

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Tinjauan Teori

Adapun beberapa teori yang telah dikemukakan para ahli terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.1.1 Teori Perpajakan

Menurut Undang-undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 ayat(1) No. 28/2007, pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Tujuan dibuat kebijakan perpajakan kedalam bentuk undang-undang adalah untuk mengikat semua orang supaya mematuhi dan tercipta keadilan serta kepastian hukum dalam pelaksanaannya. Menurut Mardiasmo (2009:1) “Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat imbalan kembali (kontraprestasi) yang langsung ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

1.1.1.1 Tax planning

Menurut Erly Suandy (2014:6), dalam bukunya yang berjudul perencanaan pajak menyatakan bahwa perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak.

Perencanaan pajak merupakan salah satu insentif pajak yang mempengaruhi manajer perusahaan untuk melakukan manajemen laba (Astutik dan Mildawati, 2016). *Tax planning* (perencanaan pajak) muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara perusahaan dan pemerintah. Perbedaan kepentingan itu terletak pada perusahaan yang berusaha membayar pajak seminimal mungkin agar tidak mengurangi laba yang telah diperolehnya, sementara pemerintah mengandalkan pembayaran pajak dari perusahaan untuk mendanai pengeluaran negara.

1.1.1.2 Strategi Perencanaan Pajak

Menurut Chairil Anwar Pohan dalam bukunya manajemen perpajakan (2015:10), menyatakan bahwa strategi perencanaan pajak dan bisnis strategi yang dapat ditempuh untuk mengefesiensikan beban pajak pada suatu perusahaan yang harus dilakukan oleh seorang manajer secara umum yaitu sebagai berikut:

1) *Tax Saving.*

Tax saving adalah upaya untuk mengefesiensikan beban pajak melalui pemilihan alternatif pengenaan pajak dengan tarif yang lebih rendah

2) *Tax Avoidance.*

Tax Avoidance adalah upaya mengefesienkan beban pajak dengancara menghindari pengenaan pajak dengan mengarahkannya pada transaksi yang bukan objek pajak.

3) Penundaan/ pergeseran pembayaran pajak

dapat dilakukan tanpa melanggar peraturan perpajakan yang berlaku.

- 4) mengoptimalkan kredit pajak yang diperkenankan. Wajib pajak seringkali kurang mendapat informasi mengenai pembayaran yang dapat dikreditkan.
- 5) Menghindari pemeriksaan pajak dengan cara menghindari lebih bayar
- 6) Menghindari pelanggaran terhadap peraturan perpajakan dengan cara menguasai peraturan perpajakan.

Jadi semakin tinggi perencanaan pajak yang dilakukan suatu perusahaan maka akan semakin besar peluang perusahaan untuk melakukan praktek manajemen laba. Perusahaan melakukan *tax planning* (perencanaan pajak) dengan tujuan untuk memperkecil beban pajak dan secara otomatis akan berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan karena laba tersebut merupakan dasar dari pengenaan pajak. Jika diperoleh laba tinggi maka perusahaan cenderung melakukan manajemen laba dengan meminimalkan laba (*income minimization*) yang diperoleh agar beban pajak rendah, dan ketika beban pajak yang dibayarkan rendah maka laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan akan tinggi.

1.1.2 Teori Legitimasi

Ghozali dan Chariri (2007) juga menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi ialah hubungan dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Dasar dari hal tersebut ialah pandangan yang

menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha menciptakan keharmonisan dan keselarasan antara nilai sosial dalam aktivitasnya dan norma yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat bahwa perusahaan menjadi bagian dari sistem tersebut (Purwanto, 2011).

Dengan teori ini, perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari berbagai pihak, bukan hanya dari pihak perusahaan saja, tetapi dari luar atau sekitar perusahaan. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan sosial yang memberikan dampak positif bagi pihak lain maka semakin banyak manfaat yang akan diperoleh serta kemajuan bagi perusahaan.

