2003)

9. Kepemilikan institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank, dana pension dan investment banking (Siregar dan Utama , 2005)

10. Komite audit

Komite audit menurut Kep.29/PM/2004 merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melakukan tugas pengelolaan perusahaan. Komite audit yang dibentuk oleh suatu perusahaan berfungsi untuk memberikan pandangan mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan kebijakan keuangan, akuntansi dan pengendalian intern. Selain itu komite audit juga berfungsi untuk membantu dewan komisaris dalam mengawasi pihak manajemen dalam penyusunan laporan keuangan (Mayasari, 2004)

Tujuan dari keberadaan komite audit diperusahaan seperti yang diungkapkan dalam Susiana dan Herawaty (2007) adalah

- c. Memberikan kepastian bahwa laporan keuangan yang dikeluarkan oleh manajemen perusahaan telah sesuai dengan

prinsip akuntansi yang berlaku umum serta disajikan secara wajar dan tidak menyesatkan

- d. Memberikan kepastian bahwa pengendalian internal perusahaan telah memadai
- e. Melakukan pengawasan dan menindaklanjuti kemungkinan penyimpangan material dalam bidang keuangan dan implikasi hukumnya
- f. Memberikan rekomendasi dalam pilihan auditor eksternal yang akan melakukan audit di perusahaan.

11. Komisaris independen

Komisaris independen adalah anggota komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis dan hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan *Good Corporate Governance*, 2004). Keberadaan komisaris independen dalam perusahaan berfungsi sebagai penyeimbang dalam proses pengambilan keputusan guna memberikan perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak-pihak lain yang terkait dengan perusahaan (Mayangsari, 2003)

12. Independensi Auditor

Independensi auditor akan berdampak terhadap pendeteksian manajemen laba. Auditor yang independen merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi terjadinya manajemen laba. Independensi auditor dinilai dari lama penugasan auditor tersebut pada perusahaan yang sama.

13. Leverage

Leverage adalah perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva perusahaan. Rasio ini menunjukkan besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Semakin tinggi nilai leverage maka

resiko yang akan dihadapi investor akan semakin tinggi dan para investor akan meminta keuntungan yang semakin besar. Sehingga semakin besar leverage maka kemungkinan seorang manajer melakukan manajemen laba semakin besar (Ma'ruf, 2006)

14. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan (Sudarmaji dan Sularto, 2007). Laba yang dihasilkan perusahaan selama taun berjalan dapat menjadi indikator terjadinya praktek manajemen laba dalam suatu perusahaan. Biasanya manajemen laba dilakukan oleh manajer untuk memanipulasi komponen laba-rugi yang dilaporkan perusahaan.

15. Intensif Pajak

Intensif pajak dalam manajemen laba bisa menggunakan istilah perencanaan pajak. Perencanaan pajak yaitu tindakan legal pengendalian transaksi terkait dengan konsekuensi potensi pajak yang dapat mengefisienkan jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah.

Perencanaan pajak dilakukan manajemen untuk mengoptimalkan alokasi sumber dana agar pembayaran pajak lebih efektif. Dengan adanya upaya manajemen untuk menghemat pajak, maka memungkinkan bagi manajemen melakukan penghematan pajak dengan melakukan manajemen laba.

16. Insentif non pajak

Insentif non pajak yang digunakan adalah sebagai berikut

a. Earning pressure

Intensif pajak mengimplikasikan bahwa perusahaan akan memilih untuk menurunkan laba sebagai respon atas penurunan tariff pajak. Untuk perusahaan yang labanya tidak mencapai target penurunan laba yang dilakukan untuk tujuan pajak agar dapat dikurangi oleh *earning pressure*

guna meningkatkan laba akuntansi. Perusahaan yang labanya tidak mencapai target tidak menurunkan labanya sebagai respon penurunan tariff pajak namun cenderung melakukan earnings pressure untuk menaikkan laba akuntansi guna meningkatkan nilai atas perusahaan.

b. Tingkat utang

Konteks penurunan tariff pajak, keputusan untuk melakukan manajemen laba sangat erat kaitannya dengan tingkat utang perusahaan (Subagyo dan Oktavia, 2010). Perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang tinggi cenderung akan melakukan manajemen laba dengan menggeser laba tahun ayang akan datang ke laba pada periode sekarang untuk menaikkan labanya guna meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik minat investor.

c. Earning Bath

Laba yang diperoleh perusahaan rendah (dibawah target), maka manajer cenderung melakukan big bath. Big bath juga sering disebut taking a bath. Earning bath dilakukan dengan cara menggeser laba periode yang memiki laba lebuah tinggi ke period yang labanya lebi rendah maka perusahaan cenderung menggeser laba periode mendatang ke periode berjalan untuk meningkatkan laba periode berjalan yang rendah dan sebaliknya jika laba pada periode berjalan tinggi maka perusahaan cenderung menggeser laba periode berjalan ke periode mendatang untuk menjaga agar laba tahun mendatang dapat mencapai target yang diharapkan.

17. Perencanaan Pajak

Tax Planning merupakan bagian dari manajemen pajak dan merupakan langkah awal didalam melakukan manajemen pajak. Perusahaan berusaha membayar pajak sekecil mungkin karena dengan membayar pajak berate mengurangi kemampuan ekonomis perusahaan. Di lain pihak, pemerintah (principal) memerlukan dana dari penerimaan pajak untuk membiayai pengeluaran pemerintah. Dengan demikian terjadi konflik kepentingan antara perusahaan dengan pemerintah, sehingga

motivasi agent meminimalkan beban pajak yang harus dibayar kepada pemerintah.

18. Jumlah dewan direksi

Dewan direksi merupakan penghubung antara pemegang saham dengan manajer aktual. Tugas dewan direksi adalah mengawasi dan memonitor serta menyakinkan bahwa manajer bertindak menurut kepentingan pemegang saham. Sehingga jumlah banyaknya dewan direksi berpengaruh terhadap efektifnya pengawasan kinerja manajer

19. Presentase saham yang ditawarkan ke public manajer kepada public.

Menunjukkan besarnya private information yang harus disharing Dengan adanya public dan investor mengakibatkan manajer berkewajiban memberikan informasi internal secara berkala sebagai bentuk pertanggungjawabannya.

20. Asimetri Informasi

Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa datang dibandingkan para pemegang saham dan stakeholder lainnya. Ketika timbul asimetri informasi keputusan pengungkapan yang dibuat manajer dapat mempengaruhi harga saham sebab asimetri antar investor yang lebih terinformasi dan investor yang kurang terinformasi akan menimbulkan biaya transaksi dan mengurangi likuiditas yang diharapkan dalam pasar untuk saham-saham.

BAB VI

MASA KEBURUKAN MANAJEMEN LABA

Melemahnya manajemen laba tidak terjadi hanya dalam satu langkah. Sebuah perusahaan akan melalui suatu proses yang panjang dimana serangkaian keputusan yang salah pada akhirnya memberukan hasil yang buruk bagi perusahaan, para investor dan perekonomian

Kelemahan manajemen laba akan melibatkan tujuh tahap kemunduran bisnis, tekanan untuk memenuhi harapan, percobaan solusi akuntansi, risiko terhitung dari auditor, skeptisme pemakai yang tidak memadai, investigasi hukum dan hilangnya reputasi secara besar-besaran.

1. Kemunduran dalam bisnis

Manajemen laba yang terlalu berlebihan hamper selalu diawali dengan kemunduran bisnis. Saat hasil operasi terus menerus dalam keadaan baik, kebutuhan untuk melakukan manajemen laba tidak terlalu tinggi.

2. Tekanan untuk memenuhi harapan

Sesuatu kekuatan yang memotivasi para manajer untuk melakukan manajemen laba adalah keinginan untuk senantiasa memenuhi harapan, baik pihak internal maupun eksternal.

3. Percobaan solusi akuntansi

Salah satu respon atas kemunduran dalam bisnis dan gagalnya pencapaian harapan pasar adalah kembali keperencanaan awal dan berusaha meningkatkan bisnis. Yang disebabkan karena menurunnya profitabilitas. Namun terkadang diawali dengan mentalitas yang tidak produktif terkait dengan penyelesaian masalah-masalah perusahaan melalui manajemen laba yang akhirnya pasti menimbulkan masalah bisnis yang lebih besar.

4. Resiko terhitung dari auditor

Suatu pandangan yang berguna atas laporan keuangan adalah bahwa laporan keuangan mencerminkan penyelesaian yang dinegosiasikan antara manajemen dengan auditor perusahaan. Manajemen memiliki berbagai intensif dalam menggunakan laporan keuangan untuk menampilkan posisi perusahaan sebaik mungkin. Disisi lain kantor akuntan public berharap untuk mempertahankan reputasinya dan menghindari tuntutan dari para investor, sehingga memiliki intensif yang optimis. Oleh karena manajemen dan auditor meendiskusikan perlakuan akuntansi yang paling tepat pada saat terjadi perbedaan opini dalam memperlakukan suatu hal, biasanya kedua belah pihak akan mencapai suatu persetujuan atas suatu laporan keuangan, dimana baik manajemen maupun auditor bersedia menandatangani dan melaporkannya kepada public.

Auditor seringkali diminta untuk menentukan apakah ia harus menerima perlakuan akuntansi yang dapat diperdebatkan, melibatkan diri dalam diskusi yang lebih lanjut guna mencoba untuk menyakinkan manajemen agar mengabaikan perlakuan itu atau sebagai tempat terakhir, mundur dari suatu penugasan audit.

5. Skeptitisme yang tidak mencukupi dari para pengguna laporan keuangan

Manfaat dari evaluasi dimasa lalu seringkali dapat dengan mudah untuk menengok ke belakang dan melihat peringatan-peringatan awal atas suatu skandal akuntansi.

