

**ANALISIS PENGARUH PERENCANAAN PAJAK,
UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di
BEI Tahun 2019-2021)**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Hafidz Dinta Fulian

Nim : 31402100153

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2023

**ANALISIS PENGARUH PERENCANAAN PAJAK,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di
BEI Tahun 2019-2021)**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Hafidz Dinta Fulian

Nim : 31402100153

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS
EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Usulan Penelitian untuk Skripsi

ANALISIS PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP MANAJEMEN LABA

**(Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar
di BEI Tahun 2019-2021)**

Disusun Oleh :

Hafidz Dinta Fulian

NIM : 31402100153

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi
Program Studi akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 17 Mei 2023

Pembimbing,



Dr. Edy Suprianto, S.E., M.Si., Akt., CA

NIK. 211406018

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH PERENCANAAN PAJAK,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP MANAJEMEN LABA

**(Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang
terdaftar di BEI Tahun 2019-2021)**

Disusun Oleh :

Hafidz Dinta Fulian

Nim : 31402100153

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 9 Juni 2023

Penguji

Penguji

Ahmad Hijri Alfian, S.E., M.Si.
NIK. 211421032

Naila Najihah, S.E., M.Sc.
NIK. 211418029

Pembimbing

Dr. Edy Suprianto, S.E., M.Si., Akt., CA
NIK. 211406018

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi Tanggal 9 Juni 2023

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak, CA
NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafidz Dinta Fulian

NIM : 31402100153

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini saya menyatakan bahwa usulan penelitian skripsi yang diajukan dengan judul “**Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2021)**” ini adalah hasil karya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi atau karya yang pernah ditulis orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 17 Mei 2023



Hafidz Dinta Fulian

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafidz Dinta Fulian

NIM : 31402100153

Jurusan : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa usulan penelitian skripsi yang diajukan dengan judul “**Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2021)**” dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberi ha Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung jawab secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 17 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Hafidz Dinta Fulian

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kecerdasan bukanlah penentu kesuksesan, melainkan kerja keraslah yang merupakan penentu kesuksesan yang sebenarnya.”

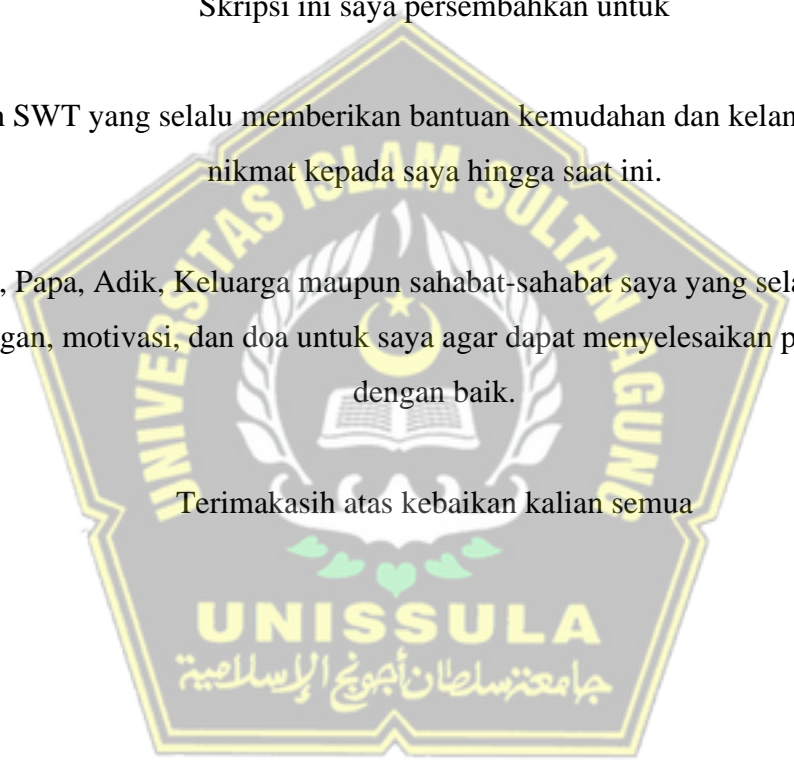
“Your love make me strong, but your hate makes me unstoppable.”

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Allah SWT yang selalu memberikan bantuan kemudahan dan kelancaran serta nikmat kepada saya hingga saat ini.

Mama, Papa, Adik, Keluarga maupun sahabat-sahabat saya yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Terimakasih atas kebaikan kalian semua



ABSTRACT

Earnings management is an attempt by company managers to intervene or influence some information in the financial statements which aims to trick stakeholders who want to know the company's performance. Earnings management can be done by levelling, increasing and decreasing profits so that financial reports instead of helping but instead provide inaccurate information for users. This results in unreliable financial reports, because the information contained in them does not display actual information. This study aims to determine and analyse the effect of tax planning, company size, and sales growth on earnings management.

The sampling method was purposive sampling and 44 samples were obtained. The data used is secondary data in the form of financial statements of banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019-2021 period, annual reports of banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019-2021 period. The analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. The dependent variable in this study is earnings management. While the independent variables are tax planning, company size, and sales growth. The population of this study were banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019-2021 period.

The test results of this study indicate that tax planning has a negative and insignificant effect on earnings management. Meanwhile, company size, and sales growth have a positive and significant effect on earnings management.

Keywords: *Tax Planning, Company Size, Sales Growth, and Earnings Management*

ABSTRAK

Manajemen laba merupakan suatu upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi beberapa informasi dalam laporan keuangan yang bertujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja perusahaan. Manajemen laba dapat dilakukan dengan cara meratakan, menaikkan dan menurunkan laba sehingga laporan keuangan bukannya membantu tetapi justru memberikan informasi yang tidak tepat bagi penggunanya. Hal ini mengakibatkan laporan keuangan tidak dapat diandalkan, karena informasi yang terkandung di dalamnya tidak menampilkan informasi yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba.

Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dan diperoleh 44 sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021, laporan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Sedangkan variabel independen adalah perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021.

Hasil pengujian dari penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Perencanaan pajak, Ukuran perusahaan, Pertumbuhan penjualan, Manajemen Laba.

INTISARI

Manajemen merupakan pihak internal yang berkepentingan untuk bekerja meningkatkan laba yang berkualitas. Menurut (Rahmawaty, 2017), laba berkualitas adalah laba yang secara akurat dapat mencerminkan kinerja keuangan aktual perusahaan dan dapat terus mencerminkan laba masa depan, yang ditentukan oleh komponen akrual dan kas. Investor lebih cenderung menjadi pemegang saham di perusahaan jika pendapatannya berkualitas lebih tinggi. Tindakan seorang manajer untuk memaksimalkan atau meminimumkan laba yang dilaporkan dalam penyusunan laporan keuangan unit mereka dikenal sebagai manajemen laba, dan tidak ada hubungannya dengan perubahan profitabilitas jangka panjang perusahaan. Sebaliknya, manajemen laba menurut (Lubis & Suryani, 2018), sebagai “kesalahan atau kelalaian yang disengaja dalam membuat laporan keuangan mengenai fakta material dan data akuntansi sehingga menyesatkan ketika semua informasi nya digunakan untuk membuat penilaian yang pada akhirnya akan menyebabkan orang mengubah atau mengubah pendapat atau keputusan mereka.

Penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu telah menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba (Agustia & Suryani, 2018). Selain itu penelitian yang dilakukan (Yunietha & Palupi, 2017) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Berdasarkan dari fenomena dan research gap yang telah dinyatakan maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba?”. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji serta mengetahui kembali bagaimana pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba.

Kajian pustaka yang dihasilkan dari penelitian ini menghasilkan 3 hipotesis yaitu perencanaan pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap

manajemen laba. Kedua ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba, dan ketiga pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dan diperoleh 44 sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021, laporan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS.



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta segala kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan draft skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2021)”**. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada nabi besar Muhammad SAW.

Draft skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Pada proses penyusunan ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, motivasi, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu penulis dalam penyelesaian draft skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak, CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dedi Rusdi, S.E., M.Si., Akt., CA selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak Dr. Edy Suprianto, S.E., M.Si., Akt., CA. Selaku Dosen Pembimbing

yang telah bersedia meluangkan waktu memberikan saran, bimbingan, arahan dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya.
7. Bapak dan Ibu dari Penulis yang selalu memberikan dukungan, doa serta semangat kepada penulis. Terimakasih tak terhingga penulis sampaikan untuk semua pengorbanan yang telah diberikan.
8. Adik-adik dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, semangat dan selalu memotivasi penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu
10. Terimakasih untuk semua dukungan dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian usulan penelitian skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga draft skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga draft skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Semarang, 17 Mei 2023

Penulis,



Hafidz Dinta Fulian

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
INTISARI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Teori Signaling</i>	10
2.1.2 Terjadinya Informasi Asimetris.....	15
2.2 Variabel Penelitian.....	17
2.2.1 Perencanaan Pajak	17
2.2.1.1 Pengertian Perencanaan Pajak / <i>Tax Planning</i>	17
2.2.1.2 Tujuan <i>Tax Planning</i>	18
2.2.1.3 Manfaat <i>Tax Planning</i>	18
2.2.1.4 Strategi <i>Tax Planning</i>	18

2.2.1.5	Metode <i>Tax Planning</i>	20
2.2.1.6	Penerapan <i>Gross Method</i>	21
2.2.1.7	Penerapan <i>Net Method</i>	22
2.2.1.8	Penerapan <i>Gross Up Method</i>	22
2.2.1.9	Penerapan <i>Mixed Method</i>	23
2.2.2	Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>)	24
2.2.2.1	Pengertian Ukuran Perusahaan	24
2.2.2.2	Indikator Ukuran Perusahaan	25
2.2.2.3	Profitabilitas	25
2.2.2.4	Jenis-Jenis Profitabilitas	26
2.2.2.5	Indikator Profitabilitas	27
2.2.3	Pertumbuhan Penjualan	30
2.2.4	Manajemen Laba	32
2.2.4.1	Pengertian Manajemen Laba	32
2.2.4.2	Teori yang Melandasi Praktik Manajemen Laba	35
2.2.4.3	Strategi Manajemen Laba	36
2.2.4.4	Motivasi Manajemen Laba	38
2.3	Hasil Penelitian Terdahulu	39
2.4	Kerangka Pemikiran	44
2.4.1	Perumusan Hipotesis	44
2.4.1.1	Hubungan Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba	44
2.4.1.2	Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	46
2.4.1.3	Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba	46
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Jenis Penelitian	48
3.2	Populasi dan Sampel	48

3.3	Sumber dan Jenis Data.....	49
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5	Variabel dan Indikator	50
3.5.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	50
3.5.2	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	54
3.6	Teknik Analisis Data	56
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	56
3.6.2	Model Regresi Berganda	59
3.6.3	Pengujian Hipotesis	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Deskripsi Data	62
4.2	Analisis Data.....	63
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	63
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.1	Uji Normalitas	66
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	66
4.3.3	Uji Autokorelasi	67
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas	68
4.4	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.5	Pengujian Hipotesis	71
4.5.1	Uji Hipotesis Koefisien Determinasi	71
4.5.2	Uji Hipotesis Signifikansi Simultan	72
4.5.3	Uji Hipotesis Signifikansi Parameter Individual	73
4.6	Pembahasan	76
4.6.1	Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba.....	76
4.6.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.....	78
4.6.3	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba.....	80

BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Keterbatasan	85
5.3 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen merupakan pihak internal yang berkepentingan untuk bekerja meningkatkan laba yang berkualitas. Menurut (Rahmawaty, 2017) , laba berkualitas adalah laba yang secara akurat dapat mencerminkan kinerja keuangan aktual perusahaan dan dapat terus mencerminkan laba masa depan, yang ditentukan oleh komponen akrual dan kas. Investor lebih cenderung menjadi pemegang saham di perusahaan jika pendapatannya berkualitas lebih tinggi. Tindakan seorang manajer untuk memaksimumkan atau meminimumkan laba yang dilaporkan dalam penyusunan laporan keuangan unit mereka dikenal sebagai manajemen laba, dan tidak ada hubungannya dengan perubahan profitabilitas jangka panjang perusahaan. Sebaliknya, manajemen laba menurut (Lubis & Suryani, 2018), sebagai “kesalahan atau kelalaian yang disengaja dalam membuat laporan keuangan mengenai fakta material dan data akuntansi sehingga menyesatkan ketika semua informasi nya digunakan untuk membuat penilaian yang pada akhirnya akan menyebabkan orang mengubah atau mengubah pendapat/keputusan mereka.”

Manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk mempengaruhi informasi laba dalam laporan keuangan perusahaan (Dewi dan Nuraina, 2020). Informasi yang diberikan manajemen belum menjamin bahwa laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan kondisi perusahaan

yang sesungguhnya. Salah satu penyebab terjadinya manajemen laba yaitu adanya ketidakseimbangan penguasaan informasi yang dapat memicu timbulnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi.

Manajemen laba merupakan suatu upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi beberapa informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja perusahaan. Fakta bahwa manajer dapat mempengaruhi pelaporan membuat manajemen laba dalam bisnis menjadi logis. (Aditama dan Purwaningsih, 2014) menyatakan bahwa sifat dari langkah-langkah manajemen laba yang diambil dan tujuan manajemen laba menentukan apakah manajemen laba itu baik atau buruk. Tindakan manajemen laba harus hati-hati dalam menggunakan fleksibilitas dalam batasan SAK, cara yang paling fleksibel yaitu dengan menggunakan fleksibilitas yang hampir melampaui batasan SAK, atau dapat melanggar SAK dengan membuat laporan keuangan yang curang. Terkait manajemen laba secara keseluruhan, terdapat berbagai sudut pandang. Para Akademisi biasanya berpendapat bahwa manajemen laba tidak buruk dengan mengasumsikan bahwa semua manajemen laba telah diungkapkan dalam laporan keuangan. Dengan kata lain, manajemen laba yang baik berada dalam parameter aturan SAK dan diungkapkan secara lengkap dampaknya terhadap kinerja keuangan tahun berjalan dan masa mendatang. akan tiba. Sementara itu, manajemen laba yang buruk menampilkan kinerja keuangan dengan cara yang menyesatkan pembaca dengan menyembunyikan dampaknya terhadap kinerja keuangan.