1.1.3 Teori Agensi

Menurut Sanjaya dan Wirawati (2016) teori keagenan (*Agency Theory*) adalah teori yang menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pihak pemilik, keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau prinsipal adalah sebagai pihak yang melakukan evaluasi terhadap informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan agen adalah sebagai pihak yang menjalankan kegiatan manajemen dan mengambil keputusan (Sanjaya dan Wirawati, 2016).

Dalam teori agensi juga dijelaskan mengenai konflik kepentingan dalam hubungan keagenan, konflik ini terjadi karena adanya asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*prinsipal*) manajemen seringkali melakukan tindakan oportunitis seperti Manajemen Laba mengenai kinerja ekonomi perusahaan sehingga dapat merugikan pemilik. Dengan adanya masalah keagenan yang ditimbulkan karena adanya konflik kepentingan dan asimetri informasi, maka perusahaan akan menanggung biaya keagenan (*agency cost*). *Agency cost* merupakan biaya yang dikeluarkan principal untuk mengawasi agen, pengeluaran yang mengikat oleh agen dan menimbulkan

residual loss yaitu nilai kerugian yang timbul karena adanya penyimpangan tersebut.

Berdasarkan teori agensi perusahaan yang mengeluarkan biaya pengawasan akan melaporkan laba bersih yang rendah, dengan demikian perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen yaitu biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat, kemudian sebagai wujud pertanggung jawaban manajemen akan melakukan *corporate environmental disclosure* sebagai tindakan CSR guna memenuhi seluruh keinginan pihak principal. *corporate environmental disclosure* merupakan *signal* yang dapat mengalihkan perhatian pemegang saham dari pengawasan manipulasi laba dan isu-isu lain.

1.1.4 Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Wibisono (2007:7) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Menurut *Commission of the European Communities*, tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi demi menciptakan lingkungan yang lebih bersih serta masyarakat yang lebih baik.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para *stakeholders* untuk mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga dampak

tersebut dan bisa memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya.

Menurut Kotler dan Nancy (2005), *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Jadi perusahaan yang menerapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan maka akan mendapatkan manfaat berupa citra positif di mata masyarakat maupun investor. Citra positif tersebut secara tidak langsung dapat menguntungkan manajemen atau perusahaan dalam mengelola laba.

1.1.5 Teori Manajemen Laba

Manajemen laba adalah pilihan manajer tentang kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan khusus (Rahmawati, 2012). Manajemen laba digunakan untuk membuat laporan keuangan yang baik. Dengan kondisi laporan keuangan yang baik maka akan menarik para investor untuk membeli saham perusahaan karena dinilai memiliki kinerja yang baik.

Menurut Wirakusuma (2016), Manajemen laba adalah suatu proses yang disengaja, dengan batasan standar akuntansi keuangan untuk mengarahkan pelaporan laba pada tingkat tertentu. Dengan demikian manajemen laba dapat menggambarkan suatu kondisi dimana manajemen perusahaan melakukan intervensi dalam menyusun laporan keuangan yang ditujukan bagi pihak eksternal untuk menaikkan, atau meratakan laba, sehingga tidak terlalu *fluktuatif* naik atau turunnya.

Manajemen laba bukanlah suatu hal yang merugikan selama dilakukan dalam koridor-koridor peluang, manajemen laba tidak selalu diartikan dengan proses manipulasi laporan keuangan karena terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dan bukan sebagai

suatu larangan (Kusumawardhani, 2012). Perilaku manajemen laba merupakan salah satu bentuk tindakan *creative accounting* dari manajer, tentunya tidak muncul dengan sendirinya, melainkan ada motivasi ekstrinsik dibalik perilaku tersebut (Dedhy Sulistiawan, 2011).

Sedangkan berbagai pola yang sering dilakukan manajer dalam melakukan *Earnings Management* menurut Scott (2003) adalah:

1) *Taking a bath*

Pola ini digunakan perusahaan dalam kondisi tertekan. Manajer cenderung melaporkan laba yang rendah dengan harapan meningkat dimasa depan.

2) *Income minimization* (Minimisasi laba)

Pola ini digunakan ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, untuk mengurangi visibilitasnya manajer melakukan manajemen laba.

