

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori Agensi

Teori agensi adalah sebuah teori yang menyatakan hubungan antara pihak manajemen perusahaan dengan pemilik perusahaan atau hubungan antara agen dan *principal*. Hubungan keagenan terdapat suatu perjanjian antara pemilik berharap manajemen untuk menjalankan perintah dan memberi kewenangan kepada agent agar mendapatkan keputusan terbaik bagi *principal* (Solikhah, 2022). Teori agensi merupakan perspektif yang dipakai sebagai landasan untuk memahami kegiatan manajemen laba. Jika tujuan antara kedua pihak untuk memajukan perusahaan sama, maka dipastikan bahwa agen bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Penyebab terjadinya suatu pemahaman tentang teori keagenan yaitu bahwa tujuan dari *principal* dan tujuan agen yang berbeda akan menimbulkan konflik. Konflik ini terjadi ketika manajer selaku agen bertindak tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Konflik inilah yang menyebabkan masalah keagenan (Agency Problem) (Damayanti & Kawedar, 2018). Dengan demikian manajemen laba didasari dengan kehadiran teori agensi yang menyatakan bahwa setiap orang berkeinginan untuk memaksimalkan kemampuannya. Konsep teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara *principal* dan agen. *Principal* memperkerjakan agen untuk melakukan tugas dalam rangka memenuhi kepentingan *principal*.

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberi manfaat bagi para pemangku kepentingan (Yanti et al., 2021). Karenanya tanggung jawab perusahaan yang awal hanya diukur dengan indikator ekonomi, harus bergeser dengan memperhatikan faktor-faktor sosial, baik internal maupun eksternal, karena kelangsungan hidup entitas usaha tergantung pada dukungan dari para *stakeholder*. Teori *stakeholder* merupakan konsep manajemen strategis yang akan

membantu perusahaan untuk memperkuat hubungan dengan pihak luar dan mengembangkan kemampuan kompetitif (Suharyani, 2019). Dalam rangka melebar tujuan badan usaha, manajer harus mempunyai kemampuan untuk dapat memahami kemauan para *stakeholder* agar tujuan dan pengambilan keputusan mendapat persetujuan dari *stakeholder*.

Pelaksanaan CSR tidak hanya dihadapkan kepada pemilik atau kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan (Gantino, 2016). Penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan suatu bentuk konsistensi perusahaan dalam memperhatikan para *stakeholder* dan diharapkan dapat menjaga stabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial adalah suatu komitmen entitas usaha untuk berkontribusi bagi ekspansi ekonomi berkelanjutan, dengan bekerja sama para karyawan juga perwakilan perusahaan, maupun masyarakat sekitar untuk meningkatkan taraf kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik bagi kelangsungan kegiatan perusahaan maupun untuk pembangunan (Winnie Eveline Parengkuan, 2017). Dalam pengungkapannya CSR harus berdasar pada pemahaman 3P (*profit, people, planet*). Prinsip tersebut memiliki makna yaitu perusahaan bukan hanya mencari keuntungan (*profit*), tetapi juga memberikan kesejahteraan kepada orang (*people*), serta menjamin keberlangsungan hidup lingkungan sekitar (*Planet*) (Sari, 2012). Intinya bahwa tanggung jawab sosial ialah suatu kewajiban bagi perusahaan ikut serta dalam aktivitas yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan sekitar secara keseluruhan, disamping kepentingan organisasi dan tetap berpedoman pada prinsip ekonomi dan hukum.

Tanggung jawab sosial ini telah ditegaskan melalui Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 15 huruf b menyatakan : “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”, dalam penjelasan pasal tersebut disebutkan “ Yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan

penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”. Dan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 angka 3 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut Setianingrum (2015), dalam menjalankan program CSR, perusahaan perlu fokus pada tiga hal yaitu *profit*, lingkungan, dan sosial. Membahas tentang *profit*, dengan mendapatkan *profit*, perusahaan dapat menyisihkan sebagian keuntungan yang didapatkan untuk pembiayaan dan pengembangan usaha ke depan, memberikan deviden bagi para pemegang saham dan membayar kewajiban kepada pemerintah melalui pajak. Kedua yaitu sosial, perusahaan dapat ikut serta dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan dan manajemen bencana dengan cara memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar untuk kualitas hidup makhluk sekitar secara berkelanjutan. Ketiga yaitu sosial, perhatian kepada masyarakat boleh dilaksanakan dengan cara melaksanakan kegiatan-kegiatan serta kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki diantaranya pemberian bantuan pendidikan dan kesehatan kepada masyarakat disekitar perusahaan.

