

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian pengaruh *tax planning*, ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba banyak dilakukan penelitian oleh para peneliti terdahulu. Beberapa hasil penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan perbandingan yang tidak jauh dari topic diatas. Berikut merupakan ringkasan dari hasil penelitian terdahulu :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                                          | Variabel Penelitian                                                                                                                                                         | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                 | Perbedaan & Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | <i>Analysis On The Influence Tax Planning And Deferred Tax Burden On Profit Management (Study Case In The Manufacturing Company Listed On Indonesia Stock Exchange Year 2014-2018) (Hadi Sumanti, Nia Pitaloka, 2020)</i> | 1. <i>Analysis On The Influence Tax Planning (X1) And Deferred Tax Burden (X2) as an independent variable</i><br>2. <i>Profit Management (Y1) as the dependent variable</i> | <i>Which means that tax planning has a positive effect on profit management the influence of tax planning on profit management, which means that deferred tax has no significant effect on profit management</i> | Persamaan :<br>Terletak pada variabel X yaitu sama-sama tax planning dan variabel Y yaitu profit management<br><br>Perbedaan :<br>Pada penelitian ini tidak memiliki <i>Deferred Tax Burden</i> sebagai variabel X. Sedangkan penelitian terdahulu tidak memiliki ukuran perusahaan dan CSR sebagai variabel X |

## Lanjutan

|    |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016 (Dewi Kusuma Wardani, Desifa Kurnia Santi, 2018) | 1. Pengaruh <i>Tax Planning</i> (X1), Ukuran Perusahaan (X2), <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X3) sebagai variabel independen<br>2. Manajemen Laba (Y) sebagai variabel dependen | Hasil dari penelitian :<br>Tax Planning tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap manajemen laba, corporate social responsibility memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba                                                       | Persamaan :<br>Terletak pada variabel X yaitu sama-sama memiliki tax planning, ukuran perusahaan, CSR sebagai variabel Y yaitu manajemen laba<br><br>Perbedaan :<br>Pada penelitian ini menggunakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan makanan dan minuman tahun 2012-2016 |
| 3. | Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Beban Pajak Tangguhan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi empiris pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI Tahun (Irsan Lubis, Suryani, 2018)                                                         | 1. Pengaruh <i>Tax Planning</i> (X1), Beban Pajak Tangguhan (X2), Ukuran Perusahaan (X3) sebagai variabel independen<br>2. Manajemen Laba (Y) sebagai variabel dependen                        | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>tax planning</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, variabel beban pajak tangguhan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba | Persamaan :<br>Terletak pada variabel X yaitu <i>tax planning</i> , ukuran perusahaan dan variabel Y yaitu manajemen laba<br><br>Perbedaan :<br>Pada penelitian ini tidak memiliki pajak tangguhan sebagai variabel X. Sedangkan penelitian terdahulu tidak memiliki CSR sebagai variabel X                                                                         |

Lanjutan

|    |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4. | <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Laba dan Kinerja perusahaan (Devi Dwi Rahmawardani, Muslichah, 2020)</i>                           | <p>1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR) (X1)</i> sebagai variabel independen</p> <p>2. Manajemen Laba (Y1) dan Kinerja Perusahaan sebagai variabel dependen</p>                              | <p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan</p> <p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh negative dan signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>Manajemen laba tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan</p> <p>Manajemen laba tidak dapat memediasi atau tidak memberikan pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan</p> | <p>Persamaan :<br/>Terletak pada variabel X yaitu sama-sama <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan variabel Y yaitu manajemen laba</p> <p>Perbedaan :<br/>Pada penelitian ini tidak memiliki kinerja perusahaan sebagai variabel Y. Sedangkan penelitian terdahulu tidak memiliki ukuran perusahaan dan tax planning sebagai variabel X</p> |
| 5. | <i>Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Tax Planning Terhadap Manajemen Laba (Dina Cahyani, Kartika Hendra, 2020)</i> | <p>1. Pengaruh Kepemilikan Institusional (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Leverage (X3) dan Tax Planning (X4) sebagai variabel independen.</p> <p>2. Manajemen Laba (Y1) sebagai variabel dependen</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negative terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba, dan tax planning berpengaruh positif terhadap manajemen laba</p>                                                                                                              | <p>Persamaan :<br/>Terletak pada variabel X yaitu ukuran perusahaan dan tax planning dengan variabel Y yaitu manajemen laba</p> <p>Perbedaan :<br/>Pada penelitian ini tidak memiliki kepemilikan institusional sebagai variabel X. Sedangkan penelitian terdahulu tidak memiliki CSR pada variabel X</p>                                             |