Membuat kebijakan akuntansi, mempercepat atau menunda pengakuan biaya dan pendapatan yang lebih kecil atau lebih besar dari yang seharusnya, dan memanfaatkan longgarnya penggunaan kebijakan dan prosedur akuntansi merupakan semua metode manajemen laba. Oleh Karena itu, manajemen dapat mengelola laba baik untuk kepentingan pribadi maupun bisnis. Sebagian besar kasus penipuan akuntansi melibatkan manipulasi laba melalui manajemen laba untuk kepentingan manajer khususnya dan bisnis secara keseluruhan. Manajemen menginginkan keuntungan yang tinggi setelah semua pajak dibayar. Karena perbedaan laba akuntansi dan laba kena pajak, bisnis tidak dapat secara langsung menghitung jumlah laba yang dikenakan pajak. Menurut (Rahmawaty, 2017), laba fiskal adalah laba untuk suatu periode yang dihitung berdasarkan peraturan perpajakan, sedangkan laba akuntansi secara operasional diartikan sebagai selisih antara realisasi pendapatan yang berasal dari transaksi suatu periode dan terkait dengan biaya historis.

Fenomena manajemen laba yang menimpa perusahaan perbankan di Indonesia adalah kasus *Bank Century* yang terjadi pada tahun 2008 silam. *Bank Century* menarik dananya tetapi *Bank Century* tidak dapat mengembalikan uang nasabah sepenuhnya. Akibatnya *Bank Century* ditetapkan sebagai bank gagal, tetapi kenyataannya dari hasil rapat KSSK (Komite Stabilitas Sistem Keuangan) memutuskan untuk menyuntikkan dana dengan total Rp 6,72 milyar (www.kompasiana.com). Selain fenomena *Bank Century* pada tahun 2008, Bank Bukopin telah melakukan revisi laporan

keuangan pada 3 tahun terakhir yaitu tahun 2015, 2016 dan 2017. Bank Bukopin memodifikasi laba bersih tahun 2016 menjadi 183,56 miliar dari sebelumnya 1,08 miliar. Selain permasalahan tersebut, adanya pembiayaan anak usaha Bank Syariah Bukopin terkait penambahan saldo cadangan kerugian penurunan debitor tertentu.

Sebelum Otoritas melakukan klarifikasi, sebenarnya Bukopin telah ‘dihukum’ atas insiden ini dengan merevisi turun ekuitas yang dimiliki Rp 2,62 triliun pada 2016 dari Rp 9,53 triliun menjadi Rp 6,91 triliun. Penurunan ini karena revisi turun saldo laba Rp 2,62 triliun menjadi Rp 5,52 triliun karena laba yang dilaporkan sebelumnya tidak benar (finance.detik.com).

Adanya berbagai fenomena manajemen laba menyebabkan efektivitas dari penerapan tata kelola perusahaan dipertanyakan. Tata kelola perusahaan merupakan salah satu faktor dalam penanaman investasi oleh investor. Hal ini disebabkan tata kelola perusahaan merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau *monitoring* kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. Adanya tata kelola perusahaan yang baik menjadikan investor lebih merasa aman menanamkan modal di perusahaan tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh LPPI (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia) dari hasil *self-assessment* 100 bank dari tahun 2007-2017 menunjukkan rata-rata 2,05 yang masih termasuk ke dalam Peringkat Komposit Baik. (www.infobanknews.com).

Berdasarkan contoh kasus manajemen laba sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa manajemen sering memanipulasi laporan keuangan sehingga tampak menguntungkan pihak ketiga. Perusahaan dengan laba rendah didesain lebih besar agar tampak menguntungkan pihak ketiga, dan perusahaan dengan laba tinggi didesain lebih kecil agar beban pajak yang harus dibayar perusahaan diminimalkan semaksimal mungkin. Kasus praktik manajemen laba sering terjadi dalam ranah perekonomian Indonesia. Perbaikan laporan keuangan perusahaan di mata masyarakat luas, khususnya investor, merupakan tujuan bersama dari berbagai upaya manajemen laba yang telah dilakukan.

Dengan laporan keuangan yang baik diharapkan para investor akan tertarik melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Salah satu motivasi perusahaan melakukan praktik manajemen laba adalah motivasi pajak. Pajak merupakan kontribusi wajib 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. Pemerintah ingin memungut pajak semaksimal mungkin untuk membiayai keperluan negara. Sedangkan perusahaan ingin membayar pajak seminimal mungkin karena bagi perusahaan pajak dapat mengurangi kemampuan ekonomis perusahaan. Karena itu perusahaan melakukan perencanaan pajak untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar ke pemerintah. Menurut Suandy (2011), perencanaan pajak merupakan tahap awal dalam manajemen pajak. Dimulai

dari pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat dipilih jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Biasanya penekanan perencanaan pajak adalah salahsatu cara untuk meminimalisir kewajiban pajak. Oleh karena itu, perencanaan pajak merupakan tindakan yang legal karena diizinkan oleh pemerintah selama dalam undang-undang perpajakan yang berlaku di Indonesia.

Penelitian ini berdasarkan replikasi dari penelitian (Dewi & Nuraina, 2020) yang meneliti tentang Pengaruh Perencanaan Pajak dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan non manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal yang membedakan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan dan variabel pertumbuhan penjualan. Objek penelitian terdahulu yaitu perusahaan non manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020, sedangkan sampel penelitian ini menggunakan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini dapat diketahui yakni: “Bagaimana pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian maka pertanyaan yang muncul pada penelitian ini adalah:

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019-2021?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019-2021?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019-2021

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan.
 - b. Untuk menambah koleksi pengetahuan mahasiswa lain serta sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.
 - c. Sebagai penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang ada di lapangan

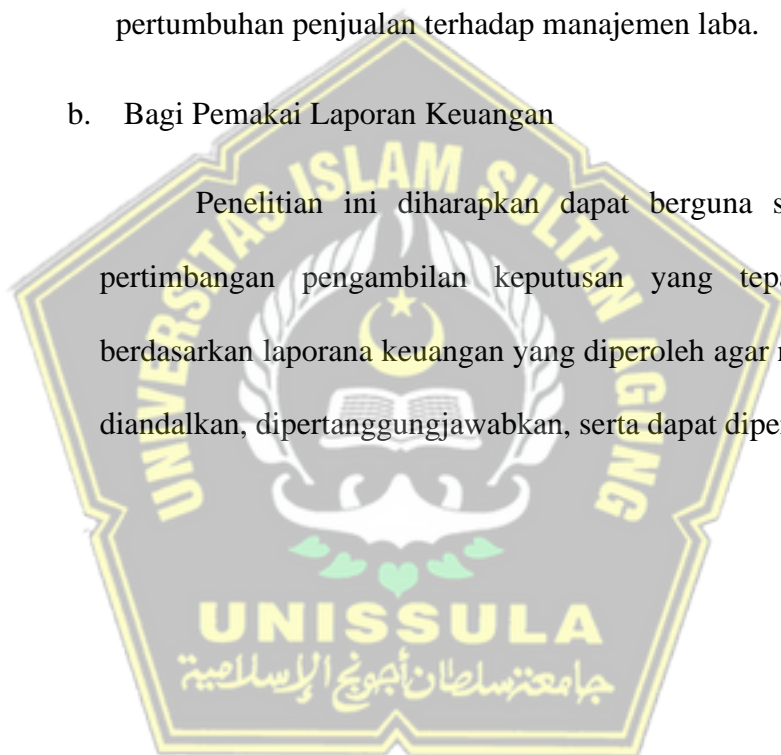
2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan dijadikan evaluasi terhadap perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, khususnya mengenai topik perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba.

b. Bagi Pemakai Laporan Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan yang tepat dan bijak berdasarkan laporan keuangan yang diperoleh agar nantinya dapat diandalkan, dipertanggungjawabkan, serta dapat dipercaya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Merupakan suatu penjelasan tentang teori yang mendasari dan mendukung sebuah penelitian yang diperoleh dari literatur, diantaranya:

2.1.1 *Teori Signaling*

Teori *Signaling* merupakan teori yang menjelaskan bahwa jika perusahaan yang sedang memiliki kondisi yang baik, maka manajemen akan dengan sengaja memberikan sinyal pada pasar atau pihak eksternal perusahaan melalui akun-akun dalam laporan keuangan. Hal ini dilakukan manajemen dengan maksud agar pihak eksternal dapat melihat pandangan manajemen mengenai prospek perusahaan yang positif di masa depan (Alim & Ida, 2018). Dalam teori ini, manajemen diasumsikan akan tetap melaporkan kondisi perusahaan secara jujur ketika perusahaan sedang tidak dalam kondisi yang baik karena manajemen berusaha menjaga kredibilitas perusahaan di pasar. Dengan adanya teori signal, maka diharapkan perusahaan dapat memberikan informasi terkait kinerja perusahaan. Informasi ini bisa diproksikan pada laba perusahaan. Sehingga teori ini dapat memprediksi perusahaan dengan melaporkan informasi mengenai kondisi perusahaan secara transparan, termasuk informasi mengenai laba perusahaan. Adapun salah satu kausa dari teori *signaling* ini yaitu terjadinya informasi asimetris.

Teori *signal* atau *signaling theory* didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Teori ini berkaitan dengan asimetri informasi yang mana menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Untuk itu, manajer perlu memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan.

Teori *signal* ini pertama kali dikembangkan oleh Ross tahun 1977. Dalam membangun teori *signal* berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi yang berasal dari manajemen (*well-informed*) dan informasi yang berasal dari pemegang saham (*poor informed*). Teori ini berdasarkan pemikiran bahwa manajemen akan memberikan informasi kepada investor atau pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik yang berkaitan dengan perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi, investor tidak mempercayai informasi tersebut karena para manajer dianggap memiliki kepentingan tersendiri/interest party, sehingga perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan melakukan *signaling* terhadap kebijakan keuangan perusahaan dan hal ini berbeda dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah.

Signal adalah proses yang memakan biaya, berupa *deadweight costing* yang bertujuan untuk menyakinkan investor tentang nilai perusahaan. *Signal* yang baik adalah yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain yang memiliki nilai rendah karena faktor biaya. Signal dapat berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan A lebih baik daripada perusahaan B atau perusahaan lainnya. Signal juga dapat berupa informasi yang dapat dipercaya terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang. Pengguna laporan keuangan terutama investor membutuhkan informasi untuk menganalisis risiko setiap perusahaan. Perusahaan yang baik akan mempublikasikan laporan keuangan secara terbuka dan transparan serta mempublikasikan pengungkapan secara sukarela.

Para ahli telah menyampaikan teori signal (*signalling theory*) sebagai berikut:

- a. Menurut Houston.et.al (2011:185) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan, atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.
- b. Menurut Megginson. et.al (2010:493) Model sinyal dividen membahas ketidak sempurnaan pasar yang membuat kebijakan pembayaran yang relevan yaitu informasi asimetris. Jika manajer mengetahui bahwa perusahaan mereka kuat sementara investor tidak mengetahui hal ini, maka manajer dapat membayar dividen (atau secara agresif membeli kembali saham) dengan harapan memberikan kualitas sinyal perusahaan mereka ke pasar. Sinyal secara efektif memisahkan perusahaan yang kuat dengan perusahaan-perusahaan yang lemah (sehingga perusahaan yang kuat dapat memberikan sinyal jenisnya ke pasar), Hal ini menjadi mahal untuk sebuah perusahaan yang lemah untuk meniru tindakan yang dilakukan oleh perusahaan yang kuat.
- c. Menurut Jogiyanto (2014:392), informasi yang dipublikasikan perusahaan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi atau pemegang saham untuk mendorong mereka berinvestasi dalam

perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan perusahaan di masa depan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa teori sinyal (*signaling theory*) membahas bagaimana seharusnya sinyal-sinyal (informasi) keberhasilan dan kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik perusahaan. Sinyal-sinyal (informasi) tersebut dapat diberikan melalui laporan keuangan perusahaan. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka telah melakukan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang berkualitas. Kebijakan akuntansi tersebut merupakan prinsip yang mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang tidak *overstate*.

Informasi yang diterima oleh investor dapat berupa sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang jelek (*bad news*). Sinyal yang baik, apabila laba yang dilaporkan perusahaan meningkat dan sebaliknya apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan mengalami penurunan, maka termasuk sinyal yang jelek bagi investor.

Hal ini menyebabkan informasi merupakan unsur penting bagi investor atau pelaku bisnis, karena informasi tersebut menyajikan keterangan, catatan atau gambaran perusahaan baik untuk keadaan masa lalu, saat ini dan keadaan yang akan datang bagi kelangsungan usaha perusahaan tersebut. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Teori sinyal ini dapat digunakan dalam membahas naik turunnya harga saham dipasar modal, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan investasi. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif akan mempengaruhi kondisi pasar. Investor akan bereaksi dengan berbagai cara, seperti melihat dan menunggu perkembangan yang ada, kemudian baru mengambil keputusan.

Teori sinyal (*Signalling theory*) melandasi pengungkapan sukarela. Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Manajemen berusaha mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh para investor dan pemegang saham khususnya informasi berupa berita yang baik. Manajemen juga berusaha menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan.