3) *Income maximization* (Maksimisasi laba)

Pola ini digunakan ketika manajer menginginkan kenaikan bonus dan saat dihadapkan pada perjanjian hutang yang tinggi dan tidak dapat terbayarkan

4) *Income smoothing* (Perataan laba)

Pola ini digunakan untuk mengantisipasi kondisi yang akan dihadapi oleh perusahaan.

1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan terdapat pengaruh *Tax planning* (Perencanaan Pajak) terhadap manajemen laba, dalam hal ini *Tax planning* (perencanaan pajak) merupakan keputusan yang spesifik yang dibuat oleh manajer perusahaan yang dirancang untuk melakukan manajemen laba. Bagi manajer perencanaan pajak juga disebut sebagai suatu insentif pajak yang mempengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba.

Tetapi didalam penelitian lain terdapat hasil yang berbeda yaitu *Tax Planning* (Perencanaan pajak) tidak berpengaruh terhadap manajemen laba hal tersebut terjadi karena di dalam perusahaan manufaktur terdapat beberapa divisi atau departemen dengan masing-masing manajemen. Hal ini akan membuat kecenderungan bahwa manajemen akan mementingkan kepentingannya masing-masing dalam memperoleh bonus atau *reward* apabila menunjukkan kinerja yang baik, sehingga manajemen laba yang dilakukan cenderung terjadi karena *self interest* manajemen bukan karena perencanaan pajak yang menjadi kepentingan *principal* (pemilik perusahaan).

Sementara itu Perusahaan dengan CSR yang tinggi mendapatkan legitimasi atau kepercayaan dari publik. Legitimasi tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menutupi tindakan manajemen laba yang dilakukan. Sehingga Manajemen lebih leluasa melakukan tindakan tersebut karena merasa terlindungi dengan adanya legitimasi atau kepercayaan publik. Santi dan Wardani (2018) Adapun penelitian lain menunjukkan hasil pengujian CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan arah negatif. Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas cenderung melakukan manajemen laba yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berkomitmen. untuk ikut andil dan berkomitmen dalam kebijakan CSR akan mengurangitindakan-tindakan yang tidak etis seperti manajemen laba.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, terdapat banyak perbedaan hasil yang menyebabkan adanya diversifikasi faham tentang pengaruh *Tax Planning* (perencanaan pajak), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), terhadap Manajemen Laba Perusahaan. Ada penelitian yang hasilnya berpengaruh positif, ada yang berpengaruh negatif. Hal tersebut menurut saya disebabkan karena peneliti-peneliti sebelumnya langsung membandingkan semua sample yang lolos dalam *purposive sampling*. Jadi saya ingin mengulang penelitian yang sudah ada dengan meneliti ulang

variabel-variabel yang telah diteliti sebelumnya, dengan mengganti populasi target yang digunakan. untuk mendapatkan hasil yang paling tepat.

1.2.1 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti dan tahun	Judul penelitian	Tujuan Penelitian	Variable	Sampel	Metode analisis/ Model	Kesimpulan
1.	Dewi kusuma wardani & Defisa kurnia santi JURNAL AKUNTANSI VOL. 6	PENGARUH TAX PLANNING, UKURAN PERUSAHAAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh <i>tax planning</i> , ukuran perusahaan, dan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) terhadap manajemen laba.	1. <i>Tax Planning</i> (x1) 2. Ukuran perusahaan (x2) 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (x3) 4. Manajemen Laba (y)	Sampel diambil dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> .	1. dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi: Uji normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. 2. dianalisis dengan menggunakan teknik	Berdasarkan hasil dari olah data yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda didapatkan hasil sebagai berikut: a) <i>Tax planning</i> (perencanaan pajak) tidak memiliki

	NO. 1 JUNI 2018	MANAJEMEN LABA				regresi linier berganda dengan Rumus = $Y = \alpha + \beta_1 X_1 - \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$	pengaruh terhadap manajemen laba, b) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, dan c) <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba.
--	-----------------------	-------------------	--	--	--	--	--