Beberapa pengguna laporan keuangan tidak memiliki skeptisme yang cukup sehat dalam melihat indikasi ini adalah suatu pertanyaan yang menarik tanpa jawaban yang pasti. Satu factor yang memberikan kontribusi adalah serupa dengan ide resiko terhitung yang disebutkan sebelum sehubungan dengan para auditor. Pemakai laporan keuangan biasanya menerima laporan keuangan perusahaan apa adanya dengan suatu kesadaran bahwa ada resiko pelaporan yang menipu tetapi tanpa memperhitungkan kerugian besar yang disebabkan oleh penipuan itu.

Alasan lainnya analis dan komunitas investasi tidak sepenuhnya menunjukkan suatu skeptisme yang sehat atas laporan keuangan adalah karena pihak-pihak tersebut sering kali mendapatkan keuntungan secara ekonomi pada saat perusahaan mendapatkan pinjaman, mengeluarkan saham, menyusun berbagai cara pendanaan yang rumit dan terlibat dalam suatu merger atau aktivitas Akuisisi.

6. Investigasi hukum

Investigasi hukum, penyimpangan pelaporan keuangan juga bisa dianggap sebagai suatu tindak pidana.

7. Hilangnya reputasi secara besar-besaran

Tahap terakhir yang diakibatkan oleh manajemen laba adalah hilangnya sebagian besar kredibilitas yang dialami oleh perusahaan yang terbukti melakukan manipulasi atas laba yang dilaporkan. Hilangnya kredibilitas yang dialami oleh perusahaan yang terbukti melakukan manipulasi atas laba yang dilaporkan. Hilangnya kredibilitas ini merugikan banyak pihak yang berhubungan dengan perusahaan dan secara drastic melemahkan nilai ekonominya.

BAB VII

PERILAKU ETIS MANAJEMEN LABA

Dengan mengurangi risiko informasi, pelaporan keuangan yang baik dapat menurunkan biaya modal suatu perusahaan. Standar akuntansi yang berkualitas tinggi dan penegakan pelaksanaan perundangan tidak dapat menjamin kredibilitas laporan keuangan. Tanpa didukung perilaku etis dari tiap manajer dan akuntan, biaya penegakan perundangan untuk menjamin laporan keuangan yang dipercaya akan sangat mahal. Oleh karena itu tinggi nilai reputasi perusahaan, pelaporan keuangan yang etis juga merupakan suatu bentuk praktik bisnis jangka panjang.

Para akuntan memiliki sistem tata tertib tersendiri yang disebut Kode Perilaku etis AICPA (AICPA Code of Profesional Conduct). Suatu konsep penting dari tata tertib terkandung dalam paragraph:

Dalam melaksanakan tanggung jawab profesionalnya, setiap anggota dapat menghadapi tekanan yang saling berentangan...Dalam memecahkan berbagai konflik tersebut, setiap anggota harus bertindak dengan penuh integritas, berpedoman pada persepsi bahwa setiap anggota harus memenuhi tanggung jawab atas kepentingan kepada public, klien, dan pemberi kerja.

Pada dasarnya ini dijelaskan dalam paragraph di atas bahwa tingkah laku yang etis juga merupakan suatu bentuk praktek bisnis jangka panjang. Dalam suatu keadaan yang sempurna, berbagai usaha untuk memanipulasi persepsi public melalui manajemen laba adalah suatu hal yang gagal karena para pemakai laporan keuangan yang skeptis akan menyadari adanya potensi manajemen laba dan akan benar-benar melakukan penyesuaian yang sempurna atas angka-angka dengan menggunakan berbagai alternative sumber informasi untuk menghilangkan bias. Namun dunia tidaklah sepenuhnya rasional, jarang sekali pemakai laporan keuangan yang memiliki waktu dan sumber-sumber untuk membongkar manipulasi yang mungkin terjadi dalam setiap susunan angka yang mereka lihat.

Namun disisi lain para pemakai laporan keuangan mengandalkan kekuatan standar –standar akuntansi, integritas para manajer yang menyiapkan berbagai angka dan keahlian serta ketegasan auditor.

BAB VIII

STUDI KASUS MANAJEMEN LABA

A. Manajemen Laba Perusahaan Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ45

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba dengan Kualitas Audit sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan LQ45 Periode 2015-2017

Erna Puspita, M.Ak

ernapuspita@unpkediri.ac.id

Dian Kusumaningtyas, M.M

diankusuma@unpkediri.ac.id

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi pentingnya informasi tentang laba yang dibutuhkan oleh pihak *internal* dan *eksternal* perusahaan. Sehingga banyak faktor yang mempengaruhi manajer untuk memanipulasi informasi laba perusahaan. Dalam hal ini maka kualitas audit atas laporan keuangan menjadi salah satu faktor yang penting karena mampu memperkecil adanya praktik manajemen laba perusahaan, sehingga hasil audit atas laporan keuangan menjadi wajar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah manajemen laba dipengaruhi variabel mekanisme kepemilikan dan kecakapan manajerial, tingkat pengungkapan laporan keuangan, dan juga variabel penengah berupa kualitas audit.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian *expost facto*. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 34 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Dan teknik analisa data dengan menggunakan *Path Analysis*.

Hasil Penelitian Pengujian hipotesis model pertama, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kecakapan manajerial, tingkat pengungkapan laporan keuangan, dan kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Pengujian hipotesis model kedua, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kecakapan manajerial, dan tingkat pengungkapan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit.

Berdasarkan diagram analisis jalur dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung dari variabel kepemilikan manajerial, kecakapan manajerial, dan tingkat

pengungkapan laporan keuangan melalui variabel kualitas audit lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

PENDAHULUAN

Laba adalah tujuan utama dibentuknya suatu perusahaan. Oleh karena itu, orientasi perusahaan pasti ingin memperoleh laba yang semakin tinggi setiap tahunnya. Atau dalam beberapa tujuan lain, perusahaan ingin nilai labanya tetap dari waktu ke waktu. Jadi bisa dikatakan laba adalah informasi yang dianggap paling penting dalam laporan keuangan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Karena, laba menunjukkan kualitas kinerja manajemen perusahaan tersebut, yang nantinya akan dinilai oleh para pemakai laporan keuangan.

Pemakai laporan keuangan sendiri, bisa dari pihak internal perusahaan, bisa juga dari pihak eksternal perusahaan. Pihak internal perusahaan adalah manajemen perusahaan yang berkepentingan untuk menilai bagaimanakah perkembangan perusahaan saat ini, yang nantinya akan digunakan untuk menentukan kebijakan apa yang akan diambil demi tercapainya tujuan perusahaan.

Sedangkan pihak eksternal adalah pemerintah, yang berkepentingan dengan informasi laporan keuangan untuk menetapkan besarnya pajak yang harus dibayar oleh perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan tidak ingin labanya terlalu besar, karena akan mengakibatkan jumlah pajak yang harus dibayar juga besar. Pihak eksternal berikutnya adalah kreditur, yang berkepentingan untuk memastikan apakah perusahaan layak mendapatkan pinjaman atau tidak, apakah kira-kira perusahaan akan mampu membayar hutangnya atau tidak. Selanjutnya, pihak eksternal berikutnya adalah investor, yang tentunya sangat berkepentingan terhadap informasi yang disajikan dalam laporan keuangan untuk memutuskan akan berinvestasi ke perusahaan yang mana, akan melepas atau mempertahankan saham yang dimilikinya.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan informasi laba sangat penting baik bagi pihak internal maupun pihak eksternal. Akan tetapi, tujuan manajemen dengan kepentingan pihak eksternal ada kalanya memiliki perbedaan. Sebagai contoh, pihak manajemen menginginkan laba yang tinggi, tapi tidak ingin membayar pajak yang besar. Ada kalanya perusahaan memperoleh laba yang

rendah, akan tetapi tetap ingin meyakinkan investor dan kreditur bahwa kondisi perusahaan dalam keadaan sehat, sehingga perusahaan tetap memperoleh dana baik dari investor maupun kreditur.

Hal itulah yang melatarbelakangi adanya praktik manajemen laba (*earning management*) pada suatu perusahaan. Manajemen laba diartikan sebagai tindakan intervensi atau campur tangan manajemen (Schipper, 1989 dan Setiawati & Na'im, 2000), tindakan menaikkan atau menurunkan laba (Fischer dan Rosenzweig (1995), tindakan manipulasi laba (Dechow, et.al, 1996), tindakan memilih kebijakan akuntansi tertentu (Scott, 1997) terhadap laporan keuangan untuk memperoleh keuntungan pribadi dan meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Ada banyak faktor yang diduga mempengaruhi terjadinya praktik manajemen laba, diantaranya adalah kepemilikan manajerial. Mahariana dan Ramantha (2014), dalam penelitiannya membuktikan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif pada manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin banyak saham yang dimiliki oleh pihak manajer, maka akan mengurangi tindakan manajer untuk melakukan kecurangan dalam penyajian laporan keuangan, seperti praktik manajemen laba. Akan tetapi, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Larastomo, dkk. (2016), yang membuktikan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Sedangkan hasil penelitian lain menemukan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, yaitu Nanok, dkk. (2008), Barus dan Sembiring (2012), dan juga Guna dan Herawaty (2010).