Teori sinyal (*signaling theory*) dapat diaplikasikan pada tingkat leverage perusahaan, dimana perusahaan yang besar akan membuat insentif yang mendorong mereka mengambil *leverage* tinggi. Hal tersebut tidak akan diikuti oleh perusahaan yang lebih kecil, karena perusahaan yang lebih kecil rentan mengalami kebangkrutan, sehingga hal ini akan menciptakan *separating equilibrium*, yaitu dimana perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi akan menggunakan lebih banyak hutang dan perusahaan yang memiliki nilai yang lebih rendah akan menggunakan lebih banyak ekuitas. Teori sinyal ini akan mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah dengan cara mengobeservasi kepemilikan struktur pemodalannya serta menandai valuasi tinggi untuk perusahaan yang *highly level* dan equilibrium stabil karena perusahaan bernilai rendah tidak dapat meniru perusahaan yang lebih tinggi.

Selain contoh diatas, teori sinyal ini juga dapat membantu dalam melakukan stock split. Perusahaan yang melakukan *stock split* adalah untuk menambahkan jumlah saham yang beredar dengan menjadikan harga saham lebih murah sehingga dapat menarik investor dan saham perusahaan menjadi lebih likuid diperdagangan di pasar modal (bursa saham). *Stock split* ini dapat dilakukan dengan cara memecah nilai nominal

saham menjadi nilai nominal yang lebih kecil sesuai dengan tingkat resiko yang ditentukan.

Signaling theory menyatakan bahwa *stock split* dianggap perusahaan memberikan sinyal yang baik kepada publik berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus dimasa yang akan datang, karena perusahaan yang melakukan pemecahan saham adalah perusahaan yang memiliki saham dengan harga tinggi. *Stock split* hanya dilakukan oleh perusahaan yang memiliki prospek kinerja lebih baik dimana perusahaan yakin bahwa harga saham setelah dipecah akan naik sesuai dengan kenaikan kinerja perusahaan dimasa akan datang. Perusahaan yang melakukan stock split harus menanggung semua biaya yang ditimbulkan dari peristiwa tersebut, padahal pemecahan saham tidak mempengaruhi modal dan *cash flow* perusahaan.

Dari contoh diatas dapat disimpulkan bahwa teori sinyal memiliki kelebihan yaitu dapat menjelaskan mengapa terjadinya peningkatan harga saham sebagai tanggapan terhadap peningkatan *financial leverage* sedangkan kelemahan teori ini adalah teori ini tidak dapat menjelaskan hubungan kebalikan antara profitabilitas dan *leverage* dan tidak dapat menjelaskan mengapa perusahaan yang memiliki potensi pertumbuhan dan nilai *intangibile asset* tinggi harus menggunakan lebih banyak hutang daripada perusahaan yang memiliki *tangible aset* tinggi yang tidak menggunakan hutang. Namun, di dalam teori ini diperlukan untuk mengurangi efek dari ketidak simetrisan informasi.

2.1.2 Terjadinya Informasi Asimetris

Manajemen secara umum memiliki lebih banyak informasi mengenai posisi keuangan yang sebenarnya dan posisi operasi entitas dari pemilik. Sedangkan kondisi perusahaan yang dilaporkan manajer tidak selalu relevan dengan kenyataannya.

Information Asymmetry adalah sebuah suatu kondisi di mana terdapat ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*). (Lisa, 2012:44) Informasi asimetris adalah suatu kondisi dimana sebagian pihak memperoleh informasi lebih banyak daripada sebagian pihak lainnya. Biasanya informasi asimetris dapat terjadi apabila pihak penjual mempunyai informasi lebih banyak dari pada pembeli terkait suatu produk, walaupun situasi sebaliknya juga mungkin terjadi (Prasetya, 2012:5).

Salah satu contoh konkret informasi asimetris yang terjadi dalam kehidupan nyata adalah proses investasi yang dilakukan oleh para investor di dalam pasar modal. Masing-masing investor wajib mengetahui saham dengan baik sebelum mereka melakukan investasi. Sehingga kondisi tersebut mengharuskan setiap investor untuk bertindak guna menggali informasi terkait saham yang di incar secara lengkap dan tepat. Hal ini bertujuan agar di masa mendatang perusahaan bisa memperoleh keuntungan (*capital gain*).

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Perencanaan Pajak

2.2.1.1 Pengertian Perencanaan Pajak / *Tax Planning*

Tax Planning atau biasa disebut dengan perencanaan pajak merupakan langkah yang diambil Wajib Pajak atau badan usaha untuk guna memperkecil jumlah pajak yang akan dibayarkan. Menurut (Nataharisma & Sumadi, 2014), Perencanaan pajak adalah suatu proses pengorganisasian usaha wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan dengan sedemikian rupa sehingga mereka dapat memanfaatkan berbagai celah peraturan perpajakan untuk membayar pajak sesedikit mungkin kepada badan usaha.

Menurut (Rori, 2013), *Tax Planning* merupakan langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini telah dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak (*Tax Planning*) adalah untuk meminimalkan kewajiban pajak. Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan pajak (*Tax Planning*) merupakan langkah awal yang digunakan dalam manajemen wajib pajak atau badan usaha guna meminimalkan beban pajak yang dibayarkan.

2.2.1.2 Tujuan *Tax Planning*

Menurut (Rori, 2013), secara umum tujuan pokok *Tax Planning*, yaitu :

1. Meminimalisasi beban pajak yang terutang
2. Memaksimalkan laba setelah pajak.
3. Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*).

2.2.1.3 Manfaat *Tax Planning*

Menurut (Rori, 2013), berikut manfaat yang didapat dari *Tax Planning* adalah :

1. Penghematan Kas Keluar

Karena beban pajak yang merupakan unsur biaya dapat dikurangi.

2. Mengatur Aliran Kas Masuk dan Keluar (*Cash Flow*)

Karena dengan perencanaan pajak yang matang dapat diperkirakan kebutuhan kas untuk pajak, dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat.

2.2.1.4 Strategi *Tax Planning*

Strategi *Tax Planning* menurut (Rori, 2013) adalah:

1. *Tax Saving*

Merupakan cara meringankan beban pajak melalui pemilihan alternatif pengenaan pajak dengan tarif yang lebih rendah.

2. Tax Avoidance

Merupakan cara untuk meringankan beban pajak dengan cara menghindari pengenaan pajak dengan mengarahkannya pada transaksi yang bukan objek pajak.

3. Penundaan / Pergeseran Pembayaran Pajak

Dalam hal ini, pembayaran pajak dilakukan tanpa Melanggar peraturan perpajakan yang berlaku. Dengan menggunakan strategi ini, perusahaan dapat melakukan kegiatan perencanaan pajak tanpa adanya resiko melanggar peraturan yang berlaku.

4. Mengoptimalkan Kredit Pajak yang Diperkenankan Wajib Pajak

Mengoptimalkan Kredit Pajak yang Diperkenankan Wajib Pajak seringkali kurang meliputi informasi mengenai pembayaran yang dapat dikreditkan. Sebagai contoh : Pajak Penghasilan Pasal 22 atas pembelian solar dari Pertamina yang bersifat final jika pembeliannya perusahaan yang bergerak dibidang penyaluran migas.

5. Menghindari Pemeriksaan Pajak dengan Cara Menghindari Lebih Bayar

Menghindari pemeriksaan pajak dapat dilakukan dengan mengajukan pengurangan pembayaran angsuran Pajak Penghasilan Pasal 25 Ke KPP yang bersangkutan, apabila berdasarkan estimasi dalam tahunan pajak yang bersangkutan akan terjadi kelebihan

pembayaran pajak. Selain itu dapat juga mengajukan permohonan pembebasan Pajak Penghasilan Pasal 22 impor apabila perusahaan melakukan impor.

6. Menghindari Pelanggaran Terhadap Peraturan Perpajakan

Menghindari pelanggaran terhadap peraturan perpajakan mendapat dilakukan dengan cara menguasai peraturan perpajakan.

2.2.1.5 Metode *Tax Planning*

Menurut (Aji, 2019) menghitung Pajak Penghasilan Pasal 21 karyawan dapat digunakan 4 (empat) alternatif, yaitu :

1. *Gross Method* (Pajak Penghasilan 21 Ditanggung Pegawai)

Gross method merupakan metode pemotongan pajak dimana karyawan menanggung sendiri jumlah pajak penghasilannya, yang biasa dipotong langsung dari gaji karyawan yang bersangkutan. Biasanya dilakukan oleh perusahaan yang baru berdiri.

2. *Net Method* (Pajak Penghasilan 21 Ditanggung Pemberi Kerja)

Net method . metode pemotongan pajak dimana perusahaan memotong secara langsung Pajak Penghasilan Pasal 21 dari penghasilan karyawan. Dengan metode ini, Pajak penghasilan Pasal 21 karyawan dibayar oleh perusahaan sehingga penghasilan yang diperoleh oleh karyawan adalah gaji bersih yang sudah dipotong pajak. Metode ini mencatat tanggungan Pajak Penghasilan Pasal 21 sebagai beban operasional dan tidak dapat menjadi pengurang

penghasilan bruto dalam rangka menentukan penghasilan kena pajak pemberi kerja karena dianggap sebagai kenikmatan.

3. *Gross Up Method*

Gross-Up Method adalah metode pemotongan pajak dimana memberikan tunjangan pajak yang jumlahnya sama besar dengan jumlah pajak yang akan dipotong dari karyawan. Metode ini mencatat tanggungan Pajak Penghasilan Pasal 21 tersebut diberikan dalam bentuk tunjangan yang menambah penghasilan pekerja.

4. *Mixed Method*

Mixed Method bertujuan untuk membagi beban Pajak Penghasilan 211 antara yang harus ditanggung perusahaan maupun yang ditanggung karyawan. Sama halnya dengan *Gross Up Method*, pada dasarnya hanya berkaitan dengan logika perhitungan yang dibuat sedemikian rupa sehingga tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Tidak ada standar baku, perusahaan dapat membuat beberapa alternatif perhitungan *Mixed Method* yang sesuai dengan kondisi perusahaan.

2.2.1.6 Penerapan *Gross Method*

Gross Method adalah metode yang dimana karyawan bertanggung jawab untuk membayar jumlah pajak penghasilan mereka sendiri berdasarkan sebuah strategi pengurangan pajak. Karyawan percaya bahwa mereka tidak menerima pemotongan pajak gaji langsung dengan cara ini. Perusahaan yang menggunakan strategi ini hanya mengumpulkan,

melaporkan, dan menyetor uang ke negara, tanpa dampak pada keuntungan atau konsekuensi fiskal yang positif.

Tabel 2.2
Besaran Tunjangan Pajak Penerapan *Gross Method*

Lapisan	Penghasilan Kena Pajak (PKP)	Tunjangan PPh 21
1	Rp. 0 - Rp. 47.500.000	= (PKP setahun-0) X 5 / 90+0
2	Rp. 47.500.000 – Rp. 217.500.000	= (PKP setahun - Rp.475.500.000 x 15/85 + Rp.2.500.000
3	Rp. 217.500.000 – Rp 405.000.000	= (PKP setahun – Rp. 217.500.000) x 25/75 + Rp.32.500.000
4	Lebih dari Rp. 405.000.000	= (PKP setahun- 405.000.000) x 30/70 +Rp.95.000.000%)

2.2.1.7 Penerapan *Net Method*

Net Method adalah metode pemotongan pajak dimana perusahaan menanggung pph pasal 21 karyawan. Pajak penghasilan pasal 21 yang dihitung dengan menggunakan metode *net basis* dikenakan terhadap gaji karyawan, sehingga pph pasal 21 ini dihitung berdasarkan gaji bersih yang diterima karyawan. *Net method* menimbulkan beban bagi perusahaan atas pembayaran pajak penghasilan pasal 21. Dalam metode ini perusahaan tidak diuntungkan karena akan dikoreksi secara positif.

2.2.1.8 Penerapan *Gross Up Method*

Gross-Up Method adalah metode pemotongan pajak dimana perusahaan memberikan tunjangan pajak yang jumlahnya sama besar

dengan jumlah pajak yang akan dipotong dari karyawan. Tunjangan pajak akan ditambahkan ke dalam penghasilan bruto karyawan yang dikenai PPh 21. Opsi memilih *Gross-Up Method* tersebut diterapkan, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3
Besaran Tunjangan Pajak Penerapan *Gross-Up Method*

Lapisan	Penghasilan Kena Pajak (PKP)	Tunjangan PPh 21
1	Rp. 0 - Rp. 50.000.000	= PKP X 5% / 0,95
2	Rp. 50.000.000 - Rp. 250.000.000	= (PKP x 15%) – Rp.5.000.000/0,85
3	Rp.250.000.000 – Rp. 500.000.000	= (PKP x 25%) – Rp.30.000.000/0,75
4	Lebih dari Rp. 500.000.000	= (PKP x 35%) – Rp.55.000.000/0,70

2.2.1.9 Penerapan *Mixed Method*

Mixed Method adalah metode yang memadukan pendekatan kualitatif angka dalam hal metodologi seperti dalam tahap pengumpulan data dan kajian model campuran memadukan dua pendekatan dalam semua tahapan proses penelitian. *Mixed method* merupakan penelitian yang memadukan atau mengkombinasikan pendekatan penelitian. Sehingga dari berbagai para ahli bahwa metode ini merupakan penelitian yang memadukan pendekatan penelitian.

2.2.2 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

2.2.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut (Fitri Prasetyorini, 2013) adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan, atau nilai aktiva. Menurut (Setiadewi& Purbawangsa, 2015) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.