2	Fatchan Achyani & Susi Lestari JURNAL Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia Vol.4 No.1 April 2019	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015- 2017)	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan kaitan antara perencanaan pajak, beban pajak tangguhan, aset pajak tangguhan, dan kepemilikan manajerial terhadap Manajemen Laba	1. Perencanaan pajak (x) 2. Manajemen Laba (y)	Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tekhnik <i>purposive sampling</i> Adapun kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan mempublikasikan laporan keuangan auditan secara	1.dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi: - Uji normalits - Uji Multikolinearitas - Uji Heteroskedastisitas - Uji Autokorelasi Uji Hipotesis : - Uji Regresi Linear Berganda -Uji F - Uji Koefisien Determinasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak, beban pajak tangguhan, aset pajak tangguhan, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
---	--	--	--	---	---	---	--

					<p>konsisten dan lengkap dari tahun 2015 sampai tahun 2017. (2) Periode laporan keuangan berakhir setiap tanggal 31 Desember. (3) Perusahaan yang tidak di-delisting selama periode pengamatan. (4) Laporan keuangan menggunakan mata uang negara Indonesia (IDR). (5) Perusahaan</p>	<p>- Uji T metode analisis regresi linear berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut: $MLA = \alpha + \beta_1PP + \beta_2BPT + \beta_3APT + \beta_4KM + \beta_5FCF + \varepsilon$</p>	
--	--	--	--	--	---	--	--

					mempunyai laba positif selama periode penelitian. (6) Melaporkan data yang dibutuhkan peneliti selama tahun 2015-2017.		
3	Husnul Khotimah Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4, No. 2, Agustus 2014	PENGARUH PERENCANAAN PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA	penelitian ini berupaya memberikan bukti empiris mengenai pengaruh perencanaan pajak yang diukur dengan dua proksi yang sering digunakan, yaitu tarif pajak efektif	1. Perencanaan Pajak (x) 2. Manajemen Laba (y)	ampel dalam penelitian ini diambil dari data laporan keuangan perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2009 sampai 2011. Metode pemilihan sampel	1. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut: $DCA_t = \alpha_0 + \alpha_1 ETR_t + \alpha_2 DTE_t +$	1. Hasil pengujian empiris membuktikan bahwa perencanaan pajak yang diprosikan dengan tarif pajak efektif lebih berpengaruh signifikan dari pada perencanaan

			<p>dan beban pajak tangguhan dalam pasar di Indonesia.</p>		<p>menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tendaftar dalam BEI 2. Memiliki item-item yang diperlukan untuk pengujian 3. Tidak termasuk dalam perusahaan yang penghasilannya bersifat final, seperti jasa konstruksi, industri keuangan dan WP dengan 	<p>b2LEV t + b3LNATt+ et.... 2.</p>	<p>pajak yang diprosikan dengan beban pajak tangguhan. 2. Beban pajak tangguhan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil ini mendukung teori equity view yang menyatakan bahwa pajak tangguhan tidak memiliki nilai relevansi karena ketidak pastian</p>
--	--	--	--	--	---	---	---

					ketentuan khusus dan pencadangan. 4. Tidak mengalami kerugian akuntansi.		hal yang berhubungan dengan arus kas. 3. Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap besar andiscretionary current accrual.
4	Denny Putri Hapsari & Dwi Manzilah urnal Akuntansi.	PENGARUH PERENCANAAN PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh perencanaan pajak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan pajak (x) 2. Manajemen laba (y) 3. Arus kas operasi (z) 	Dalam penelitian, peneliti akan menggunakan teknik pengambilan sampel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji Statistik Deskriptif 2. Analisis Regresi Linier Sederhana $Y = a + bx$ 3. Analisis Korelasi Parsial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba. Perencanaan pajak merupakan keputusan yang