Harapan dengan adanya tanggung jawab sosial, perusahaan bukan hanya mengejar laba, tetapi juga berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat sekitar secara berkelanjutan. Ada beberapa manfaat CSR bagi perusahaan diantaranya mempertahankan dan menaikkan citra badan usaha, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mengurangi resiko bisnis perusahaan, mengembangkan akses sumber daya bagi operasional usaha, membuka kesempatan pasar yang lebih luas, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*, memperbaiki jalinan dengan regulator, menaikkan semangat dan produktivitas karyawan, peluang mendapatkan penghargaan (Fahmi, 2014).

Selain manfaat, menurut Hadi (2014), CSR juga mempunyai tiga prinsip utama yang harus dipertimbangkan. Pertama, keberlanjutan (*Sustainability*) mempunyai kaitan dengan efek dalam hal tindakan dengan pertimbangannya saat

ini, yang berdampak pada opsi yang tersedia di masa depan. Bila sumber daya dipakai saat ini, tentu sumber daya tersebut tidak lagi berguna di kemudian hari. Poin ini mendapat perhatian khusus, jika faktor produksi terbatas jumlahnya. Fokus *Sustainability* adalah keberpihakan dan upaya bagaimana memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang. Kedua, akuntabilitas berkaitan dengan perusahaan yang mengakui bahwa kegiatannya memiliki pengaruh terhadap lingkungan luar dan karena itu mempunyai tanggung jawab terhadap dampak tindakannya. Oleh karena itu akuntabilitas menyiratkan kuantifikasi efek dari tindakan yang diambil, baik di dalam maupun diluar perusahaan. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai sarana untuk perusahaan menumbuhkan citra dan jaringan terhadap para pemangku kepentingan. Ketiga, transparansi, sebagai prinsip, berarti bahwa dampak eksternal dari tindakan organisasi dapat dipastikan dari pelaporan organisasi tersebut dan fakta terkait tidak disamarkan dalam laporan ini.

2.1.4 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah keberhasilan kerja yang didapat perusahaan dalam periode tertentu dan terdapat pada laporan keuangan perusahaan tersebut (Wijaya & Sherly, 2017). Informasi terkait *profit* perusahaan dapat mengukur berhasil atau tidaknya bisnis dalam mencapai tujuan operasi yang ditetapkan. Kinerja keuangan perusahaan digunakan sebagai alat pengukuran subjektif yang menunjukkan efektivitas penggunaan aset oleh sebuah perusahaan dalam kegiatan bisnis dan meningkatkan keuntungan. Kinerja keuangan yang baik dapat di tunjukkan dengan pengelolaan perusahaan yang baik. Dalam hubungannya dengan kinerja, laporan keuangan sering dijadikan dasar untuk penilaian kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan usaha formal yang dikerjakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari kegiatan perusahaan yang telah dilaksanakan pada suatu periode (Silalahi & Ardini, 2017). Semakin berkembangnya perekonomian suatu negara akan menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan yang dapat menunjukkan eksistensi perusahaan. Dengan demikian kinerja keuangan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melihat keadaan keuangan sesuai dengan aturan yang berlaku.

Alat untuk mengukur kinerja keuangan diantaranya rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, rasio pasar

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan utang jangka pendek. Jenis-jenis rasio likuiditas yaitu rasio aktivitas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio pasar. Rasio aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya untuk mendukung aktivitas perusahaan. Untuk mengukur rasio aktivitas digunakan *assets turnover*, *receivable turnover*, *inventory turnover*. Rasio solvabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Rasio solvabilitas terdiri dari *debt ratio*, *debt to equity ratio*, *long term debt to equity ratio*, *long term debt to capitalization ratio*, *time interest earned ratio*, *cash flow interest coverage*, *cash flow to net income*, *fixed charge coverage*, *debt service coverage*, dan *cash return on sales*. Rasio profitabilitas ialah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti aktivitas penjualan, kas, modal, karyawan dan sebagainya. Macam-macam rasio profitabilitas *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *return on assets (ROA)*, dan *return on equity (ROE)*. Rasio pasar mengukur harga pasar relatif terhadap nilai buku. Rasio pasar memberikan informasi penting perusahaan dan dinyatakan dalam basis per saham. Rasio pasar terdiri dari *earnings per share*, *price earnings ratio*, *book value per share*, *price to book value*, *dividend yield*, *dividend per share*, dan *dividend payout ratio*.

Dari rasio-rasio tersebut, yang berkaitan langsung dengan kepentingan analisis kinerja perusahaan adalah *Return on Asset (ROA)* yang merupakan bagian dari rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan untuk mendapatkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. ROA diperoleh dengan cara membandingkan laba setelah pajak terhadap total aset.