Firm size adalah ukuran perusahaan berdasarkan kapitalisasi pasarnya. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Bentuk logaritma digunakan karena pada umumnya nilai aset perusahaan sangat besar, sehingga menyeragamkan nilai dengan variabel lainnya dengan melogaritma naturalkan total aset (Prasetya et al., 2014)

Total aset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, serta rata-rata total aset perusahaan dipakai untuk menentukan ukuran perusahaan. Pinjaman akan lebih mudah didapat untuk bisnis besar daripada bisnis kecil. Pengembalian saham perusahaan besar lebih besar daripada perusahaan kecil karena pertumbuhan relatif perusahaan besar. Akibatnya, investor akan meningkatkan taruhannya pada bisnis besar dengan harapan mendapat untung (*return*) yang signifikan.

2.2.2.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan didefinisikan dengan melogaritma naturalkan total assets perusahaan yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Firm Size)} = \ln \text{Total Assets}$$

2.2.2.3 Profitabilitas

2.2.2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal, (Rahayu & Susilowibowo, 2014) Menurut (Puspita & Hartono Ulil, 2018) Profitabilitas atau rentabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba selama periode tertentu. Menurut (Kusnia, 2014) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Menurut Brigham dan (Kurnianingsih, 2013), Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan perusahaan. Rasio profitabilitas akan menunjukkan kombinasi efek-efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil-hasil operasi. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri.

Dan juga rasio profitabilitas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu.

2.2.2.4 Jenis-Jenis Profitabilitas

Adapun jenis-jenis rasio profitabilitas menurut (Prasetia et al., 2014) adalah sebagai berikut:

1. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Gross Profit Margin adalah persentase dari setiap hasil sisa penjualan sesudah perusahaan membayar harga pokok penjualan. Semakin tinggi marjin laba kotor, maka semakin baik dan secara relatif semakin rendah harga pokok barang yang dijual. Rasio ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Sales} - \text{Cost of Good Sold}}{\text{Sales}} \times 100$$

2. Marjin Laba Operasi (*Operating Profit Margin*)

Operating Profit Margin adalah ukuran persentase dari setiap hasil sisa penjualan setelah semua biaya dan pengeluaran lain dikurangi kecuali bunga dan pajak, atau laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah. Marjin laba operasi mengukur laba yang dihasilkan murni dari operasi perusahaan tanpa melihat beban keuangan dan beban dari pemerintah.

3. Hasil Atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Laba pemilik (baik pemegang saham biasa dan saham preferen) atas investasi mereka di perusahaan diukur dengan laba ekuitas maka semakin baik pengembalian yang lebih tinggi. Sebagai rasio profitabilitas, ROE (*Return on Equity*) sangat penting bagi investor. Investor membutuhkan ROE untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba bersih terkait dividen. Penggunaan ROE sebagai proksi profitabilitas didasarkan pada fakta bahwa ROE menunjukkan bahwa efisiensi perusahaan dalam menggunakan modalnya sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi investor berbanding terbalik dengan ROE-nya. *Return on Equity* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas} \times 100}$$

2.2.2.5 Indikator Profitabilitas

Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan *Return to Assets* (ROA). *Return on Assets* (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada dan setelah biaya-biaya modal (biaya yang digunakan mendanai aktiva) dikeluarkan dari analisis.

Menurut (Ramdhaningsih, 2013), semakin besar ROA berarti perusahaan semakin produktif dan semakin efektif menggunakan aktiva

yang dimilikinya untuk menghasilkan laba, laba yang semakin meningkat juga akan meningkatkan tingkat pengembalian (*return*) kepada investor. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik investor untuk berinvestasi di dalam perusahaan sehingga harga saham perusahaan akan meningkat.

Menurut (Setiadewi & Purbawangsa, 2015) *Return on Assets* (ROA) mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada. Rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan. Dengan mengetahui ROA, dapat dinilai apakah perusahaan telah efisien dalam menggunakan aktivitya dalam kegiatan operasi untuk menghasilkan keuntungan. Semakin efisien maka saham perusahaan akan diminati oleh investor sehingga harga saham yang diperjualbelikan akan meningkat

Menurut (Fitri Prasetyorini, 2013), *Return on Assets* (ROA) menggambarkan perputaran aktiva diukur dari penjualan. Semakin besar rasio ini maka semakin baik dan hal ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba. Jadi, semakin tinggi persentase rasio ROA, maka semakin baik penggunaan aset secara efisien untuk memperoleh keuntungan bersih dalam kegiatan operasional perusahaan. Hal ini selanjutnya meningkatkan daya tarik perusahaan yang menjadikan perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat perolehan pengembalian atas investasi aset akan semakin besar. Menurut (Sciences, 2016), ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan

seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan.

Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya. Dengan demikian, investor akan tertarik untuk membeli saham yang selanjutnya diikuti kenaikan harga saham. Menurut (Siregar & Mardiana, 2020), “Rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak”.

Sedangkan menurut (Rahayu & Susilowibowo, 2014) bahwa *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih dari jumlah dana yang diinvestasikan perusahaan atau total aset perusahaan. Untuk menentukan jumlah dana yang diinvestasikan dalam beberapa literatur jumlah investasi disamakan dengan total aset, hal ini dapat diterima selama semua aset dioperasikan dalam operasi utama perusahaan (*core business*). Artinya tidak ada aset yang masih belum dioperasikan atau dioperasikan tetapi bukan untuk operasional utama perusahaan.

Menurut (Setiadewi & Purbawangsa, 2015) dalam ROA adalah rasio yang berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. *Return on Assets*

(ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. ROA berfungsi untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pengoperasian aktiva yang dimiliki. Semakin besar ROA yang dimiliki sebuah perusahaan maka semakin efisien penggunaan aktiva sehingga akan memperbesar laba. Menurut (Marlina & Danica, 2009), bila perusahaan memiliki rasio ROA yang lebih rendah dari rata-rata industri berarti perusahaan tersebut:

- 1) Mempunyai *basic earning power* (BEP) yang rendah.
- 2) *Interest cost* yang tinggi akibat penggunaan utang di atas rata-rata yang akan mengakibatkan rendahnya *net income*. *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dari total aset yang dimilikinya. alat untuk mengukur sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh aktiva atau aset yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi ROA maka semakin baik profitabilitas assets dalam memperoleh keuntungan bersih. Dalam penelitian ini *Return on Assets* diukur dengan rumus:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}} \times 100$$

2.2.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu, semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka suatu

perusahaan berhasil dalam menjalankan taktik nya (Keuangan et al., 2011). *Sales growth* adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat (Putra & Badjra, 2015). Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kapasitas untuk mempertahankan keuntungan dilakukan dengan menunjukkan potensi peluang masa depan. Beban pajak meningkat akibat dari pertumbuhan penjualan yang tinggi, yang mencerminkan peningkatan pendapatan. Perubahan penjualan antara tahun sebelumnya dan periode saat ini menunjukkan pertumbuhan.

Pada akhir periode, penjualan yang digunakan sebagai periode dasar dibandingkan dengan tingkat penjualan perusahaan. Tingkat pertumbuhan penjualan semakin besar perbandingannya jika kegiatan operasional utama suatu perusahaan secara konsisten meningkat, maka dapat dikatakan mengalami pertumbuhan yang baik. Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan maka asset juga akan mengalami peningkatan. Pertumbuhan penjualan yang terjadi pada perusahaan setiap tahunnya dan hal ini dapat memotivasi manajer dalam memperoleh laba (Kartika, 2016).

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih layak memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat penjualannya yang tidak stabil. Pergerakan dalam pertumbuhan perusahaan akan berpengaruh pada bagaimana cara perusahaan mempertahankan keuntungan dalam

mengambil peluang-peluang yang akan datang. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari adanya perubahan penjualan yang terjadi pada sebuah perusahaan tahun sebelum dan tahun selanjutnya.

2.2.4 Manajemen Laba

2.2.4.1 Pengertian Manajemen Laba

Earnings management didefinisikan sebagai perilaku manajemen untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* yang menentukan besarnya laba. Dalam arti yang lebih luas, manajemen laba dapat didefinisikan sebagai tindakan manajer dalam meningkatkan atau menurunkan laba perusahaan tanpa mempengaruhi profitabilitas ekonomi jangka panjang.

Suatu tindakan yang diambil oleh manajemen untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan dikenal sebagai manajemen laba. Tindakan tersebut dapat memberikan informasi tentang keuntungan ekonomi yang sebenarnya tidak bisa dinikmati perusahaan yang dapat merugikan bisnis dalam jangka panjang. Menurut (BS Purnomo, 2009), yang menyatakan bahwa manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal, untuk memperoleh beberapa keuntungan privat.

Sedangkan menurut (Scott, 2000), cara pemahaman atas manajemen laba dibagi menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang, dan political costs (*opportunistic Earnings*

Management). Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting (Efficient Earnings Management)*, dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri merekadan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak.

Pada dasarnya definisi manajemen laba adalah suatu kemampuan untuk memanipulasi pilihan-pilihan yang tersedia dan mengambil pilihan yang tepat untuk mendapatkan tingkat laba yang diinginkan. Komponen akrual merupakan komponen yang tidak memerlukan bukti kas secara fisik sehingga mempermainkan besar kecilnya komponen akrual tidak harus disertai dengan kas yang diterima atau dikeluarkan perusahaan (Luayyi, 2012). Artinya penerimaan atau pengeluaran diakui ketika transaksi terjadi, bukan ketika kas untuk transaksi diterima atau dibayarkan. Terdapat banyak metode dalam penghitungan manajemen laba yaitu :

1. Model Healey

Merupakan model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa dengan menggunakan discretionary accrual sebagai proksi manajemen laba. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Healy dan De Angelo. Penghitungan ini menggunakan rumus :

$$DAC_{it} = (TA_{it} / SA_{it}) - (TA_{it} / S_{it} - 1)$$

2. Model Modified Jones

Selanjutnya Dechow, Sloan dan Sweeney mengembangkan

model Jones menjadi model yang dimodifikasi (*modified Jones Model*). Model ini menggunakan total akrual dan model regresi untuk menghitung akrual yang diharapkan (*expected accruals*) dan akrual yang tidak diharapkan (*unexpected accruals*). Penghitungan ini menggunakan rumus :

- Untuk menghitung *total accrual*

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

- Untuk menghitung *discretionary accrual*

$$DA_{it} = TA_{it} - NDA_{it}$$

Keterangan :

DA_{it} = *Discretionary accrual* perusahaan i pada tahun t

TA_{it} = Total akrual perusahaan i pada tahun t

NI_{it} = Laba bersih perusahaan i pada tahun t

CFO_{it} = Aliran Kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode ke t

ΔRev_{it} = Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan Tahun t-1

$\Delta Rect$ = Perubahan piutang perusahaan i pada tahun t

ΔPPE_{it} = Aktiva tetap perusahaan i pada tahun t A_{it-1} = Total aktiva perusahaan i pada tahun t-1

Manajemen laba merupakan tindakan seorang manajer untuk menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan serta bisa disebut dengan

melakukan manipulasi laba padalaporan keuangan sesuai prinsip-prinsip akuntansi. Apabila perusahaan menerapkan manajemen laba maka yang paling diuntungkan adalah pihak manajer.

2.2.4.2 Teori yang Melandasi Praktik Manajemen Laba

1. Teori Keagenan (*Agency*)

Teori yang digunakan dalam manajemen laba adalah teori keagenan (*Agency Theory*). Teori keagenan merupakan teori yang mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen (*agent*). Teori keagenan digunakan sebagai pemisah antara pengelola perusahaan (pihak manajemen) dengan pemilik perusahaan (pemegang saham) (Sihombing & Rachmawati, 2015). Antara pemegang saham dan manajemen memiliki tujuan yang berbeda sehingga memunculkan konflik kepentingan. Seorang pemegang saham menginginkan agar pengembalian yang diberikan atas hasil investasi dilakukan secara cepat dengan keuntungan yang tinggi, sedangkan seorang manajer menginginkan insentif/kompensasi sebesar-besarnya atas kinerjanya dalam mengelola perusahaan. (Aljana & Purwanto, 2017) menyatakan bahwa teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*.)
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*boundedrationality*).

3. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse.*)

2. *Positive Accounting Theory* (Teori Akuntansi Positif)

Teori akuntansi positif yaitu berusaha untuk menjelaskan fenomena akuntansi yang diamati berdasarkan pada beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya suatu peristiwa. Maksudnya, teori akuntansi positif dimaksud untuk menjelaskan dan memprediksi konsekuensi yang terjadi jika manajer dalam menentukan pilihan tertentu. Penjelasan dan prediksi dalam teori akuntansi positif didasarkan pada proses kontak atau hubungan keagenan anatar manajer dengan kelompok lain seperti investor, kreditor, auditor, pihak pengelola pasar modal dan institusi pemerintah.

2.2.4.3 Strategi Manajemen Laba

Menurut (Wild & Subramanyam, 2010), strategi manajemen laba dibagi menjadi tiga yakni manajer meningkatkan laba (*increasing income*) periode kini, manajer melakukan mandi besar (*big bath*), dan manajer melakukan fluktuasi laba dengan perataan laba (*incomesmoothing*).

1. Peningkatan Laba (*Increasing Income*)

Meningkatkan laba pada periode kini agar perusahaan dapat dipandang lebih baik. Sehingga perusahaan dapat melaporkan laba yang lebih tinggi berdasarkan manajemen laba selama periodenya.

2. *Big Bath*

Strategi ini dilakukan dengan cara melakukan penghapusan

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

3. Perataan Laba (*Income Smoothing*)

Manajer meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasinya. Perataan laba juga mencakup tidak melaporkan bagian laba pada periode tertentu baik dengan menciptakan cadangan atau “bank” laba dan kemudian melaporkan laba ini saat periode buruk. Sedangkan menurut (Scott, 2000), strategi manajemen laba dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu :

a) *Taking a Bath*

Pola ini terjadi pada saat reorganisasi termasuk pengangkatan *Chief Executive Officer (CEO)* baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba di masa yang akan datang.

b) *Income Minimization*

Income minimization adalah menurunkan jumlah laba yang akan dilaporkan. Cara ini dilakukan saat perusahaan

memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi dengan maksud untuk memperoleh perhatian secara politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aktiva tak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, riset dan pengembangan dipercepat.