	Vol. 3 No. 2. Juli 2016	ARUS KAS OPERASI SEBAGAI VARIABEL KONTROL	terhadap manajemen laba serta kaitannya dengan arus kas operasi		<i>purposive sampling</i> , dengan kriteria : 1. Perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen yang telah beroperasi dari periode 2011- 2015 serta yang mempublikasikan laporan keuangan secara rutin dan telah diaudit oleh auditor inependen. 2.Perusahaan manufaktur sub	4.Uji t (parsial) 5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	spesifik yang dibuat oleh manajer perusahaan yang dirancang untuk melakukan manajemen laba. Bagi manajar perencanaan pajak juga disebut sebagai suatu insentif pajak yang mempengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. 2. Pengaruh Perencanaan
--	----------------------------	---	---	--	---	--	--

					sektor otomotif dan komponen yang tidak mengalami kerugian dalam kurun waktu 2011-2015. 3.Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangannya dalam rupiah dari periode 2011-2015.		Pajak terhadap Manajemen Laba dengan Arus Kas Operasi sebagai Variabel Kontrol. Dengan demikian arus kas operasi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap perencanaan pajak terhadap manajemen laba, sebagai pengendalian dalam melakukan kegiatan
--	--	--	--	--	---	--	---

							operasional pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2015.
5	Mega Karunia Rosdwianti, Moch. Dzulkirom AR & Zahroh Z.A	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS	Tujuan yang ingin dicapai adalah mengetahui pengaruh signifikan CSR terhadap profitabilitas perusahaan menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (x) 2. Profitabilitas perusahaan (y) 	Peneliti melakukan penelitian pada Bursa Efek Indonesia, sedangkan untuk pengambilan data dilakukan di Pojok BEI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Deskriptif 2. Analisis Inferensial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA. Hal tersebut

	Jurnal Adminstras i Bisnis (JAB) Vol. 38 No.2 September 2016	PERUSAHAA N (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013- 2014)	indicator ROA, ROE, dan EPS pada perusahaan manufaktur sector industri barang konsumsi yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2013-2014.		Universitas Brawijaya yang berada di Jalan MT.Haryono 165 Malang		menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan. 2. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROE. Hal tersebut
--	--	--	--	--	--	--	--

							<p>menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.</p> <p>3. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS. Hal tersebut</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

							menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.
6	Fitri Ella Fauziah & Ichwan Marissan	PENGARUH <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR) TERHADAP KUALITAS	1. Memberikan bukti empiris pengaruh CSR dengan kualitas laba	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (x) 2. Kualitas Laba (y)	sampel penelitian meliputi perusahaan manufaktur yang <i>listing</i> di BEI yang diambil	Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji	1. Indeks CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laba. Semakin tinggi

<p>Jurnal Akuntansi & Auditing Volume 11/No. 1/ November 2014 : 38 – 60</p>	<p>LABA DENGAN <i>CORPORATE GOVERNANC E</i> SEBAGAI VARIABEL MODERATIN G</p>	<p>2. Memberikan bukti empiris pengaruh komisaris independen terhadap hubungan antara <i>CSR</i> dengan kualitas laba. 3. Memberikan bukti empiris pengaruh komite audit terhadap hubungan antara <i>CSR</i> dengan kualitas laba.</p>	<p>3. <i>Corporate Governance</i> (z)</p>	<p>dengan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dengan kriteria sebagai berikut : 1.Perusahaan non-keuangan yang menerbitkan laporan keuangan tahun 2010-2012. 2.Perusahaan yang memiliki kelengkapan informasi terkait dengan <i>corporate</i></p>	<p>asumsi klasik, pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis pertama dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Adapun persamaan untuk pengujian hipotesis pertama adalah : $Y = a + b_1X_1 + e$</p>	<p>indeks <i>CSR</i> maka semakin tinggi pula kualitas laba perusahaan dan sebaliknya. 2. Komisaris independen secara signifikan pada level 10% memoderasi pengaruh indeks <i>CSR</i> terhadap kualitas laba. 3. Komite audit tidak mampu secara</p>
---	--	--	---	--	--	--

					<p><i>governance</i> yang meliputi komisaris independen dan komite audit yang disertai dengan latar belakang belakang, pengalaman kerja dan pekerjaan saat ini.</p> <p>3. Perusahaan yang mempunyai kelengkapan data terkait dengan CSR.</p>		<p>signifikan memoderasi pengaruh indeks <i>CSR</i> terhadap kualitas laba.</p>
7	David Marciano	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate</i>	Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan	1. <i>Corporate Social</i>	Populasi penelitian ini adalah	Menggunakan analisis regresi berganda	1. Hasil pengujian ini menemukan bahwa CSR