Faktor berikutnya adalah kecakapan manajerial, yang dibuktikan oleh hasil penelitian Kirana, dkk. (2016), yang menyatakan bahwa kecakapan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa, ketika seorang manajer berkewajiban untuk menyampaikan informasi tentang kinerja perusahaan kepada pihak eksternal, diantaranya adalah pemegang saham, yaitu diantaranya adalah melalui laporan keuangan, maka manajer tersebut bisa memanfaatkan wewenang yang ada pada dirinya untuk menentukan suatu kebijakan akuntansi, yang bisa berujung pada praktik manajemen laba atau memanipulasi informasi laba perusahaan.

Faktor selanjutnya adalah tingkat pengungkapan laporan keuangan, di mana semakin lengkap item yang diungkapkan dalam annual report, akan mengurangi tingkat asimetri informasi antara pihak manajemen dengan stakeholder, juga pihak-pihak lain yang membutuhkan informasi atas laporan keuangan tersebut. Sehingga, hal ini dapat mengurangi kesempatan pihak manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba. Sebaliknya, semakin sedikit informasi yang diungkapkan dalam annual report, mengindikasikan bahwa pihak manajemen berusaha menyembunyikan beberapa informasi untuk melindungi terciumnya praktik manajemen laba yang dilakukannya. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Kirana, dkk. (2016), yang membuktikan bahwa tingkat pengungkapan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Meskipun banyak faktor yang diduga mempengaruhi praktik manajemen laba, hal yang paling penting adalah kualitas auditor independen. Karena auditorlah yang akan menilai apakah laporan keuangan suatu perusahaan disajikan wajar atau tidak wajar. Oleh karena itu, peran auditor sangat penting dalam membatasi praktik terjadinya manajemen laba. Sehingga dapat dikatakan bahwa, semakin baik kualitas auditor yang digunakan oleh suatu perusahaan, maka kecil kemungkinan terjadi praktik manajemen laba pada perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan, semakin baik kualitas auditor, tentu memiliki keahlian dan reputasi yang tinggi, dan hal tersebut akan mendorong auditor tersebut lebih bersifat profesional dalam mengungkapkan salah saji material yang mengindikasikan adanya praktik manajemen laba pada suatu perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nanok, dkk (2008), serta Guna dan Herawaty (2010). Akan tetapi, bertentangan dengan hasil penelitian Christiani dan Nugrahanti (2014), serta Kono dan Yuyetta (2013), yang membuktikan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Sejak awal September 2009, pemerintah Indonesia melalui Menteri Keuangan RI menetapkan untuk memberikan sanksi pembekuan izin usaha kepada total delapan Akuntan Publik dan Kantor Akuntan Publik (kompasiana.com). Hal tersebut tentu membuat auditor akan lebih profesional dalam menjalankan kewajibannya sebagai pihak yang independent.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan suatu tindakan intervensi atau tindakan campur tangan dari pihak manajemen (Schipper, 1989 dan Setiawati & Na'im, 2000), dapat berupa tindakan menaikkan atau menurunkan laba (Fischer dan Rosenzweig (1995), ataupun berupa tindakan manipulasi laba (Dechow, et.al, 1996), dan bisa juga berupa tindakan memilih kebijakan akuntansi tertentu (Scott, 1997) terhadap laporan keuangan untuk memperoleh keuntungan pribadi dan meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Manajemen laba dalam penelitian ini diukur dengan menghitung discretionary accrual dengan menggunakan model Jones (1991) yang dimodifikasi oleh Dechow, dkk (1995) dengan langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung *total accrual*:

Total Accrual (TAC) = Laba bersih setelah pajak (*net income*) – arus kas operasi (*cash flow from operating*)

- b. Menghitung nilai *accruals* dengan persamaan regresi linear sederhana atau *Ordinary Least Square* (OLS):

$$\left(\frac{TAC_t}{A_{t-1}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{t-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_t}{A_{t-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{t-1}} \right) + \varepsilon \right.$$

Keterangan:

TAC_t : *Total accrual* perusahaan i pada periode t

A_{t-1} : *Total asset* untuk sampel perusahaan i pada tahun t-1

ΔREV_t : Perubahan pendapatan perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

PPE_t : Aktiva tetap (*gross property plant dan equipment*) perusahaan tahun t

- c. Menghitung nilai *nondiscretionary accrual* (NDA):

Yaitu dengan melakukan regresi linear sederhana, dengan persamaan:

$$NDA_t = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{t-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_t - \Delta REC_t}{A_{t-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{t-1}} \right)$$

Keterangan:

NDA_t : *Nondiscretionary accruals* pada tahun t

ΔREV_t : Perubahan pendapatan perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

ΔREC_t : Perubahan piutang perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

α : *Fitted coefficient* yang diperoleh dari hasil regresi pada perhitungan *total accruals*

d. Menghitung nilai *discretionary accruals*:

$$DAC_t = \left(\frac{TAC_t}{At - 1} \right) - NDA_t$$

Keterangan:

DAC_t : *Discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t

Kepemilikan Manajerial

Semakin besar kepemilikan saham oleh pihak manajerial, cenderung akan meminimalkan potensi manajerial dalam mengatur labanya. Hal ini karena, ketika manajerial memiliki saham yang besar dalam suatu perusahaan, maka terdapat kesetaraan kepentingan antara manajerial dengan pemegang saham. Dengan begitu, hasrat untuk memanipulasi laba akan berkurang, karena pihak manajerial selaku pemegang saham pula nantinya yang akan menanggung baik atau buruk keputusan yang telah diambil. (Barus dan Sembiring, 2012).

Kepemilikan manajerial dalam penelitian ini diukur dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan manajerial} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen}}{\text{Total saham yang beredar}}$$

(Mahariana dan Ramantha, 2014)

H_1 : Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017

Kecakapan Manajerial

Kemampuan, integritas, dan pengalaman merupakan suatu bentuk kecakapan seorang manajer, yang mendukung dalam kegiatan mengambil keputusan yang tepat demi tercapainya tujuan perusahaan. Di mana salah satu tanggung jawab manajer adalah menyampaikan kinerja perusahaan kepada pemegang saham, melalui laporan keuangan. Praktik manajemen laba terjadi ketika, seorang manajer melakukan suatu tindakan agar dapat mempengaruhi tingkat laba yang disajikan dalam laporan keuangan, dengan maksud untuk

meningkatkan nilai perusahaan di mata pemegang saham serta pihak eksternal lain. (Kirana, dkk. 2016)

Kecakapan manajerial dalam penelitian ini diukur menggunakan Data Envelopment Analysis (DEA), untuk mengevaluasi efisiensi relative suatu Unit Kegiatan Ekonomi (UKE) berupa perbandingan antara output atau multi output dengan input atau multi input. Output dan input yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Output : Penjualan
- Input : Total asset
 - : Jumlah tenaga kerja
 - : Days COG in Inventory (DCI), dengan rumus $DCI = 365 / (COGS/inventory)$
 - : Days Sales Outstanding (DSO), dengan rumus $DSO = Receivables / (Sales/365)$

Model yang digunakan untuk menghitung efisiensi dengan pendekatan DEA, adalah:

$$MAX \theta \frac{\sum_{i=1}^s U_i Y_{ik}}{\sum_{j=1}^m V_j X_{jk}}$$

Keterangan:

- θ : Nilai efisiensi perusahaan k
- U_i : Bobot output i yang dihasilkan perusahaan k
- Y_{ik} : Jumlah output i dari perusahaan k dan dihitung dari $i=1$ hingga s
- V_j : Bobot input j yang digunakan perusahaan k
- X_{jk} : Jumlah input dari perusahaan k dan dihitung dari $j=1$ hingga m

Rasio efisiensi θ kemudian didapatkan dengan persamaan:

$$\frac{\sum_{i=1}^s U_i Y_{ik}}{\sum_{j=1}^m V_j X_{jk}} \leq \theta \quad (k = 1, \dots, n)$$

$$V_1, 2, \dots, V_m \geq 0$$

$$U_1, 2, \dots, U_s \geq 0$$

Dari persamaan tersebut, nilai efisiensi tidak akan melebihi 1 (100%), serta input dan output yang dianalisis harus positif.

H₂ : Kecakapan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017

Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan

Pengungkapan laporan keuangan adalah penyampaian informasi yang ada pada laporan keuangan, ataupun informasi tambahan yang ada pada catatan atas laporan keuangan, serta informasi lain terkait kegiatan perusahaan. Dengan mengungkapkan informasi semakin banyak dan lengkap, akan mengurangi adanya asimetri informasi antara pihak manajemen dengan pihak lain, seperti pemegang saham. Sehingga akan memperkecil peluang terjadinya manajemen laba. (Kirana, dkk. 2016)

Tingkat pengungkapan laporan keuangan dalam penelitian ini akan diukur menggunakan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No. Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. Apabila perusahaan mengungkapkan item sesuai peraturan tersebut, akan diberi skor 1, jika tidak akan diberi skor 0.

H₃ : Tingkat pengungkapan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017

Kualitas Audit

Audit adalah proses mengurangi ketidaksejajaran informasi antara pihak manajer dengan pemegang saham, karena auditor sebagai pihak independen yang akan menilai laporan keuangan yang dibuat oleh pihak manajer. Di sini kualitas audit berarti mencerminkan kemampuan auditor dalam melakukan deteksi dan melaporkan kesalahan material yang ditemukan dalam penyajian laporan keuangan. Semakin baik kualitas audit, diharapkan akan meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap informasi yang tersaji dalam laporan keuangan. Karena, auditor yang berkualitas, tidak akan mempertaruhkan nama baiknya dengan memberikan pendapat wajar kepada laporan keuangan yang didalamnya terdapat indikasi terjadinya praktik manajemen laba. (Christiani dan Nugrahanti, 2014).

Kualitas audit dalam penelitian ini diukur menggunakan KAP big four dan KAP non big four. Apabila perusahaan menggunakan KAP big four, akan diberi skor 1, akan tetapi jika tidak akan diberi skor 0.