2.2.4.4 Motivasi Manajemen Laba

Banyak motivasi dilakukannya manajemen laba, diantaranya adalah motivasi pasar modal karena adanya keuntungan bagi seorang manajer untuk memanipulasi laba untuk mempengaruhi harga saham. Menurut (Wild & Subramanyam, 2010), terjadinya motivasi manajemen laba dikarenakan terdapat beberapa insentif, yaitu :

1. Insentif Perjanjian

Nomor akuntansi digunakan dalam banyak perjanjian termasuk Insentif Perjanjian. Manajer tidak menerima bonus jika keuntungan lebih rendah dari batas bawah, dan manajer tidak menerima bonus tambahan jika keuntungan lebih tinggi dari batas atas. Insentif Perjanjian biasanya memiliki batas atas dan bawah. Hal ini menunjukkan bahwa manajer termotivasi untuk meningkatkan atau menurunkan keuntungan sesuai dengan tingkat keuntungan tetap yang terkait dengan batas atas dan bawah ini. Manajer memiliki insentif yang kuat untuk meningkatkan laba ketika laba yang belum dikonversi jatuh di suatu tempat di tengah batas atas dan bawah.

2. Dampak Harga Saham

Insentif manajemen laba lainnya adalah potensi dampak terhadap harga saham. Misalnya, manajer dapat meningkatkan laba untuk menaikkan harga saham perusahaan sementara sepanjang satu kejadian tertentu seperti merger yang akan dilakukan atau penawaran surat berharga, atau rencana untuk menjual saham atau melaksanakan opsi. Manajer juga melakukan perataan laba untuk menurunkan persepsi pasar akan resiko dan menurunkan biaya modal.

2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti terdahulu yang melakukan penelitian dengan kesamaan pada variabel dependen mengenai manajemen laba adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Dewi & Nuraina, 2020)	Pengaruh Tax Planning dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi empiris pada perusahaan Properti yang	Variabel Independen: - <i>Tax Planning</i> - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: - Manajemen	- <i>Tax Planning</i> berpengaruh terhadap manajemen laba - Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap

		terdaftar di BEI)	Laba	Manajemen Laba.
2.	Santana dan Wirakusuma (2019)	Pengaruh Perencanaan Pajak Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktek Manajemen Laba	Variabel Independen: - Perencanaan Pajak - Kepemilikan Manajerial - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Manajemen Laba	- Perencanaan Pajak memiliki pengaruh Positif terhadap Manajemen Laba - Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
3.	Kodriyah dan Fitri (2019)	Pengaruh <i>Free Cash Flow</i> dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen Laba pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: - <i>Free Cash Flow</i> - <i>Leverage</i> Variabel Dependen: - Manajemen Laba	- <i>Free Cash Flow</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba. - <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

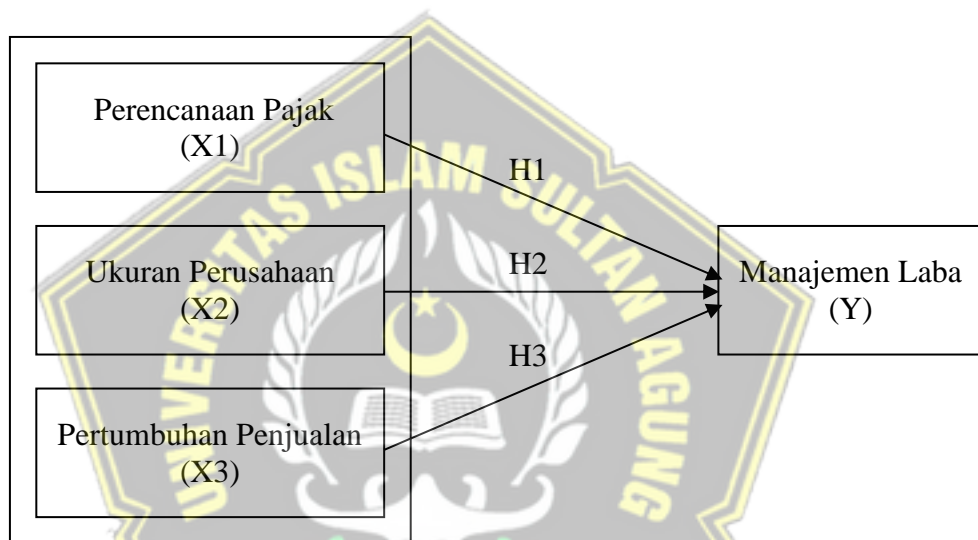
4.	Monika (2021)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , dan asimetri informasi terhadap Manajemen pada perusahaan Manufaktur sektor kimia di BEI	Variabel Independen: - <i>Good Corporate Governance</i> -Asimetri Informasi Variabel Dependen: - Manajemen Laba	- <i>Good Corporate Governance</i> , dan Asimetri Informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba
5.	Andrayani (2018)	Pengaruh Kecukupan Modal, Risiko Kredit, Efisiensi Operasional, dan Likuiditas terhadap Perusahaan Perbankan di Indonesia	Variabel Independen: - Kecukupan modal, Risiko Kredit, Efisiensi Operasional, dan Likuiditas Variabel Dependen: - Perusahaan Perbankan Konvensional	- Kecukupan modal, Resiko Kredit, Efisiensi Operasional dan Likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perbankan.
6.	Arief Fahmie (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Struktur Kepemilikan,	Variabel Independen: - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Struktur Kepemilikan	- Profitabilitas dan struktur kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap manajemen

		Pertumbuhan penjualan dan Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba	<ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan Penjualan - Komisaris Independen <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Laba 	<p>laba.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Leverage</i>, pertumbuhan penjualan dan komisaris independen tidak Berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
7.	Agustia, YofiPrima Suryani, Elly (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftardi Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umur Perusahaan - <i>Leverage</i> - Profitabilitas <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Komite Audit tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba - Proporsi Dewan Komisaris independen tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba - Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba - Kepemilikan Manajerial tidak mempunyai pengaruh terhadap Manajemen Laba.

8.	Rima Rismaya (2020)	Pengaruh Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak terhadap Praktik Manajemen Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Jasa Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beban Pajak Tangguhan - Perencanaan Pajak <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> - Beban Pajak Tangguhan berpengaruh terhadap Manajemen Laba - Perencanaan Pajak berpengaruh Terhadap Manajemen Laba
9.	Fatchan Achyani dan Susi Lestari (2017)	Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba
10.	Gunawan et al. (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen Laba pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan - Profitabilitas - <i>Leverage</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba - Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba

				- <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
--	--	--	--	--

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2
Gambar Kerangka Pemikiran

Sumber : diolah untuk penelitian (2023)

2.4.1 Perumusan Hipotesis

2.4.1.1 Hubungan Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba

Pajak menjadi salah satu penerimaan dana yang terbesar untuk negara. Dengan begitu ini menjadi perselisihan antara manajemen dan pemerintah. Besar kecilnya pajak yang harus dibayarkan tergantung dari besarnya laba yang diperoleh oleh perusahaan dalam periode tersebut.

Pemerintah memberlakukan kebijakan untuk memaksimalkan penerimaan pendapatan negara terutama dalam penerimaan pajak. Karena pajak merupakan sumber pendapatan terbesar negara. Sedangkan pihak lain yaitu manajemen/pengelola perusahaan berusaha seminimal mungkin untuk memberikan uangnya kepada pemerintah atas pajak yang harus dibayar. Jika memang pajak yang harus dibayarkan terlalu besar maka manajemen akan mengatur sebuah strategi untuk memanipulasi dari laba perusahaan.

Upaya manajemen dalam untuk melakukan penghematan pajak salahsatu yang dapat dilakukan dengan manajemen laba. Perencanaan pajak dilakukan manajemen yang bermaksud untuk pengoptimalan alokasi sumber dana agar pembayaran pajak yang dilakukan lebih efektif. (Dewi & Nuraina,2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Santana dan Wirakusuma, 2019) juga menunjukkan bahwa *tax planning* berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan maka hipotesis dalam penelitian ini:

H₁ : Perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.4.1.2 Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan didasarkan pada total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan makasemakin besar pula total aktivanya, sehingga dapat memperoleh laba yang tinggi dari tingkat efisiensi operasinya. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, rata-rata penjualan, jumlah penjualan saham perusahaan dan lain-lain. Hasil penelitian dari (Agustia & Suryani, 2018), ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Perusahaan cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang. Motivasi untuk mendapatkan dana tersebut akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba. (Andrayani,2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan maka hipotesis dalam penelitian ini :

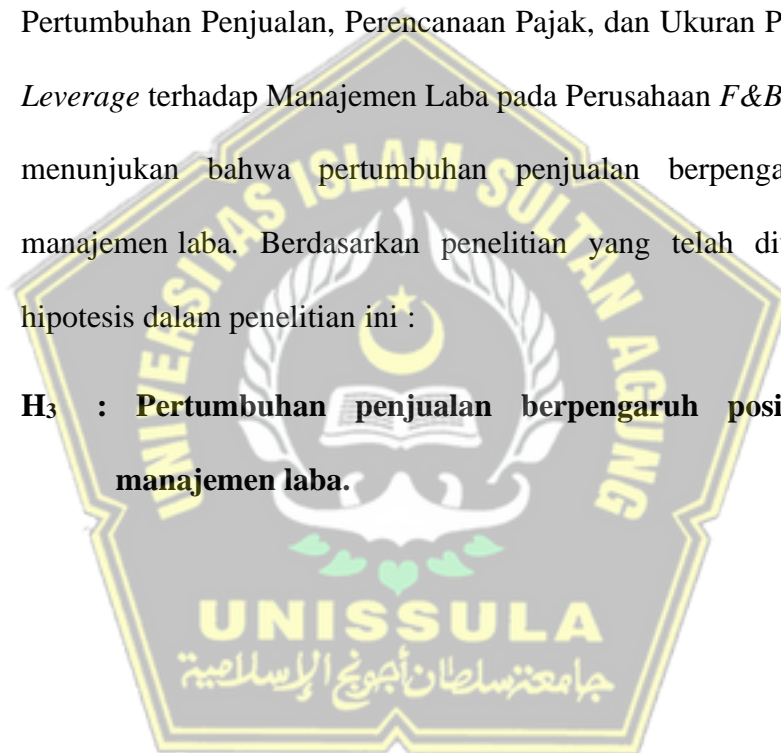
H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.4.1.3 Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Pertumbuhan penjualan adalah tingkatan yang dapat digunakan untuk menunjukkan pertumbuhan penjualan dari periode sebelum ke periode berikutnya. Perusahaan yang mempunyai penjualan yang meningkat akan membutuhkan dana yang besar untuk meningkatkan

kegiatan operasionalnya. Jika pertumbuhan penjualan dan laba setiap tahunnya meningkat, maka pembiayaan dengan utang dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemilik saham. Sehingga manajer termotivasi untuk melakukan manajemen laba seiring dengan makin tingginya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang ditulis oleh (Fatonah, 2022) mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, dan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan *F&B*. Hasil dari ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan maka hipotesis dalam penelitian ini :

H₃ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017), menegaskan bahwa metode penelitian pada hakekatnya adalah pendekatan ilmiah dengan maksud memperoleh data untuk kepentingan tertentu. Karena ada nya variabel yang diteliti dan bertujuan untuk menunjukkan gambaran hubungan antar variabel yang akan diteliti, maka penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang diperoleh berdasarkan sisi positif yang bertujuan mempelajari suatu populasi tertentu. Metode penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan berbagai data serta untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017), metode deskriptif merupakan cara yang digunakan untuk menguji adanya variabel bebas, baik di variabel tersebut maupun untuk jangka waktu yang lebih lama, tanpa membanding-bandingkan kedua nya.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut (Lestari, 2018), istilah “populasi” mengacu pada semua data yang kita pedulikan dalam ruang dan waktu tertentu. Oleh karena itu, populasi berkaitan dengan data, bukan individu. Populasi akan sama besarnya dengan jumlah manusia jika setiap manusia memberikan beberapa data. Menurut (Sugiyono, 2017) mendefinisikan istilah populasi sebagai area umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan ciri tertentu yang

ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan inti dari seluruh subjek penelitian. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Sebanyak 44 bank diwakili oleh Bursa Efek Indonesia (BEI).

Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dari populasi yang ada berdasarkan kriteria yang diinginkan peneliti digunakan untuk memilih sampel penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh untuk penelitian ini bersifat representatif berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel yang dikategorikan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini memperoleh data laporan keuangan perusahaan perbankan yang komplit periode tahun 2019-2021.
2. Penelitian ini memperoleh data perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2021.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari data yang bersifat kuantitatif berupa laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data dalam penelitian ini yaitu data perusahaan perbankan yang terdaftar dan diperoleh dari website perusahaan maupun website BEI (www.idx.co.id).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan laporan keuangan dan laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan perbankan yang menjadi sampel penelitian yang dipublikasikan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mendownload melalui situs www.idx.co.id yang kemudian diolah dengan menggunakan *software* pengolah data statistik untuk dianalisis serta dapat diambil kesimpulan berdasarkan analisis tersebut.