	<p>Ricardo, & Faisal</p> <p>JOURNAL OF ACCOUNTING <i>Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015, Halaman 1</i></p>	<p><i>Social Responsibility</i></p> <p>Terhadap Praktik Manajemen Laba</p>	<p>bukti empiris dan mengetahui apakah praktik pengungkapan CSR akan mengurangi perilaku manajemen laba oleh perusahaan</p>	<p><i>Responsibility</i></p> <p>2. Praktik manajemen laba (y)</p>	<p>perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i></p>	<p>1. Untuk menguji hipotesis pertama, model penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan ukuran perusahaan, ROA dan <i>Leverage</i> sebagai variabel kontrol manajemen laba.</p> $E_{mi} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR + \alpha_2 Size + \alpha_3 ROA + \alpha_4 LEV$ <p>2. untuk menguji hipotesis kedua, yaitu untuk menguji hubungan moderasi</p>	<p>memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan arah negatif pada model pertama. Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas cenderung melakukan manajemen laba yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang</p>
--	---	--	---	---	---	--	---

						<p>dari karakteristik perusahaan terhadap hubungan CSR dan manajemen laba digunakan model penelitian berikut</p> $EM_i = \alpha_0 + \alpha_1 CSR + \alpha_2 Size + \alpha_3 ROA + \alpha_4 LEV + \beta_1 CSR * Size + \beta_2 CSR * ROA + \beta_3 CSR * LEV$	<p>berkomitmen untuk ikut andil dan berkomitmen dalam kebijakan CSR akan mengurangi tindakan-tindakan yang tidak etis seperti manajemen laba.</p>
8	Dea Savitri Ayu Lestari, Ia Kurnia, & Yuniati Jurnal Ilmiah Manajemen	PENGARUH PERENCANAAN PAJAK DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perencanaan pajak terhadap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan pajak (x1) 2. Ukuran perusahaan (x2) 3. Manajemen Laba (y) 	menggunakan teknik <i>Purposive sampling</i> dengan kriteria Tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji linier berganda 2. Uji Koefisien determinasi 3. Uji-t (Parsial) 4. Uji F (Simultan) 	Berdasarkan hasil penelitian, beberapa perusahaan yang dijadikan penelitian diindikasikan

	, Ekonomi, & Akuntansi Vol.2 No.3 September- Desember 2018	MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2015-2017)	manajemen laba, seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dan seberapa besar pengaruh perencanaan pajak dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015- 2017				melakukan manajemen laba melalui <i>income minimization</i> dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Secara simultan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Perencanaan Pajak dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Manajemen Laba adalah sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti
--	--	--	--	--	--	--	---

							terdapat pengaruh Perencanaan Pajak (X1) dan Ukuran Perusahaan (X2) secara simultan terhadap Manajemen Laba (Y) pada perusahaan
9	Gayatri & Prasetya pria Jurnal Riset Akuntansi	IMPLIKASI UKURAN PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE	Untuk mengetahui Implikasi Ukuran Perusaha dan pengungkapan CSR terhadap Manajemen laba	1. Ukuran perusahaan (x1) 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Pengambilan sampel dilakukan secara <i>non probability sampling</i> dengan menggunakan pendekatan	Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (<i>path analysis</i>) untuk pengolahan data. Untuk menguji hipotesis terlebih dahulu	Berdasarkan pada data dan pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

	Vol.06 No.4,September 2016	<i>SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP MANAJEMEN LABA</i>		3. Manajemen laba	purposive sampling Kriteria sampel yang akan digunakan yaitu: 1. perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2014 2. perusahaan menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2012-2014. 3. perusahaan tersebut mencantumkan pengungkapan	dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu: 1. uji normalitas, untuk mengetahui model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik <i>Kolmogorov-Smirnov</i> . 2. uji multikolinearitas, untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang	1. ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba 2. pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> yang lebih banyak akan membatasi terjadinya praktik
--	-------------------------------	--	--	-------------------	--	---	--