2.1.5 Manajemen Laba

Secara umum manajemen laba diartikan sebagai usaha manajer perusahaan untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan yang bertujuan guna

mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Juliani & Ventty, 2022). Manajemen laba juga merupakan tindakan manajer dalam menggunakan kebijakan akuntansi terhadap pelaporan akuntansi yang tidak sesuai dengan keadaan ekonomi perusahaan dan menyesatkan pihak investor dalam mengambil keputusan ekonomi dengan adanya angka laba tersebut.

Oleh sebab itu manajer yang melakukan manajemen laba mempunyai dorongan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan hubungan sosial dan lingkungan guna menaikkan citra perusahaan dan kegiatan manajemen laba yang telah dilakukan dapat tertutupi. Dalam melaksanakan program CSR diperlukan sumber daya keuangan yang memadai yang akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan di masa depan dan berjangka panjang. Pelaporan keuangan ditujukan untuk menunjukkan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis. Standar akuntansi (SAK dan sebagainya) memiliki peranan penting agar manajer sebuah perusahaan bisa memberikan informasi yang berkualitas.

Dalam pelaporan keuangan suatu perusahaan terdapat fenomena manajemen laba (*earnings management*). Fenomena ini muncul karena standar-standar yang telah ditetapkan secara tidak langsung masih terdapat ruang kepada manajer untuk memilih standar agar perlakuan akuntansi sesuai dengan yang diinginkan. Prinsip akrual salah satu prinsip akuntansi yang sangat bermanfaat dalam menghasilkan informasi yang berkualitas justru mengandung kelemahan, yaitu memberikan peluang kepada manajemen untuk melakukan manajemen laba. Motivasi manajemen laba yaitu mengelabui kinerja ekonomi yang sebenarnya, dan itu dapat terjadi karena terdapat informasi yang tidak antara manajemen dan para pemegang saham perusahaan. Motivasi lainnya adalah mempengaruhi penghasilan (telah diatur dalam kontrak) yang bergantung pada jumlah yang dilaporkan dengan asumsi bahwa manajemen mempunyai kepentingan pribadi dan kompensasinya didasarkan pada laba akuntansi. Adanya hubungan antara manajemen laba dengan metode akuntansi yang dipilih, sehingga manajemen laba dapat diartikan sebagai perilaku manajer untuk memanipulasi dan menentukan besarnya laba perusahaan (Riska Astari & Suputra, 2019).

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tinjauan penelitian Terdahulu

Nama, Tahun	Judul	Kesimpulan
Ardiani & Sudana (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Manajemen Laba	<ol style="list-style-type: none">1. Semakin tinggi intensitas <i>corporate social responsibility</i>, maka akan dapat menurunkan tingkat manajemen laba.2. Kepemilikan institusional yang tinggi akan dapat menurunkan kembali tingkat manajemen laba yang dipengaruhi oleh <i>corporate social responsibility</i>.
Putriana et al.(2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap manajemen laba dengan Leverage dan Growth Sebagai Variabel Control Pada Industri Farmasi yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia	<ol style="list-style-type: none">1. Hasil penelitian menunjukkan <i>Corporate social responsibility</i> memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Setiap terdapat kenaikan pada pengungkapan CSR, maka manajemen laba juga akan meningkat.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate social responsibility, leverage, dan growth</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
Alexander & Palupi (2020)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Reporting</i> Terhadap Mnajemen Laba	<ol style="list-style-type: none">1. Hasil penelitian menunjukan bahwa pengungkapan CSR dapat mengurangi praktik manajemen laba karena semakin transparannya informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pemangku kepentingan.
Rahmawardani & Muslichah (2020)	<i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Manajemen Laba dan	<ol style="list-style-type: none">1. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Peningkatan CSR dapat dilakukan oleh perusahaan melalui peningkatan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