H₄ : Kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu:

1. Variabel bebas, yaitu kepemilikan manajerial (X1), kecakapan manajerial (X2), tingkat pengungkapan laporan keuangan (X3)
2. Variabel terikat, yaitu manajemen laba (Y)
3. Variabel intervening, yaitu kualitas audit (Z)

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian berupa data sekunder, berupa annual report perusahaan LQ45 periode 2015-2017 yang diakses melalui situs resmi www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tergabung dalam LQ-45 periode 2015-2017, yaitu 34 sebanyak perusahaan. Pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria terdaftar berturut-turut dalam LQ-45 selama 2015-2017 dan menerbitkan annual report berturut-turut selama 2015-2017. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 25 perusahaan dengan periode penelitian selama 3 tahun, sehingga total unit sampel yang dianalisis sebanyak 75.

Teknik Analisis Data

Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis path atau analisis jalur, yang digunakan ketika secara teoritis peneliti meyakini adanya masalah sebab akibat. Tujuan dari analisis jalur ini adalah mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel penyebab dan variabel akibat. (Ating dan Sambas, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengujian, berikut disajikan ringkasan hasil analisis pengujian hipotesis dan diagram analisis jalur:

Tabel 1. Hasil pengujian hipotesis (uji parsial) terhadap manajemen laba

Variabel	Nilai Sign. uji hipotesis parsial	Keterangan
Kepemilikan manajerial	0,000	Berpengaruh signifikan
Kecakapan manajerial	0,000	Berpengaruh signifikan
Tingkat pengungkapan LK	0,000	Berpengaruh signifikan
Kualitas audit	0,000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan manajerial (X1) berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Y), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga H1 yang menyatakan bahwa Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan saham oleh manajerial, akan meminimalkan potensi pihak manajerial untuk melakukan manajemen laba.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecakapan manajerial (X2) berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Y), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga H2 yang menyatakan bahwa kecakapan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kecakapan manajerial berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengungkapan laporan keuangan (X3) berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Y), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga H3 yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan informasi yang lengkap, akan mengurangi adanya asimetri informasi antara pihak manajemen dengan pemegang saham yang akan memperkecil peluang terjadinya manajemen laba.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas audit (Z) berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Y), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga H4 yang menyatakan

bahwa Kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan LQ 45 Periode 2015-2017 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berkualitas auditor, akan mengungkapkan jika terjadi indikasi praktik manajemen laba dalam suatu perusahaan.

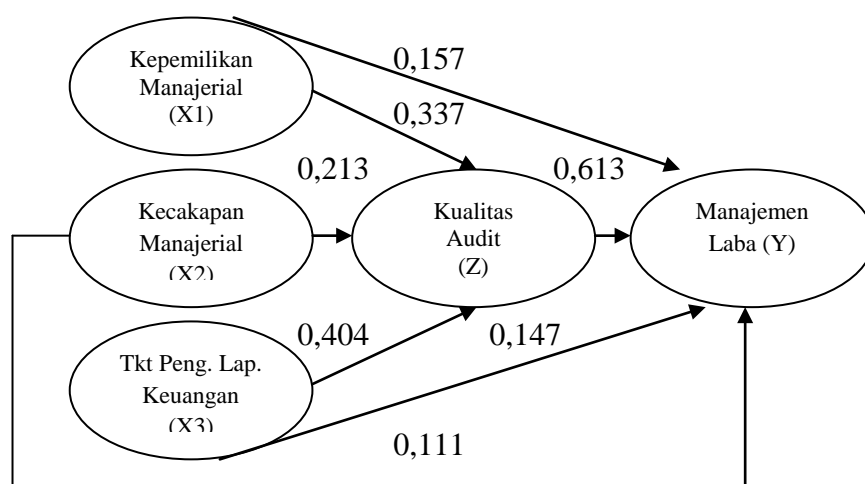
Tabel 2. Hasil pengujian hipotesis (uji parsial) terhadap kualitas audit

Variabel	Nilai Sign. uji hipotesis parsial	Keterangan
Kepemilikan manajerial	0,000	Berpengaruh signifikan
Kecakapan manajerial	0,000	Berpengaruh signifikan
Tingkat pengungkapan LK	0,000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial (X1) berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit (Z), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecakapan manajerial (X2) berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit (Z), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengungkapan laporan keuangan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit (Z), karena nilai Sign. uji parsial sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.



Gambar 1. Diagram analisis jalur

Berdasarkan diagram analisis jalur tersebut, dapat diketahui besarnya pengaruh langsung dari variabel X1 terhadap Y sebesar 0,157 atau 15,7%. Dan besarnya pengaruh tidak langsung variabel X1 melalui variabel Z terhadap variabel Y adalah sebesar $0,337 \times 0,613 = 0,207$ atau 20,7%. Hal ini menunjukkan bahwa, pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsungnya, sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan manajerial yang besar, jika didukung dengan kualitas audit yang baik, maka akan semakin berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan diagram analisis jalur tersebut, dapat diketahui besarnya pengaruh langsung dari variabel X2 terhadap Y sebesar 0,111 atau 11,1%. Dan besarnya pengaruh tidak langsung variabel X2 melalui variabel Z terhadap variabel Y adalah sebesar $0,213 \times 0,613 = 0,131$ atau 13,1%. Hal ini menunjukkan bahwa, pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsungnya, sehingga dapat dikatakan bahwa kecakapan manajerial yang baik, jika didukung dengan audit yang berkualitas maka akan lebih besar pengaruhnya terhadap manajemen laba.

Berdasarkan diagram analisis jalur tersebut, dapat diketahui besarnya pengaruh langsung dari variabel X3 terhadap Y sebesar 0,147 atau 14,7%. Dan besarnya pengaruh tidak langsung variabel X3 melalui variabel Z terhadap variabel Y adalah sebesar $0,404 \times 0,613 = 0,248$ atau 24,8%. Hal ini menunjukkan bahwa, pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsungnya, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin lengkap pengungkapan yang disajikan dalam laporan keuangan, jika didukung oleh audit yang berkualitas barulah memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap manajemen laba.

KESIMPULAN

Pengujian hipotesis model pertama, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kecakapan manajerial, tingkat pengungkapan laporan keuangan, dan kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Pengujian hipotesis model kedua, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kecakapan manajerial, dan tingkat pengungkapan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit.

Dari diagram analisis jalur dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung dari variabel kepemilikan manajerial, kecakapan manajerial, dan tingkat pengungkapan laporan keuangan melalui variabel kualitas audit lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

B. Manajemen Laba Pada Pasar Tradisional

MANAJEMEN LABA : LABA PADA PEDAGANG TRADISIONAL DENGAN SUDUT PANDANG FENOMENOLOGI

Erna Puspita¹

ernapuspita@unpkediri.ac.id

Dian Kusumaningtyas²

diankusuma@unpkediri.ac.id

Dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri

ABSTRAK

Pasar Tradisional merupakan jantung perekonomian masyarakat, di mana tempat bertemunya penjual dan pembeli dari berbagai kalangan. Pasar tradisional memiliki budaya yang berbeda dibanding dengan pasar modern/*online/ecommerce*. Budaya yang kita miliki saat bertransaksi pada pasar tradisional sangat menyenangkan jika kita kaji, semisal saat uang yang kita bawa kurang maka sang penjual hanya akan menjawab “sudah bawa saja (belanjaannya), buat langganan” atau masih banyak lainnya. Hal ini yang menggelitik peneliti ingin mengungkap bagaimana budaya yang ada apakah mampu mempengaruhi laba, atau memang orientasi para pedagang tradisional bukan hanya laba saja.

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yang didasarkan pada paradigma fenomenologis. Proses pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi terlebih dahulu yang dilanjutkan analisis informan dengan menggunakan alat bantu kertas kerja analisis. Lokasi penelitian di Pasar Pahing dan Pasar Bandar area Kota Kediri.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu bahwa para pedagang pada pasar tradisional hanya mengambil laba 2-10% dari harga sales untuk setiap produknya, kemudian untuk setiap harinya para pedagang diwajibkan untuk membayar retribusi pasar sebesar Rp 3000 per hari. Budaya yang terjadi pada pasar tradisional adalah jika pembeli kurang membawa uang Rp 100 – Rp 1.000 maka banyak pedagang yang mengikhlaskan dengan berharap pembeli kembali membeli barang dagangan di tokonya. Dengan laba yang minimal pedagang masih berusaha untuk memberi bingkisan pada pembeli yang berlangganan ke tokonya dengan alasan tradisi. Orientasi laba pada pedagang di pasar tradisional terkesampingkan dengan alasan lainnya, yaitu mengisi waktu luang, bertambahnya saudara maupun bertambahnya kenalan.

PENDAHULUAN

Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya secara langsung antara penjual dan pembeli (konsumen) untuk melakukan transaksi jual beli. Pasar tradisional adalah pasar yang paling sederhana, tidak ada peraturan yang ketat didalamnya, yang ada hanyalah peraturan antara penjual. Sehingga mampu mempermudah penjual keluar masuk pasar untuk berdagang. Didalam pasar tradisional sangat memungkinkan penjual menjual barang yang sama semisal daging sapi, ayam, ikan, sayur atau bahan bahan dapur. Dan itu mampu menjadi salah satu factor mengapa pada pasar tradisional menjadi murah jika dibandingkan dengan pasar modern (setiawan, 2018). Saat ini pedagang tradisional telah mengalami banyak tantangan untuk mampu bertahan ditengah menjamurnya pasar modern. Presiden Joko Widodo memprediksi perkembangan bisnis kedepan termasuk pasar tradisional akan tergerus oleh toko online (Detiknews, 2017) didukung A.C Nelson (2005) bahwa pasar tradisional telah menyusut 8% tiap tahunnya. Hal ini mampu menunjukkan bahwa pasar tradisional telah tergerus keberadaannya disebabkan banyak masyarakat yang lebih tertarik dengan pasar modern/online/ ecommerce.