Lanjutan

|    |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. | Pengaruh Ukuran perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Emerensia Frenaldi Jeradu, 2021) | 1. Pengaruh Ukuran perusahaan (X1), Kebijakan Dividen (X2), dan Perencanaan Pajak (X3) sebagai variabel independen<br>2. Manajemen Laba (Y1) sebagai variabel dependen | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap manajemen laba, dan Perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba | Persamaan :<br>Terletak pada variabel X yaitu sama-sama terdapat ukuran perusahaan dan perencanaan pajak dengan variabel Y yaitu manajemen laba<br><br>Perbedaan :<br>Pada penelitian ini tidak memiliki kebijakan dividen sebagai variabel X. Sedangkan penelitian terdahulu tidak memiliki CSR pada variabel X |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Sumber : diolah penulis

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Teori Keagenan ( *Agency Theory* )

Teori keagenan menjadi salah satu penyebab adanya praktik manajemen laba yang ada di perusahaan. Teori keagenan adalah teori yang muncul ketika kegiatan bisnis tak selalu dikelola oleh pemilik entitas/saham. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang yaitu manajer. Teori keagenan menggambarkan bahwa manajemen laba terjadi sebagai akibat dari kepentingan ekonomis yang berbeda antara manajemen selaku agen

dan pemilik saham selaku principal (Gunawan, dkk, 2015) dalam (Lubis dan Suryani, 2018 : 44).

Menurut Prasetya dan Gayatri (2016) dalam (Lubis dan Suryani, 2018 : 44) teori keagenan berasumsi bahwa setiap individu baik principal maupun agen memiliki motivasi dan kepentingan yang berbeda sehingga akan mengakibatkan adanya konflik kepentingan diantara mereka. Pihak principal termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya melalui pembagian deviden atau kenaikan harga saham perusahaan. Sedangkan pihak agen termotivasi untuk meningkatkan kesejahteraanya melalui peningkatan kompesasi (Lubis dan Suryani, 2018 : 44).

## **2.2.2 Manajemen Laba**

### **2.2.2.1 Pengertian Manajemen Laba**

Manajemen laba didefinisikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk memanipulasi laporan keuangan, sehingga informasi yang didapat dari laporan keuangan tersebut memberikan dampak negative bagi perusahaan dan kerugian terhadap pihak investor. ( Cahyani dan Hendra, 2020 : 32). Menurut Agustia dan Suryani ( 2018 : 65-66) terjadinya tindakan manajemen laba karena seorang manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan menyusun transaksi untuk mengubah laporan keuangandengan tujuan memanipulasi besaran laba kepada investor tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil

perjanjian (kontrak) yang bergantung pada angka-angka yang dihasilkan .

#### 2.2.2.2 Strategi Manajemen Laba

Terdiri dari 3 jenis strategi manajemen laba yng dikemukakan oleh K.R Subramanyam dan John J. Wild (2014) yakni sebagai berikut:

1. Manajer meningkatkan laba ( *increasing income* )

Perusahaan dipandang baik ketika meningkatnya laba tahun berjalan yang dilakukan oleh manajer dengan maksud tahun berikutnya membuat laba akan semakin tinggi.

2. Manajer melakukan “mandi besar” ( *Big Bath* )

Strategi *big bath* dilakukan melalui penghapusan sebanyak mungkin pada satu periode. Periode yng dipilih biasanya periode dengan kinerja yang buruk (seringkali pda masa resgesi dimana perusahaan lain juga melaporkan laba yng buruk) atau peristiwa saat terjadi satu kejadian yang tidak biasa seperti perubahan manajemen, merger atau restrukturasi. Strategi *big bath* juga sering kali dilakukan setelah strategi peningkatan laba pada periode sebelumnya.

3. Manajer melakukan perataan laba ( *income smoothing* )

Perataan laba adalah bantuk umum manajemen laba. Strategi ini terjadi ketika seorang manajer melakukan peningkatan atau

penurunan laba yng akan dilaporkan untuk mengurangi adanya fluktuasi.