3.5 Variabel dan Indikator

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah manajemen laba, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan. Berikut ini penjelasan dari masing-masing variabel dalam penelitian ini:

3.5.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Manajemen Laba. Pengertian manajemen laba menurut (Sulistyanto, 2014) adalah suatu

alternatif kebijakan akuntansi agar dapat mencapai suatu sasaran yang spesifik dimana manajer dapat menggunakan berbagai alternatif dalam melaporkan kinerja dan kesehatan keuangan termasuk laba. Adapun dimensi utama dari manajemen laba adalah mengurangi volatilitas laba sepanjang waktu (Dewi & Eveline, 2017).

Dalam usaha meningkatkan kualitas informasi akuntansi, termasuk kualitas informasi laba akuntansi, penyusunan standar seperti *International Accounting Standard Board* (IASB) yang mengeluarkan standar akuntansi internasional IFRS yang diadopsi oleh Indonesia senantiasa berusaha menyempurnakan standar akuntansi yang ada. IASB tidak mendefinisikan kualitas laba akuntansi namun mereka menetapkan sejumlah karakteristik penting yang harus dimiliki oleh informasi akuntansi agar berkualitas (Oosterbosch, 2009). IFRS mengharuskan adanya tingkat pengungkapan yang lebih tinggi. Kemungkinan terjadinya manajemen laba diminimalisir ketika banyak pengungkapan disyaratkan oleh standar. Adapun dampak penerapan IFRS sendiri telah diteliti di berbagai negara dan menunjukkan hasil yang positif berupa penurunan manajemen laba dan peningkatan kualitas informasi akuntansi.

Oleh karena itu, perusahaan perbankan dituntut untuk lebih memperketat perhitungan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) atau *allowance for impairment losses* dengan menerapkan PSAK No. 50 (IAI, 2013) dan PSAK No. 55 (IAI, 2013) PSAK ini menekankan pada objektivitas dalam penentuan SKPN, dimana kredit atau pencadangan kredit

bermasalah yang akan diberikan harus berdasarkan data historis minimal 3 tahun ke belakang. Manajemen laba bisa dilakukan terhadap akun ini karena sebelum berlakunya PSAK ini, CKPN atau lebih dikenal dengan istilah Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif (PPAP) dihitung berdasarkan persentase pencadangan untuk masing-masing klasifikasi kualitas kredit sesuai peraturan yang dibuat oleh Bank Indonesia (Ewert & Wagenhofer, 2011).

Ada banyak model yang digunakan dalam penelitian terkait manajemen laba dalam menghitung proksi akrual diskresionernya. Manajemen laba dalam penelitian ini diproksikan dengan *discretionary accruals* (akrual yang dikelola) menggunakan model Beaver and Angel (1996). Model ini telah diuji oleh (Rahmawati & Muid, 2012) sebagai model yang tepat dan mengarah dalam mendeteksi praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan. Adapun rumusnya yaitu:

1. Melakukan regresi untuk mendapatkan koefisien pengukuran soal akrual (TAit):

$$TAit = (+ \beta_1 COit + \beta_2 LOANit + \beta_3 NPAit + \beta_4 \Delta NPAit+1 + eit)$$

Untuk mengetahui total Akrual (TAit) dengan menggunakan model Beaver and Angel ini, maka digunakan saldo penyisihan penghapusan aktivas produktif (PPAP) dan untuk mendapatkan koefisien toal akrual semua variabel manajemen laba, diantaranya $\beta_1 COit + \beta_2 LOANit + \beta_3 NPAit + \beta_4 \Delta NPAit+1$ terlebih dahulu

dideflasi dengan nilai buku ekuitas dan cadangan kerugian pinjaman (nilai kotor). Dari hasil tersebut diatas, maka didapatkan hasil koefisien regresi *non discretionary accrual* tahun 2019-2021.

2. Merumuskan nilai *non discretionary accrual* (NDAit)

$$NDAit = TAit - (\alpha_0 + \alpha_1 + \beta_1 COit + \beta_2 LOANit + \beta_3 NPAit + \beta_4 \Delta NPAit+1)$$

Keterangan :

NDAit : Akrual *non* kelolaan perusahaan i di tahun t;

Coit : *Loan charge-offs* (pinjaman yang dihapusbukukan) perusahaan i di tahun t;

LoANit : Pinjaman yang beredar (*loans outstanding*) perusahaan i di tahun t;

NPAit : *Non performing assets* (aset yang bermasalah) perusahaan i di tahun t, terdiri dari a) dalam perhatian khusus, b) kurang lancar, c) diragukan, dan d) macet

$\Delta NPAit+1$: Selisih *non performing assets* tahun t+1 dengan tahun t;

TAit : Total akrual menggunakan saldo Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) perusahaan i di tahun t;

DAit : Akrual kelolaan perusahaan i di tahun t

3. Menghitung akrual kelolaan (DAit) sebagai proksi manajemen laba dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut:

$$DAit = TAit - NDAit$$

Keterangan:

TAit : Total akrual menggunakan saldo Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) perusahaan i di tahun t;

DAit : Akrual kelolaan perusahaan i di tahun t;

NDAit : Akrual *non* kelolaan perusahaan i di tahun t;

3.5.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel dependen lainnya (Lestari, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan.

1. Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan proses mengorganisasi usaha wajib pajak orang pribadi maupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan (Lestari, 2018). Dalam penelitian ini variabel independen yaitu perencanaan pajak akan diukur menggunakan rumus :

$$\text{TTR} = \text{net income}/\text{EBIT}$$

Keterangan:

TTR = Time To Repair

Net income = Pendapatan Net

EBIT = *Earning before interest and taxes*

2. Ukuran Perusahaan

Menurut (Suandy, 2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang, dan kecil. Variabel ini diukur dengan melogaritma naturalkan *total assets* perusahaan yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Firm Size)} = \text{Ln Total Assets}$$

3. Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Pertiwi, 2018), Pertumbuhan penjualan merupakan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu, semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka suatu perusahaan berhasil dalam menjalankannya.

Variabel ini diukur dengan melogaritma naturalkan *sales growth* perusahaan yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = (\text{Penjualan th sekarang} - \text{penjualan th sebelumnya}) / \text{penjualan sebelumnya}$$

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik yang menggunakan regresi linier berganda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam mengelola laba mereka dari tahun 2019 hingga 2021. Data penelitian dikumpulkan untuk diolah kemudian akan dianalisis untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang timbul dalam penelitian ini. Metode dan teknik analisis dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang berguna untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi ketentuandalam model regresi. (Mousavi., 2022) mengemukakan bahwa tujuan pengujian ini adalah agar memenuhi sifat estimasi regresi yang tidak bias dan telah memenuhi persyaratan *unbiased linear estimation* dan memiliki varian minimum atau sering disebut dengan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*) yakni data berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedasitas, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat autokorelasi.

1. Uji Normalitas Data

Menurut (Mousavi., 2022), Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel residual atau *confounding* dalam model

regresi berdistribusi normal. Uji statistik non parametrik (K-S) Kolmogorov-Smirnov merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Hipotesis dikembangkan untuk uji K-S: H_0 : Data residual mengikuti distribusi normal H_A :Data residual berdistribusi normal jika hasil statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) nonparametrik menunjukkan nilai signifikan lebih besar atau sama dengan 0,05; jika tidak, data tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya model regresi mengidentifikasi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Variabel independen tidak ortogonal jika berkorelasi satu sama lain. Variabel independen dengan nilai korelasi antara mereka yang sama dengan nol disebut variabel *ortogonal* (Mousavi., 2022), Kriteria berikut digunakan untuk menentukan apakah model regresi memiliki multikolinieritas atau tidak: Tidak ada variabel dengan nilai VIF lebih besar dari 10 atau nilai toleransi kurang dari 0,10.

3. Uji Autoikoreilasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi dalam model regresi linier antara galat interferensi pada periode sebelumnya atau $t-1$ dengan galat pengganggu pada periode t .

Masalah autokorelasi adalah masalah di mana ada korelasi. Autokorelasi terjadi ketika pengamatan yang berbeda dihubungkan satu sama lain dari waktu ke waktu. Residual, atau kesalahan pengganggu, tidak terlepas dari setiap pengamatan, yang mengakibatkan masalah ini. Hal ini sering diamati pada data deret waktu sebagai akibat gangguan pada orang atau kelompok yang sama selama periode berikutnya. Karena gangguan pada berbagai pengamatan berasal dari individu dan bukan kelompok, masalah autokorelasi dalam data lintas waktu relatif jarang terjadi. Model regresi bebas autokorelasi adalah model yang baik. (Mousavi., 2022) menegaskan Uji Durbin- Watson (test DW) hanya mendeteksi autokorelasi tingkat satu (autokorelasi orde satu), membutuhkan intersep (konstanta) dalam model regresi, dan tidak ada variabel lag antar variabel independen untuk mendeteksi adanya autokorelasi. Hipotesis berikut akan diuji:

H₀ : tidak ada autokorelasi (r=0) H_A : ada autokorelasi (r≠0)

tPengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian antara residual pengamatan dalam model regresi. Homoskedastisitas adalah ketika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama, sedangkan heteroskedastisitas adalah ketika berbeda. Satu dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas adalah model regresi yang baik. Karena data cross-sectional dikumpulkan dalam berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar), seringkali mengandung situasi heteroskedastisitas. (Mousavi., 2022) menegaskan Menggunakan Uji Glejser untuk menentukan apakah ada atau tidak. Tes Glejser mengusulkan untuk mengembalikan nilai langsung dari sisa ke nilai faktor bebas. Jika nilai probabilitas secara signifikan lebih tinggi dari 0,05, maka model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas; Namun, jika nilai probabilitas lebih rendah dari 0,05, model regresi menunjukkan heteroskedastisitas.

3.6.2 Model Regresi Berganda

Koefisien untuk variabel independen mewakili temuan analisis regresi. Memprediksi nilai variabel dependen dengan pembelian menghasilkan koefisien ini. Pada pemeriksaan relaps selain memperkirakan kekuatan hubungan antara setidaknya dua faktor, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependendan faktor bebas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dengan menggunakan analisis regresi linier

berganda ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X1) dan (X2) terhadap variabel terikat (Y). Berikut model persamaan yang digunakan untuk menghitung jumlah tersebut diantaranya

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y : Manajemen Laba
- a : Konstanta
- B : Koefisien Regresi
- X1 : Perencanaan Pajak
- X2 : Ukuran Perusahaan
- X3 : Pertumbuhan Penjualan
- e : Variabel lain yang tidak diuji

3.6.3 Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kemampuan menjelaskan variasi variabel dependen diukur dengan uji koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi memiliki nilai dalam rentang 0 sampai dengan 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat kecil untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Jika variabel independen memiliki nilai mendekati 1, ini menunjukkan bahwa mereka mengandung hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Karena perbedaan yang besar

antara setiap observasi, *cross-data* biasanya memiliki koefisien determinasi yang rendah, sedangkan *data time series* biasanya memiliki koefisien determinasi yang tinggi

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Imam Ghozali (2018:98) uji statistik f menguji joint hipotesis bahwa $b_1, b_2, b_3, b_4,$ dan b_5 secara bersama-sama sama dengan 0, atau : $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$

$$H_A : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_k \neq 0$$

Tes signifikan keseluruhan dari regresi yang diamati atau diperkirakan, atau apakah Y berhubungan linier dengan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5,$ dan $X_6,$ disebut sebagai jenis uji hipotesis ini. Statistik F dan kriteria pengambilan keputusan berikut digunakan untuk menguji hipotesis ini: Pada tingkat kepercayaan 5%, H_0 dapat ditolak jika nilai f lebih besar dari 4.

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Imam Ghozali (2018:98) menegaskan uji t-statistik menunjukkan seberapa besar kontribusi setiap variabel penjelas atau independen terhadap variasi variabel dependen. Berikut adalah cara melakukan uji statistik t: H_0 yang menyatakan $b_i = 0,$ dapat ditolak jika nilai t lebih besar dari 2 (secara absolut) jika jumlah derajat kebebasan (df) adalah 20 atau lebih besar dan tingkat kepercayaannya lima persen atau lebih.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penelitian ini mengenai analisis pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu perencanaan pajak yang diproksikan dengan *Tax Planning* (TTR), ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *Firm Size* (FS), serta pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan *Sales Growth* (SG), sedangkan variabel dependen yaitu manajemen laba yang diproksikan dengan *Earning Management* (EM).

Dalam penelitian ini, perusahaan yang menjadi sampel adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Secara keseluruhan rata-rata perusahaan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) setiap tahunnya kurang lebih ada 47 perusahaan, mengingat ada perusahaan yang keluar masuk, berikut daftar perusahaan yang terregistrasi/terlampir di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2021.

Tabel 4.1
Kriteria Populasi Penelitian

Kriteria	N
Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2021	47
(Dikurangi perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan secara komplit)	(1)
(Dikurangi perusahaan yang mengalami <i>de-listing selama</i> periode 2019-2021)	(2)
Total perusahaan yang memenuhi syarat sampel	44
Total Sampel (44 x 3)	132

Sumber: Diolah peneliti 2023

Dari total keseluruhan 47 perusahaan yang terdaftar di BEI periode tahun 2019-2021, maka setelah memenuhi kriteria sampling yang ditetapkan, sehingga dapat diperoleh 44 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai ciri-ciri variabel dalam penelitian, antara lain minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif dalam penelitian ini dengan jumlah observasi sebesar 132 data (44 perusahaan selama periode tahun 2019-2021)

Tabel 4.2
Hasil Statistik Deskriptif variabel Penelitian

	Manajemen Laba	Perencanaan Pajak	Ukuran Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan
Minimum	-4.99	0,000	27,5837	-0,9991
Maksimum	9.91	688,18	35,0844	9,8900
Nilai Rata-rata	2,490	10,08	31.22	0,3207
Standar Deviasi	3.8101	73,048	1,8208	1,4149
Total Sampel	132	132	132	132

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Variabel perencanaan pajak yang diproksikan menggunakan *Tax Planning* (TTR) memiliki nilai terendah sebesar 0,000 yang diperoleh oleh PT. Bank Raya Indonesia Tbk. (AGRO) pada tahun 2021. Nilai tertinggi untuk variabel ini adalah 688,1780 yang diperoleh oleh PT. Bank Raya Indonesia Tbk. (AGRO) pada tahun 2019. Nilai rerata untuk perencanaan pajak adalah 10,0873 sedangkan standar deviasi adalah 73,0489. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rerata menunjukkan variabel perencanaan pajak mempunyai sebaran yang lebih besar.