Kegiatan yang terjadi dalam pasar merupakan bagian dari perekonomian, yang merupakan pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual dalam sistem pertukaran. Persaingan yang terjadi di dalam kegiatan pasar tradisional sangatlah penting dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dalam pasar tradisional dua orang mungkin melakukan perdagangan namun dibutuhkan tiga orang untuk memiliki pasar sehingga ada persaingan pada satu atau dua belah pihak.(Kompasiana, 2016)

Pasar tradisional sendiri memiliki beberapa pokok permasalahan dimulai dengan lingkungan sekitar pasar, sarana prasarana, dan tata kelola pasar. Sehingga konsumen lebih menyukai pasar modern karena lebih bersih dan tata kelola yang cukup baik. Pergeseran budaya masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli bukan hanya dari sudut pandang murah atau mahal, konsumen saat ini lebih condong ke bagaimana prasaran yang ada dan bagaimana mempermudah transaksi pembelian. Kondisi ini semakin memicu persaingan untuk memperebutkan

konsumen sehingga mampu memberikan dampak berkurangnya konsumen yang melakukan transaksi di pasar tradisional.

Dalam Pasar Tradisional dipenuhi dengan nilai-nilai lokal yang menjadi salah satu simbol budaya di Tanah Air. Eksistensi dalam Pasar Tradisional hendaknya selalu dijaga sehingga tidak musnah terkalahkan dengan adanya pasar modern. Keunikan yang ada pada pasar tradisional adanya budaya tawar-menawar menjadi sebuah warna yang indah tidak mudah untuk dilupakan. Karena dengan adanya tawar-menawar mampu mempertemukan yang sebelumnya tidak mengenal menjadi kenal, yang sebelumnya belum pernah membeli di kios itu akhirnya menjadi pelanggan tetap.

Budaya yang tidak dimiliki oleh pasar modern namun dimiliki oleh pasar tradisional yaitu kebiasaan penjual yang terkadang meringankan pembelinya yaitu dengan berhutang atau mengikhlaskan. Mereka cenderung lebih kearah persaudaraan dibandingkan harus berfikir untung dan rugi. Budaya masyarakat Jawa lebih ke “nambah dulur “ atau menambah saudara itu juga merupakan rejeki. Kegiatan unik yang dilakukan para pedagang tradisional di Jawa atau lebih spesifiknya di Kota Kediri lebih tidak mengutamakan laba berupa uang. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengungkap lebih jauh sudut pandang laba dari sisi pedagang tradisional seperti apa?

TINJAUAN PUSTAKA

Pasar

Pasar dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia no.112 Tahun 2007 sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah lebih dari satu baik dalam pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun yang lainnya.

Sedangkan pasar menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia dalam sudut pandang ekonomi adalah situasi seorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (pedagang) melakukan transaksi setelah keduanya mengambil kata sepakat tentang harga dan kuantitas barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak yaitu pembeli dan penjual mendapatkan manfaat dari transaksi tersebut, pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkannya untuk

memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan dari pihak penjual mendapatkan imbalan pendapatan yang selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Pasar tradisional

Pasar tradisional dalam peraturan Menteri Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008 merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, pemerintah swasta, BUMN, BUMD dan kerjasama dengan swasta, selain itu pasar tradisional adalah gambaran social budaya masyarakat (Sumintarsih, dkk, 2011). Kekurangan pada pasar tradisional adalah infrastrukturnya mulai kondisi bangunan, kebersihan, kurang terpeliharanya sarana yang ada. Selain infrastruktur para pedagang tradisional kurang memahami strategi perencanaan, terbatasnya modal usaha, tidak adanya skala ekonomi, kurangnya jaringan kerjasama dengan pemasok besar, kurang baiknya manajemen pengadaan, dan kurangnya memahami keinginan konsumen (Wiboopongse dan Sriboonchitta 2006)

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung, bangunan dalam pasar tradisional sendiri terdiri dari kios-kios, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional sebagian besar menjual barang kebutuhan sehari-hari. Seperti bahan bahan kebutuhan makan antara lain ikan, daging, sayur, telur, kue tradisional, dan kebutuhan rempah rempah.

Proses transaksi dalam pasar tradisional yaitu pembeli datang ke kios mereka (pedagang) melakukan proses tawar menawar terhadap barang yang akan dibeli, yang kemudian menemukan kata sepakat dengan jumlah dan imbalan yang diberikan oleh pembeli kepada pedagang. Pasar tradisional banyak ditemukan pada kawasan pemukiman penduduk dengan tujuan mempermudah pembeli mencapai kawasan pasar.

Pasar tradisional berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Grobogan no.25 Tahun 2011 adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Dan tertuang juga dalam Perda Yogyakarta no.2 Tahun 2001 tentang Pasar tradisional yang merupakan pasar yang dibangun dan dikelola

oleh pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan/atau Badan Usaha milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.

Ciri-ciri Pasar Tradisional

Ciri-ciri pasar tradisional menurut Permen no.20 Tahun 2012 adalah sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama
4. Sebaagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan local

Jenis Pasar Tradisional

Pasar Tradisional dibedakan menjadi beberapa golongan menurut oktavia (2007) yang antara lain sebagai berikut

1. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis
 - a. Pasar Eceran yaitu dimana pasar terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran atau berskala sangat kecil
 - b. Pasar grosir yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar
 - c. Pasar Induk yaitu pasar ini memiliki skala lebih besar daripada pasar grosir, pasar induk merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan pada grosir-grosir dan pusat pembelian
2. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis
 - a. Pasar regional yaitu pasar yang terletak pada lokasi yang strategis dan luas, bangunan yang dimiliki yaitu bangunan permanen dan memiliki kemampuan pelayanan, meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

- b. Pasar kota merupakan pasar yang terletak dilokasi strategis dan luas, bangunan permanen dan memiliki kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
 - c. Pasar wilayah (distrik) yaitu pasar yang terletak pada lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan cukup lengkap. Pasar ini termasuk pasar eceran.
 - d. Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak dilokasi yang strategis dan luas, bangunan yang dimiliki permanen dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh kota, serta barang yang diperjualbelikan kurang lengkap. Termasuk dalam pasar eceran.
 - e. Pasar khusus yaitu pasar yang terletak dilokasi yang sangat strategis, bangunan yang dimiliki merupakan bangunan permanen dan memiliki kemampuan pelayanan untuk wilayah kota serta barang yang diperdagangkan terdiri dari satu macam barang khusus seperti contohnya pasar bunga, pasar burung dan pasar hewan.
3. Menurut waktu kegiatannya pasar digolongkan menjadi empat jenis
- a. Pasar siang hari yang beroperasi pada pukul 04.00 – 16.00
 - b. Pasar malam hari yang beroperasi dari pukul 16.00 – 04.00
 - c. Pasar darurat yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu.
4. Menurut kepemilikannya pasar digolongkan menjadi tiga jenis
- a. Pasar pemerintah yaitu pasar yang status kepemilikannya dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah
 - b. Pasar swasta yaitu pasar yang dimiliki oleh badan hokum yang diijinkan oleh pemerinah daerah
 - c. Pasar liar yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah yang kehadirannya dilatarbelakangi dengan kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar tidak merata, biasanya pasar ini dikelola secara perorangan atau ketua RW

Klasifikasi Pasar Tradisional

Menurut Perhub Kabupaten Grobogan no.25 Tahun 2011, Pasar Tradisional dibagi atas beberapa klasifikasi, antara lain adalah

1. Pasar Umum

Yaitu pasar yang berisi barang-barang yang beraneka ragam. Dalam pasar umum terdapat beberapa kriteria didalamnya antara lain adalah sebagai berikut

a. Kriteria pasar sesuai kelasnya

1). Kelas I

Luas lahan dasar minimal 2000m². Fasilitas yang tersedia antara lain tempat parker, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik dan penerangan lampu.

2). Kelas II

Luas lahan dasaran minimal 1500m². Tersedia fasilitas seperti tempat parker, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah. Kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik dan penerangan umum.

3). Kelas III

Luas lahan dasaran minimal 1000m². Tersedia fasilitas seperti tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamaman, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

4). Kelas IV

Luas dasaran minimal 500m². Tersedia fasilitas antara lain tempat promosi, kantor pengelola, Km/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik dan penerangan umum.

5). Kelas V

Luas Dasaran minimal 50m². Tersedia fasilitas antara lain sarana pengamanan dan sarana pengelola kebersihan.

b. Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

1). Golongan A

Barang yang diperjualbelikan berupa logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan.

Jasa : penukaran uang, perbankan dan yang dipersamakan

2). Golongan B

Barang yang diperjualbelikan pakaian/sandang, pakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatu sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastic, obat-obatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas atau baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin dan yang dipersamakan

Jasa : wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang dan yang dipersamakan.

3). Golongan C

Barang berupa beras, ketan, palawija, jagung, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis makanan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, unggas, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan dst

Jasa : penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan

4). Golongan D

Barang berupa rombengan, rongsokan, kertas bekas, Koran bekas dan yang dipersamakan

Jasa : sol sepatu, jasa patri dan yang dipersamakan

Pedagang Tradisional

Menurut Ananta (2011) Pedagang adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang atau jasa yang menggunakan pasar

sebagai tempat kegiatannya. Sedangkan Pedagang tradisional, merupakan sosok yang taat hukum, taat azas, tidak mau merugikan orang lain, tidak mau menipu, tidak ada akal licik, atau memanipulasi hukum untuk menghindari kewajiban selain itu karakter pedagang tradisional adalah takut dosa (Ganesha, Purwanto dan Dwi, 2013).