### **2.2.2.3 Motivasi Melakukan Manajemen Laba**

Terdapat 3 insentif untuk memotivasi perusahaan melakukan manajemen laba menurut K.R Subramanyam dan John J. Wild (2014) sebagai berikut :

#### **1. Insentif Perjanjian**

Definisi insentif perjanjian merupakan syarat utang yang menggunakan angka akuntansi dalam hal ini adalah laba. Akibat adanya pelanggaran syarat utang berakibat tingginya biaya, oleh karena itu perusahaan akan melakukan manajemen laba sebagaiantisipasi pelanggaran yang terjadi.

#### **2. Dampak Harga Saham**

Dampak harga saham menjadi insentif berikutnya yang memotivasi perusahaan melakukan manajemen laba. Misalnya seorang manajer akan menaikkan laba untuk mendapat harga saham yang tinggi.

#### **3. Insentif Lain**

Insentif lainnya yang menjadi alasan perusahaan melakukan manajemen laba yaitu :

- a. Menurunkan laba sebagai upaya menghindari biaya politik, karena sering kali perusahaan besar menjadi perusahaan monopoli, maka perusahaan melakukan manajemen laba untuk

menurunkan visibilitynya dengan prosedur akuntansi untuk melaporkan laba bersih yang dilaporkan

- b. Menurunkan laba dengan upaya mendapatkan keuntungan dari pemerintah
- c. Menurunkan laba untuk mengelakkan permintaan serikat buruh
- d. Insentif yang lainnya ialah perubahan manajemen

Perubahan manajemen laba bisa menyebabkan terjadinya *big bath*, hal ini terjadi saat manajer melakukan kesalahan lalu dilempar kepada manajer baru agar memperbaiki perusahaan dan yang terpenting adalah memberikan kemungkinan dilakukannya peningkatan laba dimasa depan.

#### **2.2.2.4 Mekanisme Manajemen Laba**

Terdapat 2 mekanisme utama manajemen laba menurut K.R Subramanyam dan John J. Wild (2014), berikut pembahasannya :

##### **a. Pemindahan Laba**

Mekanisme pemindahan laba menjadi salah satu proses manajemen laba yang dilakukan dengan cara memindahkan laba dari tahun ke tahun lainnya. Proses ini untuk mempercepat atau menunda pendapatan atau beban. Contoh mekanisme pemindahan laba sebagai berikut :

- 1) Pengakuan pendapatan yang dipercepat untuk membujuk pedagang atau distributor untuk membeli lebih banyak

produk pada akhir tahun fiscal. Kondisi seperti ini disebut penimbunan saluran (*chanal loading*), dan sering terjadi pada industri manufaktur mobil dan rokok

- 2) Ditundanya pengakuan beban dengan mengapitaalisasi beban dan mengamortisasi sepanjang periode masa depan, seperti kapitalisasi bunga dan kapitalisasi biaya pengembangan perangkat lunak
- 3) Pemindahan beban pada periode berikutnya dengan mengadopsi metode akuntansi tertentu
- 4) Menggunakan biaya yang besar dalam satu waktu tertentu, contoh nilai aset yang turun dan biaya restrukturisasi pada periode antara

b. Manajemen laba melalui klasifikasi

Secara khusus laba ditentukan dengan cara mengklasifikasikan beban pada laporan laba rugi dibagian-bagian tertentu. Dapat dilihat dari pemindahan beban berada dibawah garis atau beban dilaporkan di bagian luar biasa dan tidak diulang, oleh karena itu bagi analisi dianggap tidak penting

#### **2.2.2.5 Implementasi Manajemen Laba terhadap Analisis Laporan Keuangan**

Beberapa hal yang harus diperiksa oleh seorang analis sebelum perusahaan dinyatakan melakukan manajemen laba menurut K.R Subramanyam dan John J. Wild (2014), adalah sebagai berikut:

- a. Adanya insentif bagi manajer untuk melakukan manajemen laba. Bagi analis harus mempertimbangkan insentiif tersebut
- b. Mencari tau masa lalu manajemen dan reputasi melalui laporan keuangan periode lalu serta media keuangan yang memberikan informasi terhadap masalah tersebut
- c. Pola yang konsiten. Hal ini dapat dilihat dari apakah angka paling bawah seperti laba itu konsisten, karena tujuan manajemen laba itu sendiri mengubah komponen dari laba
- d. Peluang melakukan manajemen laba. Kondisi ini bisa dilihat dari seberapa besar perusahaan menginginkan penilaian yang besar terhadap angka laporan keuangan, maka perusahaan memiliki peluang yang besar untuk melakukan manajemen laba