Hasil analisis deskriptif untuk variabel ukuran perusahaan memiliki nilai terendah sebesar 27,5837 yang diperoleh oleh PT. Krom Bank Indonesia Tbk. (BBSI) pada tahun 2019. Nilai tertinggi untuk variabel ini adalah 35,0844 yang diperoleh oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. (BMRI) pada tahun 2021. Nilai rerata untuk ukuran perusahaan adalah 31,22 sedangkan standar deviasi adalah 1,8208. Nilai standar deviasi yang

lebih rendah dari nilai rerata menunjukkan variabel ukuran perusahaan mempunyai sebaran yang lebih kecil.

Variabel pertumbuhan penjualan yang diproksikan menggunakan *Sales Growth* (SG) memiliki nilai terendah -0,9991 yang diperoleh oleh PT. Bank Rakyat Indonesia. (BBRI) pada tahun 2019. Nilai tertinggi untuk variabel ini adalah 9,89 yang diperoleh oleh PT. Bank Capital Indonesia Tbk. (BACA) pada tahun 2021. Nilai rerata pertumbuhan penjualan adalah 0,327 sedangkan standar deviasi 1,4149. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rerata menunjukkan variabel pertumbuhan penjualan mempunyai sebaran yang lebih besar.

Hasil analisis deskriptif untuk variabel manajemen laba memiliki nilai terendah sebesar -4,99 yang diperoleh oleh PT. Bank China Construction. (MCOR) pada tahun 2020. Nilai tertinggi untuk variabel ini adalah 9,914 yang diperoleh oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. (BBTN) pada tahun 2021. Nilai rerata untuk manajemen laba adalah 2,490 sedangkan standar deviasi adalah 3,8101. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rerata menunjukkan variabel manajemen laba mempunyai sebaran yang lebih besar.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2016) pengujian asumsi klasik adalah menguji regresi linier yang biasa disebut dengan regresi linier yang baik jika regresi tersebut telah memenuhi asumsi. Tujuan dari pengujian ini adalah menghasilkan regresi linier yang memenuhi kriteria *best linear*

unbiased estimator. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinieritas.

4.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

Parameter yang Diuji	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Unstandardized residual</i>	0,048	0,200	Normal

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka asumsi normalnya terpenuhi dan sebaliknya jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka distribusi data dinyatakan tidak normal. Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Salah satu cara untuk menguji adanya multikolinieritas adalah dengan menghitung *variance inflation factor* (VIF). Adapun dasar pengambilan keputusan uji

multikolinearitas adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika nilai *tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00. Hasil pengujian menyatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen. Pada tabel 4.3, setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih dari 10.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Perencanaan Pajak	0,999	1,001	Tidak terjadi multikolonieritas
Ukuran Perusahaan	0,994	1,006	Tidak terjadi multikolonieritas
Pertumbuhan Penjualan	0,994	1,006	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

4.3.3 Uji Autokorelasi

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin Watson	dU	dL
1,965	1,7624	1,6696

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel satu dengan variabel lain yang berlainan waktu. Uji Autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson yaitu nilai DU didapat dari distribusi nilai tabel Durbin-Watson berdasarkan jumlah variabel independen atau k (3) dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian atau N (132) dengan nilai signifikansi sebesar 5%. Suatu model dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai $4-dW > dU$. Pada tabel 4.5 didapatkan

bahwa $4-dU (4-1,764) > 1,965$ sehingga bisa disimpulkan data penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2 tailed)	Keterangan
Perencanaan Pajak	0,769	Tidak terjadi heterokedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,311	Tidak terjadi heterokedastisitas
Pertumbuhan Penjualan	0,284	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Olah data SPSS 26

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini menggunakan uji *spearman* untuk menguji tingkat heterokedastisitas atas *error*. Pengujian dilakukan dengan melakukan regres nilai absolut residual dibandingkan dengan variabel independen. Jika semua variabel independen memiliki nilai sig yang lebih besar dari 0,05 artinya tidak terdapat pelanggaran heteroskedastisitas. Pada tabel 4.6 menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai signifikansi $>0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan tidak terdapat pelanggaran heteroskedastisitas.

4.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Data penelitian ini yang telah terkumpulkan baik variabel perencanaan pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan manajemen laba diolah dengan analisis regresi dengan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.7:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Nilai Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	0,349	5,805		0,060	0,952
Perencanaan Pajak	0,000	0,005	-0,003	-0,030	0,976
Ukuran Perusahaan	0,068	0,185	0,033	0,367	0,007
Pertumbuhan Penjualan	0,060	0,239	0,022	0,252	0,008
<i>R Square</i>					0,015
<i>Adjusted R Square</i>					0,219
F Statistik					2,823
Signifikansi					0,010

Sumber: Olah data SPSS 26

Berdasarkan uji statistik regresi yang telah dilakukan dapat disusun persamaan matematis dari penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Manajemen Laba} = 0,349 + 0,000 \text{ perencanaan pajak} + 0,068 \text{ Ukuran Perusahaan} + 0,060 \text{ Pertumbuhan Penjualan} + \varepsilon$$

1. Konstanta (α)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,349 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen dalam penelitian ini yaitu perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan tidak mengalami perubahan atau memiliki nilai 0 maka manajemen laba perusahaan akan bernilai sebesar 0,349.

2. Perencanaan Pajak

Koefisiensi regresi perencanaan pajak sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi 0,976 (lebih besar dari $\alpha = 0,05$) yang artinya bahwa variabel perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (manajemen laba). Koefisiensi regresi yang bernilai 0,000 menjelaskan bahwa apabila peningkatan perencanaan pajak sebesar 1 satuan maka akan menaikkan nilai manajemen laba sebesar 0 satuan atau sebaliknya.

3. Ukuran Perusahaan

Koefisiensi regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,068 dengan nilai t hitung 0,367 atau nilai signifikansi 0,007 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) yang artinya bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba pada taraf kesalahan 5%. Koefisiensi regresi yang bernilai 0,068 menjelaskan bahwa apabila peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan maka akan menaikkan nilai manajemen laba sebesar 0,068 satuan atau sebaliknya.

4. Pertumbuhan Penjualan

Koefisiensi regresi variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,060 dengan nilai t hitung 0,252 atau nilai signifikansi 0.008 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) yang artinya bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba pada taraf kesalahan 5%. Koefisiensi regresi yang bernilai 0,06 menjelaskan bahwa apabila peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 1 satuan maka akan menaikkan nilai manajemen laba sebesar 0,06 satuan. Hal tersebut juga terjadi sebaliknya.

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan diterima, berpengaruh atau tidaknya hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti. Adapun uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Uji hipotesis koefisien determinasi menurut (Ghozali, 2016) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen dan dependen pada penelitian. Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang terlihat pada tabel berikut mengindikasikan kemampuan persamaan regresi berganda untuk menunjukkan tingkat penjelasan model terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.038 ^a	.015	.219	3.851684375 730958

a. Predictors: (Constant), PERTUMBUHAN PENJUALAN,
(PERENCANAAN PAJAK), (UKURAN PERUSAHAAN)

Hasil pengujian pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi atau *adjusted R²* adalah 0,219, hal tersebut berarti bahwa 21,9% variabel manajemen laba dapat dijelaskan oleh variabel perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan sedangkan sisanya sebesar 78,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.5.2 Uji Signifikansi Simultan

Menurut (Ghozali, 2016) Uji hipotesis signifikansi simultan pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Pengujian hipotesis uji signifikansi simultan ini digunakan untuk mengetahui apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.

Kemudian, untuk melihat pengaruh secara simultan pada model regresi linier berganda, maka dilakukan Uji Hipotesis Signifikansi Simultan. Tingkat signifikansi menggunakan menggunakan $\alpha = 0,05$. Jika Sig. $t < 0,05$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. hasil uji penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Signifikansi Simultan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.775	3	.925	2.623	.010 ^b
	Residual	1898.940	128	14.835		
	Total	1901.715	131			

a. Dependent Variable: Y(MANAJEMEN LABA)

b. Predictors: (Constant), X3(PERTUMBUHAN PENJUALAN, X1(PERENCANAAN PAJAK), X2(UKURAN PERUSAHAAN)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis nilai tersebut pada tabel 4.9 menyatakan bahwa memiliki nilai F hitung sebesar 2.623 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.010 lebih kecil dari alpha yaitu 0.05. artinya bahwa nilai manajemen laba dapat dijelaskan oleh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan sehingga terindikasi bahwa **H₀ ditolak dan H₁ diterima**. Dengan demikian hasil ini mempunyai arti bahwa Perencanaan pajak, Ukuran perusahaan dan Pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap manajemen laba.

4.5.3 Uji Signifikansi Parameter Individual

Menurut (Ghozali, 2016) uji hipotesis signifikansi parameter individual bertujuan untuk menguji masing-masing variabel independen (perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan) secara individu apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (manajemen laba) atau tidak, atau uji t digunakan untuk mengetahui tingginya derajat satu variabel X terhadap variabel Y jika variabel X yang

lain dianggap konstan. Hasil uji analisis *regresi coefficients* dengan menggunakan SPSS versi 26 terlihat dibawah ini:

Tabel 5.0
Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	0,349	5,805		0,060	0,952
Perencanaan Pajak	0,000	0,005	-0.003	-0,030	0,976
Ukuran Perusahaan	0,068	0,185	0,033	0,367	0,007
Pertumbuhan Penjualan	0,060	0,239	0,022	0,252	0,008
<i>R Square</i>					0,015
<i>Adjusted R Square</i>					0,219
F Statistik					2,823
Signifikansi					0,010

Sumber: Olah data SPSS 26

Untuk mengetahui apakah model regresi di atas layak untuk digunakan, hal ini dapat diketahui melalui tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji hipotesis signifikansi parameter individual. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 0,05$. Jika Sig. $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 5.0 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Penguji Hipotesis Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis di atas, bahwa hasil estimasi variabel perencanaan pajak memiliki nilai t hitung sebesar -0,030 dimana ini lebih kecil dari t tabel (1,672), nilai koefisien regresi sebesar 0,000 dengan probabilitas 0,976. Nilai signifikan di atas nilai α (0,05) menunjukkan bahwa variabel perencanaan pajak memiliki arah yang negatif dan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Alhasil penelitian ini tidak mendukung nilai signifikansi dan pada penelitian ini **Hipotesis Perencanaan Pajak ditolak** yaitu tidak ada pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba.

2. Penguji Hipotesis Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis di atas, bahwa hasil estimasi variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar 0,367 dimana ini lebih kecil dari t tabel (1,672), nilai koefisien regresi sebesar 0,068 dengan probabilitas 0,007. Nilai signifikan di bawah nilai α (0,05) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki arah yang positif dan berpengaruh terhadap manajemen laba. Jadi penelitian ini mendukung nilai signifikansi dan pada penelitian ini **Hipotesis Ukuran Perusahaan diterima** yaitu ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

3. Penguji Hipotesis Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen

Laba

Berdasarkan hasil analisis di atas, bahwa hasil estimasi variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai t hitung sebesar 0,252 dimana ini lebih kecil dari t tabel (1,672), nilai koefisien regresi sebesar 0,060 dengan probabilitas 0,008. Nilai signifikan di bawah nilai α (0,05) menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki arah yang positif dan berpengaruh terhadap manajemen laba. Dengan demikian penelitian ini mendukung nilai signifikansi dan pada penelitian ini **Hipotesis Pertumbuhan Penjualan diterima** yaitu ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel Perencanaan Pajak (X_1) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba (Y). Hasil ini dibuktikan oleh uji statistik t yang menunjukkan bahwa analisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,976 dengan nilai koefisien regresi 0,000. Nilai signifikansi $0,976 > 0,05$ mengindikasikan bahwa **H_0 diterima dan H_1 ditolak**. Hasil ini mempunyai arti bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Tidak adanya pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba disebabkan oleh adanya kemungkinan yaitu perusahaan melakukan perencanaan pajak tetapi manajemen laba tidak terjadi, hal ini kemungkinan

karena perusahaan melakukan perencanaan pajak kurang efektif, sehingga lebih condong memperoleh profit dari sisi fiskal saja, tetapi sebenarnya perusahaan juga memperoleh keuntungan dalam memperoleh profit dalam memperoleh tambahan modal dari pihak investor melalui penjualan saham perusahaan. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa ada tidaknya perencanaan pajak yang dilakukan pihak manajemen tidak mempengaruhi manajemen dalam melakukan praktik manajemen laba.

Tujuan manajemen dalam melakukan perencanaan pajak bukan hanya untuk mengurangi manajemen laba dan memperkecil tingkat pembayaran pajaknya tetapi kemungkinan untuk mengurangi kinerja perusahaan yang akan menunjukkan bahwa keadaan perusahaan dalam keadaan baik dan sehat, yang dapat dilihat dari seimbangannya kegiatan operasional perusahaan, ketepatan perusahaan dalam membayar pajaknya, terhindar dari sanksi perpajakan dan untuk membuat rencana jangka panjang mengenai prospek perusahaan di masa depan kepada *stakeholder* (Gloria & Apriwenni, 2020).