Kultur social Pasar Tradisional

Berdasarkan kaitannya dengan budaya masyarakat pasar Menurut Damsar (1995) mengajukan tiga argument yakni budaya membentuk actor rasional dari ekonomi pasar, ide-ide teknologi kognitif dan institusi yang berkaitan dengan menciptakan kerangka kerja bagi ekonomi pasar, serta orang menggunakan budaya untuk mengintreprestasikan dan menyesuaikan diri terhadap hubungan-hubungan dan institusi pasar. Argumen yang pertama menekankan perlunya nilai-nilai tertentu untuk dapat bergerak leluasa dalam ekonomi pasar. Argumen yang kedua pada tingkat kolektif masyarakat pasar memerlukan seperangkat cadangan, strategi, institusi yang berbeda dengan membentuk masyarakat lain. Argument yang ketiga berkaitan dengan budaya sebagai sarana dari penanaman bentuk kapitalisme melalui makna.

Nilai Pasar Tradisional

Menurut Alexander dalam Hefner (2000) Hubungan dagang dibangun secara bertahap dalam waktu yang lama, sehingga pedagang yang berhasil tidak hanya memerlukan ketrampilan tawar menawar dan keahlian pasar lainnya yang menghasilkan keuntungan-keuntungan pasar yang layak, tetapi juga ketrampilan pribadi untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan social yang ramah. Dalam mempertahankan hubungan social yang ramah pedagang harus memiliki sistem yang dituntut dengan nilai-nilai untuk melakukan hubungan relasi antara mereka.

Laba

Laba adalah keuntungan berbeda antara penerimaan pada bisnis atau pembiayaan lainnya (Griffin dan Ronald, 2005). Perolehan laba pada pedagang sembako pada pasar tradisional dipengaruhi oleh beberapa faktor modal, barang dagangan dan intervensi pemerintah di mana keuntungan pedagang berdasarkan observasi dan konflik nyata (Novita dan Salam, 2016). Laba menurut Hansen dan

mowen (2001) menyatakan bahwa laba merupakan laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset dan pengembangan. Unsur laba antara lain adalah pendapatan, beban, biaya, untung rugi, dan penghasilan.

Manajemen Laba

Manajemen laba adalah tindakan campur tangan manajemen dalam proses pelaporan keuangan eksternal yang bertujuan menguntungkan diri sendiri atau manajer (Setiawati, 2002) dan langkah-langkah yang dilakukan adalah disengaja dalam batasan prinsip akuntansi untuk tingkat pendapatan yang diharapkan (Davidson,1987).

Istanafeli (2016) menjelaskan tentang manajemen laba yang merupakan tindakan yang dilakukan manajemen dalam menaikkan dan menurunkan laba yang akan dilaporkan dari unit yang menjadi tanggungjawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan dan penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Dengan demikian manajemen laba dapat diartikan suatu tindakan manajemen laba yang mempengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan manfaat ekonomi yang keliru kepada perusahaan, sehingga dalam jangka panjang hal tersebut mampu mengganggu kestabilan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa tahapan antara lain

1. Identifikasi yaitu menjelaskan fenomena dalam penelitian yang dilanjutkan dengan studi kepustakaan dan identifikasi masalah yang akan diteliti
2. Pengambilan data yaitu penjelasan bagaimana cara pengambilan dan pengumpulan data pada pedagang tradisional di pasar.
3. Tahap pengolahan data diperoleh dari pemilahan berdasarkan penjelasan pedagang pasar tradisional.
4. Tahap analisis dan kesimpulan menjelaskan secara diskriptif temuan yang diperoleh dalam penelitian, yang didapatkan dari hasil wawancara pada pedagang tradisional yang ada pasar.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada pedagang yang menjual sembako di pasar tradisional wilayah kota Kediri, yaitu Pasar Pahing dan Pasar Bandar.

Penentuan Informan

Dalam menentukan informan yang akan diwawancarai, peneliti menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Relevance

Relevance dalam penelitian ini diartikan bahwa informan yang dipilih harus sesuai dengan tujuan penelitian, guna menghindari adanya jawaban yang tidak valid atau tidak sesuai. Informan dalam penelitian ini yaitu pedagang yang menjual sembako pada pasar tradisional di Kota Kediri.

2. Rapport

Agar dapat menggali informasi yang lebih mendalam, maka peneliti harus bisa dekat dengan informan. Kedekatan dengan informan diperlukan untuk menyamakan persepsi dan tujuan, sehingga terhindar dari kesalah pahaman secara individu maupun perbedaan persepsi dalam setiap item pertanyaan yang diberikan peneliti. Oleh karena itu, peneliti beberapa kali mengunjungi informan, mulai dari awal perkenalan hingga meminta bantuan untuk bersedia menjadi informan dalam penelitian ini sehingga bisa menggali lebih mendalam tentang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini kepada informan.

3. Readiness

Informan harus siap diwawancarai, sehingga sebelumnya peneliti meminta informasi peneliti menanyakan waktu dan tempat terlebih dahulu, dimana informan memiliki waktu luang dan tempat yang nyaman dalam melakukan pengambilan data atau wawancara. Sehingga data yang diberikan kepada peneliti bisa relevan dan akurat. Oleh karena itu, peneliti terlebih dahulu perlu melakukan konfirmasi kepada informan.

4. Reassurance

Informan harus benar-benar berbicara sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya terjadi. Informan tidak diperkenankan mendapat paksaan dalam bentuk apapun ketika wawancara berlangsung. Selain itu, peneliti

berusaha agar proses wawancara berjalan santai, sehingga tidak terkesan seperti interogasi.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. (Sugiyono, 2016:137). Data primer dalam penelitian ini adalah yang diperoleh melalui wawancara langsung kepada informan. Informan yang dimaksud adalah pemilik kios dagang yang ada di pasar pahing dan pasar Bandar Kota Kediri. Dalam penelitian kualitatif, data dan sumber data merupakan poin paling penting, sehingga peneliti menggunakan alat bantu perekam audio ketika melakukan wawancara.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yang didasarkan pada paradigma fenomenologis. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu obyek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi didalamnya karena kondisi lapangan yang alamiah maka hasil yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas namun dari segi kualitas fenomena yang diamati. (Prastowo, 2012:24). Penelitian kualitatif ini dilihat dari sudut pandang Fenomenologi, fenomenologi merupakan pengalaman subjektif atau suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok seseorang (Moleong, 2017:14). Sehingga dapat dikatakan fenomenologi yaitu penelitian yang diawali dengan adanya fenomena yang terjadi di lapangan kemudian dilakukan penelitian untuk mendapatkan kebenaran akan masalah dan pemecahaannya. Fenomena dalam penelitian ini adalah adanya manajemen laba pada pedagang tradisional yang memiliki karakteristik budaya yang kental dalam masyarakat.

Proses Pengumpulan dan Analisis Informasi

1. Proses pengumpulan informasi
 - a. Observasi. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi terlebih dahulu disebabkan berhubungan dengan manusia dan budaya masyarakat.

- b. Wawancara. Proses wawancara dilakukan untuk menggali informasi yang dibutuhkan peneliti, peneliti membutuhkan studi pendahuluan untuk menemukan masalah dalam penelitian yang akan diteliti secara mendalam. Peneliti memiliki keyakinan bahwa subyek penelitian para pedagang adalah benar dan dapat dipercaya sehingga hasilnya mampu dijadikan sebagai sumber utama dalam penulisan.
 - c. Dokumentasi peneliti. Dokumentasi peneliti menjadikan salah satu cara dalam pengumpulan data yaitu berupa dokumen, rekaman percakapan, studi pustaka dan pengambilan foto saat wawancara.
2. Analisis informasi
- a. Reduksi data. Reduksi data digunakan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang dirasa tidak diperlukan kemudian mengkoordinasikan data sehingga tercapai kesimpulan akhir
 - b. Penyajian Data. Kegiatan penyusunan data yang telah diperoleh sehingga didapatkan penarikan kesimpulan yang bisa berbentuk teks naratif, matriks, grafik maupun bagan.

Penafsiran dan Penarikan Kesimpulan

Pada penarikan kesimpulan, penelitian kualitatif akan disampaikan secara naratif yaitu merupakan penjelasan berupa kata-kata. Kesimpulan diverifikasi peneliti selama wawancara berlangsung, dan makna-makna yang muncul dari wawancara diuji kebenarannya, kecocokan yang merupakan kunci sebagai validitasnya sehingga jelas kebenarannya dan kegunaannya.(Haberman, 1992:16). Dalam penelitian ini kesimpulan diperoleh berdasarkan data yang diperoleh baik dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

Pengecekan Keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan data dapat dilakukan salah satunya dengan triangulasi, yaitu teknik mengecek keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2017:330). Pengecekan keabsahan dalam penelitian ini menggunakan Triagulasi, Triagulasi menurut Moeloeng (2017) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan konstruksi kenyataan yang terdapat dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang kejadian-kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

Sehingga dalam penelitian ini digunakan triangulasi teknik, yaitu merupakan teknik pengecekan kredibilitas data yang dapat dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa teknik. Yaitu, selain menggunakan teknik wawancara, digunakan observasi dan dokumentasi untuk mengecek kredibilitas data yang diberikan oleh informan.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya berlanjut dan sistematis yang dilakukan saat pengumpulan data maupun setelah data terkumpul seluruhnya. Dalam penelitian ini, analisis sudah dimulai di awal, karena data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif akan terus berkembang. Jika analisis sudah dilakukan sudah dari awal, akan mempermudah pelengkapan data jika masih ada yang kurang.