### **2.2.3 *Tax Planning* (Perencanaan Pajak)**

#### **2.2.3.1 *Pengertian Tax Planning***

Menjadi salah satu subyek wajib pajak membuat perusahaan terikat dalam perundang-undangan membayar pajak. Hal ini dapat diambil dari banyaknya laba bersih sebelum pajak yang dikalikan dengan tarif pajak yang berjalan. Didirikannya perusahaan memiliki tujuan utama yaitu mendapatkan laba sebanyak mungkin, itu sangat bertolak belakang dengan tujuan pemerintah yakni memaksimalkan penerimaan dari wajib pajak dalam kasus ini yaitu perusahaan.

Karena tujuan perusahaan dan pemerintah berbeda, maka perusahaan melakukan strategi untuk menghindari banyaknya beban

pajak harus dibayar oleh perusahaan sehingga dapat mengurangi pendapatan perusahaan dengan proses *tax planning* (perencanaan pajak). *Tax planning* (perencanaan pajak) adalah proses awal sebuah perusahaan untuk melakukan manajemen pajak. Tahapan-tahapan yang dilakukan berupa pengumpulan dan penelitian tentang perundang-undangan perpajakan sebagai bahan untuk tindakan penghematan yang harus dilakukan.

Menurut Ferry Aditama dan Anna Purwaningsih (2014) dalam Jeradu (2021), pengertian *tax planning* (perencanaan pajak) ialah tahapan-tahapan yang dilakukan oleh wajib pajak guna mendapatkan beban pajak utang pajak ataupun PPh dalam keadaan yang seminimal mungkin.

#### **2.2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wajib Pajak**

Terdapat enam faktori yang mempengaruhi perilaku wajib pajak untuk melakukan *tax planning* (Pohan 2017 : 18) yakni :

##### **1. Tingkat peraturan yang rumit**

Semakin rumit peraturan perpajakan, maka cenderung wajib pajak untuk menghindarinya karena biaya untuk mematuhi menjadi besar

##### **2. Besarnya pajak yang dibayar**

Besarnya biaya pajak yang harus dibayar, maka semakin besar pula wajib pajak untuk melakukan kecurangan untuk mengurangi jumlah biaya pajaknya

### 3. Biaya negoisasi

Wajib pajak terkadang melakukan negoisasi serta memberikan sogokan kepada pihak fiskus untuk melakukan hak dan kewajiban tentang perpajakan. Semakin besar uang sogokan yang diberikan, maka kemungkinan kecil wajib pajak untuk melakukan pelanggaran

### 4. Risiko detektif

Semakin kecil risiko detektif, maka wajib pajak kemungkinan besar untuk melakukan pelanggaran. Dan sebaliknya semakin pelanggaran itu mudah untuk ditemukan, maka wajib pajak akan mencari aman untuk tidak melakukan pelanggaran

### 5. Besarnya denda

Semakin berat sanksi yang dikenakan, maka wajib pajak akan mengambil kondisi untuk tidak melanggar ketentuan. Dan sebaliknya semakin kecil sanksi yang dikenakan, maka semakin besar wajib pajak melakukan pelanggaran.

### 6. Moral masyarakat

Masyarakat yang memiliki moral tinggi secara tidak langsung akan menentukan kepatahan dan kesadaraan dalam melaksanakan hak dan kewajiban membayar pajak.

#### **2.2.3.3 Manfaat *Tax Planning***

Menurut (Pohan 2017) *tax planning* memiliki beberapa manfaat, yaitu sebagai berikut:

- a. Menghemat kas keluar, karena beban pajak menjadi salah satu poin yang harus dikurangi
- b. Aliran kas masuk dan keluar yang diatur dengan baik, jika memiliki perencanaan yang baik maka kebutuhan untuk kas masuk dan keluar akan tersusun dengan baik sehingga perusahaan mampu menyusun anggaran kas secara lebih akurat.