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suyoto & Dwimulyani, 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba kemungkinan besar karena adanya perbedaan data dan mungkin juga semakin kecilnya peluang manajer dalam melakukan perencanaan pajak disebabkan oleh peraturan perpajakan yang ada membatasi peluang manajer dalam melakukan perencanaan pajak sehingga pihak manajemen tidak memiliki kesempatan untuk melakukan praktik manajemen laba. Menurut (Lestari & Wulandari,

2019) menyatakan bahwa perusahaan melakukan manajemen laba guna menghindari penurunan laba, sedangkan tujuan perencanaan pajak adalah untuk memangkas besarnya laba kena pajak perusahaan dan semakin besar hasil perencanaan pajak maka semakin kecil praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini bisa diartikan bahwa perencanaan pajak tidak mempengaruhi perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh (Kanji, 2019) ketika perusahaan punya motivasi untuk mengubah kerugian menjadi keuntungan dan memiliki motivasi untuk menghindari biaya penalti dengan memanipulasi laporan keuangan maka perusahaan akan lebih memilih untuk melakukan *tax planning* dengan menggunakan strategi manajemen laba untuk memperoleh keuntungan dan meraih tujuan yang telah ditetapkan.

4.6.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel Ukuran Perusahaan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,068 yang menunjukkan bahwasetiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan maka manajemen laba suatu perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,068 dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel Manajemen Laba, di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas (independen) akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat (dependen). Hasil ini dibuktikan oleh uji statistik t yang menunjukkan bahwa analisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba diperoleh nilai

signifikansi sebesar 0,007. Nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ mengindikasikan bahwa **H₀ ditolak dan H₂ diterima**. Hasil berarti ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Agustia & Suryani, 2018) yang menunjukkan kesamaan dari hasil dalam penelitian ini, dimana ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang. Motivasi untuk mendapatkan dana tersebut akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba. Demikian pula ukuran perusahaan yang semakin tinggi maka manajemen akan semakin terdorong untuk melaksanakan praktik manajemen laba karena perusahaan harus mampu memenuhi ekspektasi tinggi dari para investor atau pemegang saham. Pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap praktik manajemen laba juga dikarenakan perusahaan ukuran besar berada di bawah tekanan besar untuk memenuhi ekspektasi analis keuangan. Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung untuk mengontrol jumlah laba yang dipublikasikan karena perusahaan besar cenderung ingin menghasilkan kinerja keuangan yang baik kepada publik.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian dari (Andrayani et al., 2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Dalam penelitian tersebut ukuran perusahaan didasarkan

pada total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula total aktiva, sehingga dapat memperoleh laba yang tinggi dari tingkat efisiensi operasinya. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, rata-rata penjualan, jumlah penjualan saham perusahaan dan lain-lain.

4.6.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji regresi, variabel Pertumbuhan Penjualan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,06 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 1 satuan maka manajemen laba suatu perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,06 dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap variabel Manajemen Laba, di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas (independen) akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat (dependen). Hasil ini dibuktikan oleh uji statistik t yang menunjukkan bahwa analisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,008. Nilai signifikansi $0,008 < 0,05$ mengindikasikan bahwa **H₀ ditolak dan H₃ diterima**. Hasil berarti pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar karenanya manajemen mungkin akan melakukan tindak manajemen laba. Alasan lainnya, semakin tinggi pertumbuhan penjualan

perusahaan maka penghasilan perusahaan akan semakin besar sehingga pajak yang harus dibayarkan akan semakin besar. Oleh karena itu, perusahaan melakukan manajemen labanya dengan menurunkan laba untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahunnya. Jika penjualan dan laba setiap tahun meningkat, maka pembiayaan dengan utang dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemilik saham. Sehingga manajer terdorong untuk melakukan manajemen laba seiring dengan semakin tingginya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan agar laba perusahaan nampak lebih rendah dari pada laba yang sesungguhnya diperoleh.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Astari & Suryanawa (2017) dan Yunietha & Palupi (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar karenanya manajemen mungkin akan melakukan tindak manajemen laba.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang ditulis oleh (Fatonah, 2022) mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, dan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan *F&B*. Pada penelitian tersebut dinyatakan bahwa Jika pertumbuhan penjualan dan laba setiap tahunnya meningkat, maka pembiayaan dengan utang dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan

pendapatan pemilik saham. Sehingga manajer termotivasi untuk melakukan manajemen laba seiring dengan makin tingginya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan.

Sebagaimana dari implementasi dari Teori Agency yang dimana Teori tersebut digunakan sebagai pemisah antara pengelola perusahaan (pihak manajemen) dengan pemilik perusahaan (pemegang saham) (Sihombing & Rachmawati, 2015) Antara pemegang saham dan manajemen memiliki tujuan yang berbeda sehingga memunculkan konflik kepentingan.

Dilihat dari sisi pemicu konflik kepentingan yaitu keterlibatan salah satu pihak tertentu khususnya pihak pemegang saham. Seorang pemegang saham bermaksud menginginkan pengembalian yang diberikan atas hasil investasinya agar dilakukan secara cepat dengan keuntungan yang tinggi supaya pembiayaan dengan utang dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemilik/pemegang saham nantinya. Sedangkan dari pihak seorang manajer menginginkan insentif/kompensasi sebesar-besarnya atas kinerjanya dalam urusan pengelolannya demi kemajuan dan kestabilan perusahaannya. Atas dasar itulah kedua belah pihak yakni pemegang saham dan manajer terlibat konflik kepentingan dalam rangka bersaing untuk meraih dan mempertahankan kemakmuran yang diinginkan seiring dengan momentum pertumbuhan penjualannya tinggi dan bikin mereka kepingcut melakukan praktik manajemen laba.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan laporan keuangan dan laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan perbankan yang menjadi sampel penelitian yang dipublikasikan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan sebanyak 44 perusahaan sebagai sampel penelitian selama kurun waktu tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2019, 2020, dan 2021 melalui situs www.idx.co.id. Bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Berdasarkan dari hasil analisis data penelitian dan pembahasannya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Perencanaan Pajak terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Tidak adanya pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba disebabkan oleh peraturan perpajakan yang membatasi peluang manajer dalam melakukan perencanaan pajak sehingga pihak manajemen tidak memiliki kesempatan untuk melakukan praktik manajemen laba serta perusahaan melakukan perencanaan pajak namun

manajemen laba tidak terjadi, hal ini karena perusahaan melakukan perencanaan pajak kurang efektif sehingga lebih condong memperoleh profit dari sisi fiskal saja.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Ukuran Perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula total aktivasinya, sehingga dapat memperoleh laba yang tinggi dari tingkat efisiensi operasinya. Ukuran perusahaan yang semakin tinggi maka manajemen akan semakin terdorong untuk melaksanakan praktik manajemen laba karena perusahaan harus mampu memenuhi ekspektasi tinggi dari para investor atau pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung untuk mengontrol jumlah laba yang dipublikasikan karena perusahaan besar cenderung ingin menghasilkan kinerja keuangan yang baik kepada publik.

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Pertumbuhan Penjualan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Artinya, semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan maka penghasilan perusahaan akan semakin besar sehingga pajak yang harus dibayarkan akan semakin besar. Dengan kata lain, perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi

dapat dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar karenanya manajemen akan melakukan tindak manajemen laba. Alhasil manajer terdorong untuk melakukan manajemen laba seiring dengan semakin tingginya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan agar laba perusahaan nampak lebih rendah dari pada laba yang sesungguhnya diperoleh.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dialami dan dapat menjadi faktor yang dapat diperhatikan untuk penelitian selanjutnya guna untuk menyempurnakan penelitian, antara lain:

1. Periode yang digunakan dalam pengambilan sampel hanya selama 3 tahun, yaitu 2019-2021. Jangka waktu penelitian ini relatif lebih singkat jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada satu jenis perusahaan yaitu perusahaan perbankan, sedangkan masih banyak sektor-sektor lain yang dapat dijadikan objek penelitian. hal ini dikarenakan praktik manajemen laba juga kerap terjadi pada perusahaan-perusahaan tidak hanya dari sektor perbankan saja.
3. Terdapat perusahaan perbankan yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan terdapat pula perusahaan perbankan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara komplit selama rentan kurun periode penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan keterbatasan penelitian yang telah diungkapkan maka saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan perbankan, khususnya perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk pembuatan berbagai kebijakan dan peraturan-peraturan untuk mencegah terjadinya manajemen laba yang merugikan baik pihak pemilik perusahaan maupun manajemen.
2. Bagi pemakai laporan keuangan diharapkan dapat mengambil keputusan yang tepat berdasarkan laporan keuangan yang berkualitas, handal dan dapat dipercaya sehingga informasi yang diperoleh akurat atau tidak menyesatkan bagi para pemakai laporan keuangan. Pemakai laporan keuangan harus dapat melihat serta harus dapat membandingkan laporan keuangan dari setiap periode maka dapat terlihat peningkatan atau penurunan dari setiap tahunnya atau setiap periode.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menjadi acuan pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba. Agar dapat menambah jumlah sampel dan variabel, memilih sektor perusahaan yang lain selain perusahaan perbankan serta

menambah periode penelitian agar pengaruh variabel-variabel independen dapat lebih dirasakan.

4. Bagi para pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, sebagai sumber informasi dan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengembangkan penelitian khususnya mengenai perencanaan pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan manajemen laba serta sebagai tambahan referensi khususnya dalam ilmu akuntansi.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, Y. P., Elly S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 10(1), 63-74.
- Aditama, F., & Purwaningsih, A. (2014). The Effect of Tax Planning on Earnings Management in Non-Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock. *MODE-Journal of Economics and Business*, 26(1), 33–50.
- Andrayani. (2018). Pengaruh Kecukupan Modal, Risiko Kredit, Efisiensi Operasional, dan Likuiditas terhadap Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(4), 378-389.
- Cohen, M., Meisser, A., Haenggeli, L., & Bischof, P. (2006). Involvement of MAPK pathway in TNF- α -induced MMP-9 expression in human trophoblastic cells. *Molecular Human Reproduction*, 12(4), 225–232.
- Dewi & Nuraina (2020). Pengaruh Tax Planning dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi empiris pada perusahaan Properti yang terdaftar di BEI). *The 9th FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi - Universitas PGRI Madiun*, 5(1), 854-881.
- Dewinta, I., & Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1994). The Nature Of Man. *Corporate Finance*, Summer.
- Kompasiana.com. (2019). *Permasalahan Kasus Bank Century*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/lalujonisatriawan5913/5ceda8ab6b07c56722>

05eb4b/permasalahan-kasus-bank-century pada tanggal 16 Januari 2023, pukul 22.01 WIB.

Lang and Ludhom. (2014). *Pemikiran Islam Di Malaysia: Sejarah dan Aliran*, 20(5), 40–43. <https://books.google.co.id/books>

Lestari, M. (2018). PENGARUH PERENCANAAN PAJAK DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Biomass ChemEng*, 3(2), <http://journal.stainkudus.ac.id/>

Lisa, O. (2012). Asimetri Informasi dan Manajemen Laba: Suatu Tinjauan dalam Hubungan Keagenan. *Jurnal WIGA*, 2(1), 42-49.

Luayyi, S. (2012). Teori Keagenan Dan Manajemen Laba Dari Sudut Pandang Etika Manajer. *ElMuhasaba: Jurnal Akuntansi*, 1(2), 199–216.

Lubis, I., & Suryani. (2018). Pengaruh Tax Planning, Beban Pajak Tangguhan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 41–58.

Nasution, F. A. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Skripsi*.

Nataharisma V., dan I K. S. (2014). Analisis Tax Planning dalam Meningkatkan Optimalisasi Pembayaran Pajak Penghasilan Pada PT. Chidehafu. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 8 (2), 324-339

Nisaputra, R. (2018). *LPPI: Praktik GCG di Perbankan Semakin Menurun*. Diakses dari <https://infobanknews.com/lppi-praktik-gcg-di-perbankan-semakin-menurun/> pada tanggal 16 Januari 2023, pukul 16.15 WIB.

Pertiwi, A. S. (2018). *PENGARUH TAX PLANNING DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei September*

- Prasetya, F. (2015). *Modul Ekonomi Publik Bagian Iii: Teori Informasi Asimetris*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Putra, A. A., Wela Y., dan Ida B. B. (2015). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (7), 2052-2067.
- Rachman, F. F. (2018). *Bank Bukopin Permak Laporan Keuangan, Ini Kata BI dan OJK*. Diakses dari <https://finance.detik.com/moneter/d-3994551/bank-bukopin-permak-laporan-keuangan-ini-kata-bi-dan-ojk>. pada tanggal 16 Januari 2023, pukul 16.13 WIB.
- Rahmat, A., & Zaini, J. (2020). Analisis Penerapan Perencanaan Pajak (Tax Planning) dalam Upaya Penghematan Beban Pajak Penghasilan Badan pada PT DCM Tahun 2017. *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)*, 1(2), 112–118.
- Rahmawaty, R. (2017). Pengaruh Perbedaan Laba Akuntansi dan Laba Fiskal Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 4(02), 233–245.
- Rori, H. (2013). Analisis Penerapan Tax Planning Atas Pajak Penghasilan Badan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 410–418.
- Santana dan Wirakusuma. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktek Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1555-1583.
- Sawitri, A. P., Ariska, F. A., & Alam, W. Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Koneksi Politik terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(11), 44-52. <https://doi.org/10.26486/jramb.v8i1.2365>
- Suandy, E. (2011). Perencanaan Pajak. *Perencanaan Pajak (Edisi 5)*, 11(2), 122–139.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Tindakan Kelas Pendekatan Kuantitatif*.

Kualitatif, dan R&D, 15(2), 1–23.

Sugiyono. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. 1, 81–109.

Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* .Kabupaten Semarang, *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 15(1)