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu analisis fenomenologi transcendental, yang lebih berfokus pada studi kesadaran. Dalam hal ini, fenomenologi lebih menekankan pada keakuan seorang informan. Aku dalam fenomenologi merupakan pusat dari lingkungan, akhirnya mengarah pada bagaimana aku dalam tubuhku yang mengambil ruang dan tempat tertentu untuk memperoleh pengalaman. Pengalaman ini nantinya akan membentuk intuisi dari aku.

Dalam teknik analisis fenomenologi transcendental, ada beberapa hal yang harus dipahami dalam analisis data (Kamayanti, 2016) yaitu:

1. *Noema*

Analisis fenomenologi selalu diawali dengan melakukan identifikasi noema yang merupakan proses analisis bagian terluar dari temuan.

2. *Epoche (Bracketing)*

Setelah melakukan identifikasi noema tahap selanjutnya ialah epoche yang merupakan proses pengelupasan dari yang terluar sampai dengan yang terdalam.

3. *Noesis*

Tahapan selanjutnya setelah epoche yaitu noesis atau pemaknaan yang lebih mendalam. Noesis merupakan kesadaran yang muncul akibat pengalaman karena dan pada waktu dan tempat tertentu.

4. *Intentional Analysis*

Setelah mengetahui noema dan noesis, diperlukan pemahaman lanjutan untuk mengetahui bagaimana noema bisa membentuk noesis. Pemahaman ini disebut juga *intentional analysis*.

5. *Eidetic Reduction*

Tahap terakhir yaitu menentukan hasil dari pemaknaan-pemaknaan yang telah dilakukan atau biasa disebut dengan *eidetic reduction*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Informan

Subjek penelitian ini adalah para pedagang pada pasar tradisional. Pemilihan informan adalah sebagai berikut

1. Memiliki toko atau lapak yang menjual sembako pada pasar tradisional
2. Pemilik toko yang telah berjualan minimal 5 tahun, dengan pertimbangan telah memahami seluk beluk dalam memperoleh laba dan bagaimana menyiasati laba

Berikut merupakan data informan dalam penelitian ini:

Tabel 1
Data Informan

Nama	Barang yang dijual	Tempat berjualan	Lama berjualan
1. Bu Lilik	Sembako	Pasar Pahing Kota Kediri	17 tahun
2. Bu Mahfud	Sembako	Pasar Bandar Kota Kediri	10 tahun

Sumber: data diolah 2018

Teknik penelitian menggunakan wawancara terhadap informan di masing masing tempat usaha. Informan diberikan pertanyaan sesuai dengan fokus

penelitian dan jawaban dari informan langsung didokumentasikan dengan menggunakan alat perekam.

Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Berikut hasil analisis wawancara yang telah dilakukan oleh fenomenolog kepada informan.

1. Identifikasi Noema

Pada identifikasi noema, peneliti mencoba menggali informasi mengenai makna laba yang dilakukan oleh informan. Hasil identifikasi noema pada unit analisis makna laba diperoleh melalui pertanyaan peneliti tentang pengertian laba menurut pendapat kedua informan. Pada dasarnya jawaban yang dikemukakan oleh kedua informan adalah sama, yaitu Bu Lilik mengatakan laba itu kelebihan harga ya...dari barang yang kita beli „yang mau kita jual” maksudnya adalah laba diperoleh dari selisih harga dari barang yang menjadi modal awalnya atau “kulaan” , dan laba menurut Ibu Mahfud yaitu “keuntungan dari menjual sebuah barang”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa laba menurut para pedagang dipasar adalah keuntungan dari mereka menjual suatu barang, selisih biaya tersebut di dapat dari harga jual yang mereka tawarkan ke konsumen atau pelanggan dikurangi biaya saat mereka membeli barang dari agen. Dan ini sesuai dengan teori Nafarin (2007) yang menyatakan bahwa laba merupakan perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya dan pengeluaran dalam periode tertentu.

2. Identifikasi Epoche

Setelah menggali info terluar, selanjutnya adalah proses pengelupasan dari yang terluar sampai dengan yang terdalam. Pada tahap ini, peneliti mulai menggali informasi tentang bagaimana cara yang dilakukan oleh informan untuk memperoleh laba.

Ibu Lilik menyatakan bahwa, laba ditentukan sebesar 5-10% dari modal, sehingga laba mencapai Rp 500-Rp 1.000 per produk.

Sedangkan Ibu Mahfud, jika pembeli grosir dirinya hanya mengambil untung Rp 100-Rp200 per produk atau 2-3%, tapi jika ecer antara Rp 500-Rp 1.000 per produk.

Pernyataan yang didapat dapat ditarik kesimpulan bahwa laba yang diperoleh berasal dari laba yang diinginkan didasarkan pada modal atau dasar harga dari agen.

3. Identifikasi Noesis

Tahapan selanjutnya setelah epoche yaitu noesis atau pemaknaan yang lebih mendalam. Noesis merupakan kesadaran yang muncul akibat pengalaman karena dan pada waktu dan tempat tertentu.

Pada tahap ini, peneliti mencoba menggali mengenai hal yang akan dilakukan oleh informan ketika laba yang menjadi tujuan usahanya akan berkurang karena suatu hal. Banyak terjadi pada pasar tradisional, ketika seorang pembeli ketika akan membayar, ternyata uang yang dibawanya tidak cukup. Beginilah tanggapan dari kedua informan mengenai hal tersebut.

Ibu Lilik menyatakan hal tersebut sudah biasa, dan menganggapnya sebagai piutang. Sedangkan apabila kekurangan pembayaran tersebut hanya berjumlah kecil, yaitu antara Rp100-Rp 500 beliau akan mengikhhlaskan.

Ibu Mahfud menyatakan hal serupa, menganggapnya sebagai piutang, meskipun tanpa adanya suatu jaminan apapun, beliau yakin bahwa si pembeli akan kembali suatu hari dengan melunasi kekurangan pembayaran tersebut. Bahkan, apabila kekurangan pembayaran tersebut hanya berjumlah kecil, yaitu antara Rp500-Rp 1.000 beliau malah mengikhhlaskannya begitu saja.

4. Identifikasi *Intentional Analysis*

Setelah mengetahui noema dan noesis, diperlukan pemahaman lanjutan untuk mengetahui bagaimana noema bisa membentuk noesis. Pemahaman ini disebut juga *intentional analysis*. Dalam hal ini peneliti menggali informasi, bagaimana seorang pengusaha yang tujuannya adalah memperoleh laba, dengan mudah mengikhhlaskan laba begitu saja. Berikut adalah ungkapan dari kedua informan mengenai hal tersebut.

Ibu Lilik menyatakan bahwa tujuannya tidak lain adalah untuk menarik pembeli, agar pembeli kembali lagi membeli barang dagangan darinya.

Sedangkan Ibu Mahfud melakukan hal tersebut, lebih kepada untuk membentuk suatu hubungan persaudaraan dengan pelanggan. Dengan begitu, pelanggan akan menjadi seperti saudara sendiri, yang secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas, karena saat ini jumlah pedagang di pasar tradisional yang menjadi pesaingnya pun terus bertambah, ditambah lagi penjual sayur online pun sudah mulai marak.

Bahkan selain dengan jalan mengikhlaskan laba, kedua informan juga menarik loyalitas pembeli dengan cara memberikan bingkisan lebaran kepada pelanggan setia mereka.

5. *Eidetic Reduction*

Tahap terakhir yaitu menentukan hasil dari pemaknaan-pemaknaan yang telah dilakukan atau biasa disebut dengan *eidetic reduction*.

Dari keempat analisis di atas, maka sudah dapat kita maknai hasil penelitian ini dengan menyimpulkannya. Pada dasarnya, alasan seseorang menjalankan sebuah usaha adalah untuk memperoleh laba, laba menjadi tolok ukur kinerja bagi perusahaan-perusahaan besar. Laba yang menurun bahkan menjadi sinyal yang kurang baik bagi pihak investor, hal tersebut membuat pemilik melakukan beberapa hal untuk menstabilkan laba, karena itulah ada istilah manajemen laba.

Akan tetapi ternyata pada pasar tradisional, konsep laba tersebut jauh berbeda. Karena dengan konsep “nambah dulur”, pedagang tradisional rela mengurangi perolehan labanya, demi memperoleh loyalitas dari pelanggan.

KESIMPULAN

1. Informan mendefinisikan laba merupakan keuntungan atau kelebihan harga dari modal, laba yang diambil para pedagang berkisar Rp 100 hingga Rp 1.000 tiap produk atau 2-10% dari harga distributor.
2. Informan *relative flexible* dalam hal hutang piutang, di mana jika pembeli kurang membawa uang berkisar Rp 100 hingga Rp 1.000 maka penjual

atau pedagang lebih mengihklaskan. Dimana harapan pedagang adalah dengan adanya kemudahan tersebut berharap pembeli akan rutin kembali membeli barang kebutuhannya di tokonya.