					<p><i>corporate social responsibility.</i></p> <p>4. perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.</p>	<p>memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model.</p> <p>3. uji heteroskedastisitas, untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas</p>	<p>manajemen laba. Perusahaan yang memiliki komitmen yang kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya, akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku sehingga akan membatasi praktik manajemen laba yang secara etika tidak</p>
--	--	--	--	--	---	---	--

						<p>dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.</p> <p>4. uji autokorelasi, untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$.</p>	<p>bisa diterima kebanyakan orang.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

2.3 Model Konseptual Penelitian

Penelitian ini akan membahas pengaruh *Tax Planning* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Manajemen Laba. Dengan menggunakan *Tax Planning* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel independen dan Manajemen Laba sebagai variabel dependen. Model konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Penelitian

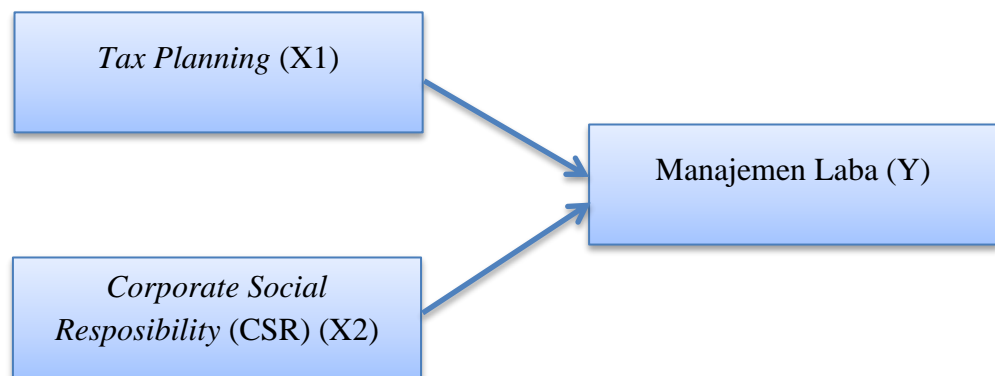


Diagram diatas menjelaskan tentang alur konseptual penelitian ini. Dimulai dari *Tax Planning* (Perencanaan pajak) terhadap Manajemen Laba. Manajemen laba merupakan kondisi dimana manajemen perusahaan melakukan intervensi dalam menyusun laporan keuangan yang ditujukan bagi pihak eksternal untuk menaikkan, atau meratakan laba, sehingga tidak terlalu *fluktuatif* naik atau turunnya, salah satu cara yang dapat dilakukan manajemer perusahaan adalah dengan cara meminimalkan biaya pajak yang akan dibayarkan agar memperoleh laba setelah pajak yang tinggi. *Tax Planning* (Perencanaan pajak) merupakan suatu cara yang dapat digunakan untuk mengecilkan jumlah pajak yang harus dibayar dengan memanfaatkan celah-celah yang diperbolehkan dan tidak melanggar aturan menurut peraturan perpajakan sebagai penghematan pajak. Selain itu diduga bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga merupakan factor yang dapat mendorong manajer perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba.

Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan dan melaporkan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 *Tax Planning* (Perencanaan Pajak)

Teori menjelaskan bahwa Perencanaan Pajak merupakan salah satu insentif pajak yang mempengaruhi manajer perusahaan untuk melakukan manajemen laba (Astutik, 2016). Bagi perusahaan, pajak merupakan salah satu biaya yang menjadi fokus perhatian dalam memaksimalkan laba. Manajer berusaha untuk mencari celah-celah peraturan perpajakan untuk meminimalkan pengeluaran atas pembayaran pajak. Dengan melakukan *Tax Planning* maka perusahaan akan membayar jumlah pajak yang lebih kecil, sehingga perusahaan akan memiliki kas yang lebih banyak untuk membiayai operasi dan ekspansi.