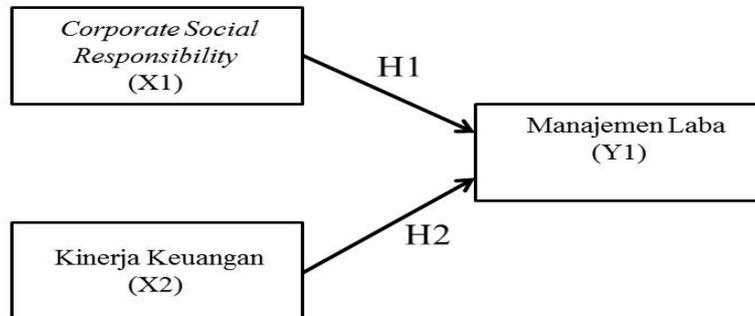
	Kinerja Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 2. CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba. Dalam hal ini sebuah perusahaan dalam aktivitas CSR harus mendapat dukungan dari masyarakat sekitar berupa laporan keuangan yang lebih terpercaya dan tidak dimanipulasi. 3. Manajemen Laba tidak signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Tujuan dalam perusahaan yakni mendapatkan laba dan penghematan pajak. Seorang manajer lebih memprioritaskan tujuan tersebut. 4. Manajemen Laba tidak dapat memediasi atau tidak memberikan pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.
Juliani & Venty (2022)	Analisis Pengaruh CSR terhadap Manajemen Laba dengan Tata Kelola Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggung jawab sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba. 2. Ukuran dewan sebagai moderasi berpengaruh tidak signifikan dalam mempengaruhi tanggung jawab sosial dan manajemen laba. 3. Direktur independen sebagai moderasi berpengaruh signifikan positif dalam mempengaruhi tanggung jawab sosial dan manajemen laba. 4. Kepemilikan institusional sebagai moderasi berpengaruh tidak signifikan dalam mempengaruhi tanggung jawab sosial dan manajemen laba. 5. Konsentrasi kepemilikan sebagai moderasi berpengaruh tidak signifikan dalam mempengaruhi tanggung jawab sosial dan manajemen laba.
Riska Astari & Suputra (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, dan Kinerja Keuangan Pada Manajemen Laba	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada manajemen laba. 2. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif pada manajemen laba. 3. Kinerja keuangan berpengaruh positif pada manajemen laba
Wijaya & Sherly (2017)	Analisis Pengaruh CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

	Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Pemoderasi	2. Analisis variabel pemoderasi menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada kinerja keuangan
Gantino (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap ROE 2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. 3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap PVB.
Wowor et al. (2021)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor <i>Consumer Goods Industry</i> Di Bursa Efek Indonesia (Bei)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ROA tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. 2. ROE tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
Solikhah (2022)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Dan Manajemen Laba (Studi Empiris Pada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan CSR berpengaruh pada profitabilitas perusahaan. 2. Pengungkapan CSR tidak mempengaruhi manajemen laba.

	Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2017)	
Kusuma & Syafruddin (2014)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Pemoderasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR yang dilakukan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. 2. Manajemen laba dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan.
Asmarani et al. (2019)	Pengaruh ROA dan ROE Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Garmen Di Bei Tahun 2013-2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Return On Assets</i> (ROA) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba. 2. <i>Return On Equity</i> (ROE) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

2.3 Model Konseptual Penelitian

Model konseptual bertujuan memberikan gambaran umum mengenai konsep dari penelitian ini. Kerangka pemikiran ini disusun atas dasar pemahaman peneliti terhadap tinjauan teoritis serta penelitian terdahulu yang sebelumnya telah dikaji pada penelitian sebelumnya oleh peneliti. Dalam mempermudah pemahaman hipotesis yang sudah dibangun dalam penelitian, maka disusun kerangka pemikiran untuk menggambarkan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan variabel independen, Manajemen Laba sebagai variabel dependen yang akan diuji.



Gambar 2.1
Model Konseptual Penelitian

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba

Aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan tidak dapat terlepas dari peran serta dan dukungan masyarakat. CSR selain digunakan sebagai sebuah aktivitas untuk membantu masyarakat dan lingkungan, CSR juga digunakan sebagai alat untuk profil organisasi yang baik. Tindakan CSR juga akan dijadikan sebagai sebuah alat yang digunakan manajer yang berkepentingan untuk menutupi tindakan negatif yang telah dilakukan, seperti manajemen laba. Penelitian menghasilkan temuan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba (Ardiani & Sudana, 2018). Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi moderasi. Disisi lain penelitian menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan (Rahmawardani & Muslichah, 2020). Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis jalur. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka hipotesis penelitian ini ialah :

H1 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

2.4.2 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Manajemen Laba

Kinerja keuangan merupakan suatu pencapaian suatu perusahaan mengenai pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan visi dan misi serta tujuan organisasi yang tertuang dalam perencanaan strategi perusahaan. Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai oleh perusahaan terhadap berbagai kegiatan yang telah dilakukan. Agar para pemegang saham atau investor tetap percaya pada kualitas kinerja perusahaan ini, maka manajemen dalam hal ini dapat melakukan tindakan manajemen laba agar kinerja keuangan perusahaan tersebut tetap dilihat baik. Kinerja keuangan dalam hal ini dapat dilihat melalui rasio profitabilitas yaitu *Return On Assets (ROA)* yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perolehan laba yang besar akan menarik perhatian investor karena dengan laba yang besar perusahaan akan memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi.

Apabila kinerja keuangan yang diukur dengan ROA ini semakin tinggi maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal tersebut menyebabkan ROA menjadi dorongan bagi manajemen untuk memaksimalkan laba. penelitian yang pernah dilakukan mengatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif pada manajemen laba (Riskha Astari & Suputra, 2019). Berdasarkan pernyataan diatas maka hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan adalah :

H2: kinerja keuangan memiliki pengaruh positif pada manajemen laba.