3. Para pedagang dipasar tradisonal, khususnya informan terbiasa dengan adanya bingkisan hari raya yang diberikan pada pembeli yang rutin berbelanja pada toko mereka. Bingkisan yang diberikan seadanya dengan tujuan loyalitas konsumen dan karena adanya tradisi yang telah turun temurun.
4. Dengan laba minim untuk tiap produk dan dengan adanya bingkisan hari raya laba bagi pedagang semakin berkurang belum lagi adanya retribusi pasar yang dibayarkan Rp 3000 per hari. Dengan minimnya perolehan laba sehingga ada tujuan selain orientasi laba yaitu untuk mengisi waktu luang, untuk menambah saudara dan kenalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, Heri. Dkk. 2011. Menahan serbuan Pasar Modern : Strategi Perlindungan dan Pengembangan Pasar Tradisional. Lembaga Ombudsman Swasta DIY. Yogyakarta
- Alexander, J. 2000. Wanita Pengusaha di Pasar-pasar Jawa. Dalam Robert Hefner. Budaya Pasar: Masyarakat dan moralitas dalam kapitalisme Asia Baru. Penerbit LP3ES. Jakarta
- A.C. Nielsen. 2005. Asia Pacific Retail and Shopper Trends 2005 (online). <http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetailandShopperTrendsAsia2005.pdf>
- Ating, Sumantri dan Sambas, Ali Muhidin. 2006. Aplikasi Statistika Dalam Penelitian. Penerbit Pustaka Setia, Bandung
- Barus, Andreani Caroline dan Sembiring, Yoshepine Natalia. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba di Seputar Right Issue. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil. Vol. 2 No.1 April 2012, 1-10
- Christiani, Ingrid dan Nugrahanti, Yeterina Widi. 2014. Pengaruh Kualitas Audit terhadap Manajemen Laba. Jurnal Akuntansi dan Keuangan 16 (1) 2014, 52-62
- Davidson, S. Stickney, C. and Weil, R. 1987. Accounting: The language of Business. Seventh Edition. Thomas Horton and Daughter. Arizona
- Dechow, Patricia M., R.G. Sloan & A.P. Sweeney. 1995. *Detecting Earning Management. The Accounting Review*, 70, 193-225.
- Fischer, M dan Rosenzweig, K. 1995. *Attitudes Of Students And Accounting Practitioners Concerning The Ethical Acceptability Of Earning Management. Journal Of Bussiness Ethics*, Vol 14, No.6, 433-444
- Guna, Welvin I dan Herawaty, Arleen. 2010. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit dan Faktor Lainnya terhadap Manajemen Laba. Jurnal Bisnis dan Akuntansi 12(1) April 2010, 53-68.
- Griffin, Ricky W. dan Ronal J.Ebert. 2005. Bisnis. Edisi 7. Jakarta: PT Indeks, Kelompok Gramedia.
- Hansen. Mowwen. 2001. Manajemen Biaya. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Istana.Feli. 2016. Manajemen Laba (Earning Manajemen). <https://istanafeli.wordpress.com/2016/12/14/manajemen-laba-earning-manajement/>

- Kamayanti, A. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi*. (A. D. Mulawarman, Ed.). Jakarta: Ngapurancang.
- Kirana, Raisa, Hsan, Amir dan Hardi. 2016. Pengaruh Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan, Kecakapan Manajerial dan Risiko Ligitasi terhadap Manajemen Laba dengan Kualitas Audit sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi*. ISSN 2337-4314. Vol. 4 No. 2 April 2016, 189-205.
- Kono, Fransiska Dian Permatasari dan Yuyetta, Etna Nur Afri. 2013. Pengaruh Arus Kas Bebas, Ukuran KAP, Spesialisasi Industri KAP, Audit Tenur dan Independensi Auditor terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting* 2 (3) 2013, 1-9
- Larastomo, Juoro, Halim, Hanung dan Eko. 2016. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Penghindaran Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 6 (1) April 2016 P-ISSN: 2087-2038, E-ISSN: 2461-1182, 63-74.
- Mayangsari, Sekar. 2004. Analisis pengaruh independensi, kualitas audit, serta mekanisme Corporate Governance terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi VI Surabaya*, 16-17 Oktober. 2003. Hal:1255-1269
- Mahariana, I Dewa Gede Pingga dan Ramantha, I Wayan. 2014. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 7 (2). 519-528
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif* (36th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nanok, Yanuar, Natasya & Brigitta Azaria Widadi. 2008. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Perusahaan Publik di Indonesia pada Tahun 2008. *Journal of Applied Finance and Accounting*,3(1), 60-74.
- Novita, wiwin dan Salam,Abdul. 2016. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus di Pasar Tradisional Bantul). *Jurnal Ekonomi Syariah Indosiam*. Juni 2016/1437H. Volume VI. No.1. Hal 62-72. Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Agama. Universitas Alma Ata Yogyakarta.
- Oktavia, Galuh. 2007. *Redesain Pasar Jongke Surakarta*. Skripsi S-1. Fakultas Teknik. Jurusan Arsitektur. Universitas Atmajaya.
- Peraturan Bupati Kabupaten Grobogan no.25 Tahun 2012
- Peraturan Menteri no.20 Tahun 2012 Tentang Ciri cirri pasar tradisional

- Peraturan Menteri Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 Tahun 2007
- Perda. Yogyakarta no.2 Tahun 2001 Tentang Pasar
- Prastowo. Andi. 2012. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Prespektif Rancangan Penelitian. Penerbit: Ar-Ruzzmedia. Yogyakarta
- Putri, Noviantara Dwi dan Etna Nur Afri Yuyetta. 2013. Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang. Diponegoro Journal Of Accounting. Vol 2. No 3. Hal 1-13
- Rahmawati (2008). Motivasi, batasan dan peluang manajemen laba (Studi empiris pada industry perbankan yang terdaftar di bursa efek Jakarta). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol.23, No.4, Hal: 385-403
- Schipper K. 1989. Commentary on Earning Management. Accounting Horizon. 3, 91-102.
- Scott, william R. 1997. Financial Accounting Theory International Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Setiawati, Lilis & Ainun Na'im. 2000. Manajemen Laba. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 15(4), 424-441.
- Setiawati, Lilis. 2002. Manajemen Laba dan IPO di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi 5. Semarang 5-6 September 2002. Hal: 112-125
- Siregar, S.V dan S. Utama.2006. Pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan dan praktek Corporate Governance terhadap pengelolaan laba (Earning Management). Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol 9, No.3. September. 2006, Hal:307-326
- Subagyo dan Oktavia. 2010. Manjemen laba sebagai respon atas perubahan tariff pajak penghasilan badan di Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi XII. Purwokerto
- Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Penerbit CV Alfabetha. Bandung
- Sulistiyanto, H.Sri. 2008. Manajemen Laba Teori dan Model Empiris. Grasindo

Sulistiyanto, H.Sri dan Haris Wibisono. 2003. *Good Corporate Governence: Berhasilkah diterapkan di Indonesia.*

Sumintarsih,dkk. 2011. Ekssistensi Pasar Tradisional, Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional Di Kota Surabaya, Jawa Timur. Yogyakarta: Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, Direktorat Jendral Nilai Budaya, Seni dan Film, Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.

Susanto. Idil Rakhmat dan Majid. Jamaludin.2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi Laba Pada perusahaan Manufaktur di BEI. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradapan: Vol.III. No. 2 Desember 2017

Susiana, Eddy, dan Pratama P.Midiastuty. Pengaruh *Good Corporate Governence* Terhadap Praktek Manajemen Laba. Koferensi Nasional Akuntansi

Stice, Stice, Skousen. 2009. Akuntansi keuangan *Intermediate Accounting*. Buku 1.Edisi 16. Penerbit salemba Empat

Wiboonpongse,A.,S. Sriboonchitta and Y. Chaovanapoonphol. 2006. Revenews of Knoeledge of Informal Labor in Contract Farming and Hired Labor. Health Promotion Plan for Informal Farm Labor Sector. Thai Health Promotion Foundation

<https://news.detik.com/berita/d-3412000/jokowi-pasar-tradisional-akan-hilang-gara-gara-online-store. tanggal 20 maret 2018. Pukul 20:36>

[https:// www.kompasiana.com/Kepemilikan](https://www.kompasiana.com/Kepemilikan) pasar tradiisionel. 21 Desember 2016.

<http://yogas09.student.ipb.ac.id/gambaran-umum-pasar-tradisional/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-semua-al-tentang-manajemen-laba-yang-harus-anda-ketahui/>

<https://www.akuntansilengkap.com/manajemen/manajemen-laba-pengertian-bentuk-dan-motivasi/>

<https://istanafeli.wordpress.com/2016/12/14/manajemen-laba-earning-management/>

<http://www.sec.gov/news/speech/speecharchive/1998/spch220.txt>

MANAJEMEN LABA

Buku ini membahas tentang Manajemen laba sekaligus dengan contoh studi kasus manajemen laba pada perusahaan di LQ45 dan juga manajemen laba pada pasar tradisional . Materi yang dibahas dalam buku ini meliputi :

1. Ruang Lingkup Manajemen Laba
2. Teknik Manajemen Laba
3. Peluang Manajemen Laba
4. Pro Kontra Manajemen Laba
5. Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba
6. Masa Keburukan Manajemen Laba
7. Perilaku etis Manajemen Laba
8. Studi Kasus



Dian Kusumaningtyas, S.E., M.M.

Merupakan Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Ia mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi tahun 2006 serta gelar Magister Manajemen dari Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2011. Saat ini ia fokus mengajar mata kuliah Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen. Selain itu , ia juga aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah baik seminar maupun workshop.



Erna Puspita, S.E., M.Ak.

Lahir di Nganjuk, 11 Desember 1988. Adalah seorang dosen sekaligus alumni Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Menyelesaikan studi S1 Akuntansi pada tahun 2011. Dan menyelesaikan studi S2 Magister Akuntansi di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur tahun 2015. Karya buku selain ini berjudul "Bagaimana Aku (Potret Kepatuhan Wajib Pajak).

ISBN 978-602-51598-5-5



Manajemen Laba