#### **2.2.3.4 Tujuan *tax planning***

Terdapat empat tujuan pokok yang harus dicapai dari *tax planning* yang sukses (Pohan 2017), yaitu :

1. Meminimalkan pengeluaran pajak

Tindakan yang harus diambil dalam rangka perencanaan pajak tersebut berupa usaha-usaha mengoptimalkan beban pajak yang masih dalam ruang lingkup pemajakan dan tidak melanggar peraturan perpajakan

2. Memaksimalkan laba setelah pajak
3. Meminimalkan adanya kejutan pajak (*tax surprise*) apabila ada pemeriksaan
4. Terpenuhi segala kewajiban perpajakan
5. Modus untuk menghindari pajak

#### **2.2.4 Ukuran Perusahaan**

##### **2.2.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan ialah besar kecilnya sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari banyaknya total aset ataupun penjualan yang sudah

dilakukan (Wardani dan Santi, 2018 :14). Total aset dipilih menjadi salah satu tolak ukur sebuah perusahaan sebab menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) dalam Cahyani dan Hendra (2020 : 36), banyaknya aset menunjukkan kestabilan perusahaan untuk mengukur ukuran perusahaan dibanding dengan faktor yang lain.

#### **2.2.4.2 Kriteria Ukuran Perusahaan**

Badan Standarisasi Nasional menyebutkan tiga jenis ukuran perusahaan, yakni :

1. Perusahaan besar
  - a. Sebuah perusahaan dikatakan perusahaan besar apabila kekayaan bersih yang dimiliki lebih dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan
  - b. Jumlah penjualan yang dicapai lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun
2. Perusahaan menengah
  - a. Sebuah perusahaan dikatakan perusahaan menengah apabila kekayaan bersih yang dimiliki mulai dari Rp. 1 Milyar sampai Rp. 10 milyar tanah dan bangunan termasuk didalamnya
  - b. Jumlah penjualan yang dicapai lebih bari Rp. 1 Milyar - Rp. 50 Milyar
3. Perusahaan kecil
  - a. Sebuah perusahaan dikatakan perusahaan kecil apabila kekayaan bersih yang dimiliki paling besar Rp. 200 juta tanah dan bangunan tidak termasuk

- b. Jumlah penjualan yang dicapai paling sedikit Rp. 1 Milyar/tahun

#### 2.2.4.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Sudarmaji (2007) dalam Kharisma Pelangi (2020 : 8) ada beberapa indikator ukuran perusahaan, antara lain :

a. Total Aktiva/Aset

Aktiva/aset ialah sumber daya atau kekayaan yang dimiliki perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin memperluas pula pasang pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi laba perusahaan. Berikut perhitungan ukuran perusahaan jika dilihat dari total aktiva/aset :

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln Total Aset}$$

b. Total Penjualan

Penjualan dapat didefinisikan sebagai salah satu faktor penting dalam pemasaran bagi perusahaan dalam memujudkan jumlah laba yang sebanyak-banyaknya. Semakin tinggi penjualan maka dapat menutupi biaya produksi. Dengan demikian laba yang di harapkan akan meningkat dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Berikut rumus ukurn perusahaan jika dilihat dari total penjualan :

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln Total Penjualan}$$

c. Kapitalisasi Pasar

Kapitalisasi pasar sendiri adalah sebuah ukuran yang dapat dilihat dari agregat suatu perusahaan. Apabila kapitalisasi pasar semakin

besar maka ukuran perusahaan semakin besar pula. Alasan kapitalisasi pasar digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan sebab dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut.

## **2.2.5 *Corporate Social responsibility (CSR)***

### **2.2.5.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Sebuah perusahaan dikatakan memiliki dampak yang baik jika memiliki rasa tanggung jawab bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan berjalannya kegiatan CSR dengan baik, maka perusahaan akan memiliki pandangan yang baik dimasyarakat sekitar maupun investor. Dengan adanya pandangan yang baik, secara tidak langsung perusahaan akan memiliki keuntungan untuk menarik investor agar membeli saham perusahaan.

Menurut Rofi'ah (2021 : 53) CSR ialah tindakan atau cara yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Rasa tanggung jawab yang dapat dilakukan oleh perusahaan bisa berupa meningkatkan segala sesuatu yang berhubungan dengan kemakmuran masyarakat, dan pemeliharaan fasilitas umum, memberikan beasiswa kepada anak yang kurang mampu, dan membangun fasilitas yang bersifat sosial.