Pengaruh *Tax Planning* terhadap Manajemen Laba Menurut Lestari *et. al* (2018) “terdapat pengaruh signifikan antara Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba. Hal ini dikarenakan perusahaan melakukan perencanaan pajak bertujuan untuk penghematan pembayaran pajak yang akan dibayarkan kepada pemerintah. Penerapan perencanaan pajak ini harus sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan yang berlaku saat ini”.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Khotimah (2014) yang menyatakan “Perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan Perencanaan pajak merupakan tindakan manajemen yang mempengaruhi besaran *current accrual* yang diinginkan manajemen. Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap besaran *discretionary current accrua*.”.

Adapun penelitian lain yang menunjukkan hasil serupa (Denny Putri Hapsari dan Dwi Manzilah, 2016) “Perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba. Perencanaan pajak merupakan keputusan yang spesifik yang dibuat oleh manajer perusahaan yang dirancang untuk melakukan Manajemen Laba. Bagi manajer perencanaan pajak juga disebut sebagai suatu insentif pajak yang mempengaruhi manajer untuk melakukan Manajemen Laba”.

Tetapi hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Santi dan Wardani (2018) “*Tax planning* (perencanaan pajak) tidak memiliki pengaruh terhadap Manajemen Laba, hal tersebut terjadi karena di dalam perusahaan manufaktur terdapat beberapa divisi atau departemen dengan masing-masing manajemen. Hal ini akan membuat kecenderungan bahwa manajemen akan mementingkan kepentingannya masing-masing dalam hal untuk memperoleh bonus atau *reward*”. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Achyani (2019) “Perencanaan pajak tidak dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan manajemen laba”.

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat dilihat terdapat inkonsistensi hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dan teori yang mendasarinya. Menurut teori *Tax Planning* berpengaruh terhadap Manajemen Laba. Meskipun teori dan hasil penelitian terdahulu hasilnya tidak selaras namun peneliti lebih cenderung menganut apa yang diungkapkan oleh teori. Maka dari itu hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini:

H1 : *Tax Planning* (Perencanaan Pajak) berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.

2.4.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Kotler dan Nancy (2005), *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Jadi perusahaan yang menerapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan maka akan mendapatkan manfaat berupa citra positif di mata masyarakat maupun investor. Citra positif tersebut secara tidak langsung dapat menguntungkan manajemen atau perusahaan dalam mengelola laba.

Penelitian yang dilakukan Santi dan Wardani (2018) menjelaskan bahwa “CSR berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba. Perusahaan dengan CSR yang tinggi mendapatkan legitimasi atau kepercayaan dari publik. Legitimasi tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menutupi tindakan Manajemen Laba yang dilakukan. Manajemen lebih leluasa melakukan tindakan tersebut karena merasa terlindungi dengan adanya legitimasi atau kepercayaan publik tersebut”.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fauziah dan Marissan (2014) “CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laba. Disimpulkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan akan menurunkan Manajemen Laba (Manajemen Laba yang rendah maka kualitas laba menjadi tinggi)”.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti dan Zahroh, (2016) juga menunjukkan hasil serupa, “CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan”.

Sedangkan terdapat penelitian menunjukkan hasil yang berbeda, Ricardo dan Faisal (2019) menyatakan “CSR memiliki

pengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan arah negatif. Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas cenderung melakukan manajemen laba yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berkomitmen untuk ikut andil dan berkomitmen dalam kebijakan CSR akan mengurangi tindakan-tindakan yang tidak etis seperti manajemen laba”.

Pendapat tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan Gayatri and Pria (2016) “*Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba. Kondisi ini menggambarkan bahwa peningkatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan menyebabkan terjadinya penurunan Manajemen Laba. Perusahaan yang memiliki komitmen kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku dan akan meminimalisir praktik Manajemen Laba. Organisasi yang memiliki etika akan memiliki integritas dengan berbuat jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya”.

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat dilihat terdapat inkonsistensi hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dan teori yang mendasarinya. Menurut teori *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Manajemen Laba. Meskipun teori dan hasil penelitian terdahulu hasilnya tidak selaras namun peneliti lebih cenderung menganut apa yang diungkapkan oleh teori. Maka dari itu hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini:

H2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.