### **2.2.5.2 Manfaat CSR**

Dikutip dari buku yang dikarang oleh DR. Hendrik Budi Untung berjudul “*Corporate Social Responsibility*” terdapat 10 manfaat untuk perusahaan yakni :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- c. Mengurangi risiko bisnis
- d. Mempermudah akses dalam mencari sumber data
- e. Menambah peluang pasar yang luas
- f. Mengurangi biaya
- g. Hubungan yang baik dengan sumber daya manusia
- h. Memiliki hubungan yang baik dengan regulator
- i. Memberikan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan

#### **2.2.5.3 Prinsip CSR**

Menurut David Crowther (2008 :201) dalam Kharisma Pelangi (2020:

6) prinsip CSR dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu :

##### *1) Sustainability*

Prinsip ini berkaitan dengan bagaimana CSR melakukan aktivitas dengan memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan

##### *2) Accountability*

Prinsip ini berkaitan dengan keterbukaan perusahaan dan bertanggung jawab terhadap kegiatan yang sudah dilakukan

##### *3) Transparency*

Transparasi bertujuan untuk mengurangi kesalahpahaman yang ada pada informasi dan pertanggung jawaban terhadap dampak dari lingkungan

#### 2.2.5.4 Tujuan CSR

Menurut Resturiany (2011) pada Kharisma Pelangi (2020 :7-8) tujuan sebuah perusahaan menerapkan CSR terbagi menjadi 4 kategori, yaitu sebagai berikut :

1. Tanggung jawab ekonomis / *make a profit*

Laba merupakan salah satu tujuan utama sebuah perusahaan didirikan. Maka sebaiknya sebuah perusahaan memiliki nilai ekonomi untuk perkembangan perusahaan supaya lebih berkembang lagi

2. Tanggung jawab legal / *obey the law*

Adanya hukum di Indonesia, maka untuk mendapatkan laba perusahaan harus sesuai dengan hukum dan kebijakan yang sudah diterapkan di negara ini

3. Tanggung jawab etis / *Be ethical*

Kewajiban sebuah perusahaan menjalankan bisnis secara adil, baik dan benar.

4. Tanggung jawab filantropis / *Be a good citizen*

Perusahaan memiliki tujuan utama untuk mendapatkan laba sebanyak mungkin, tujuan lainnya adalah menciptakan kualitas hidup yang baik pula

### 2.2.5.5 Konsep Dasar CSR

Terdapat tiga unsure penting dalam penerapan CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan (Kharisma Pelangi, 2020 : 11-12). Hubungan ketiga unsure tersebut dapat digambarkan seperti dibawah ini :



**Gambar 2.1 Unsur-unsur CSR**

#### 1. *Profit/Keuntungan*

*Profit/keuntungan* merupakan unsure yang sangat penting dalam mendirikan sebuah perusahaan. Profit bisa didapatkan dengan cara meningkatkan produktivitas dan melaksanakan efisiensi biaya

#### 2. *People/Masyarakat*

*People/masyarakat* merupakan sumber daya manusia yang penting untuk perusahaan. Penilaian yang baik dari masyarakat khususnya masyarakat sekitar lokasi perusahaan sangat dibutuhkan bagi perusahaan

#### 3. *Planet/Lingkungan*

Lingkungan memiliki hubungan sebab akibat yang memiliki makna apabila lingkungan sekitar terawat dengan baik maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada kita.

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh *Tax Planning* (Perencanaan pajak) Terhadap Manajemen Laba**

*Tax planning* (perencanaan pajak) adalah langkah pertama yang akan dilakukan perusahaan untuk manajemen pajak. *Tax planning* dilakukan dengan berbagai cara agar pembayaran pajak mampu ditekan seminimal mungkin, sehingga laba perusahaan dapat meningkat. Cara yang ditempuh oleh wajib pajak untuk meminimalkan pembayaran pajak tersebut merupakan tindakan manajemen laba (Achyani dan Lestari, 2019 : 79). Perencanaan pajak juga memiliki arti untuk perencanaan pemenuhan kewajiban perpajakan secara lengkap, benar, dan tepat waktu sehingga dapat secara optimal menghindari pemborosan sumber daya ( Aditama dan Anna, 2014 ) dalam ( Lubis dan Suryani, 2018 :46).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jeradu (2021) menunjukkan bahwa *tax planning* (perencanaan pajak) berpengaruh positif terhadap manajemen laba, Semakin baik perusahaan melakukan praktik *tax planning* maka semakin besar pula peluang perusahaan menjalankan praktik manajemen labanya.

### **2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba**

Hubungan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba adalah semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Karena perusahaan besar

memiliki banyak peluang dilihat dari perusahaan besar yang memiliki aktivitas operasional yang lebih utuh atau kompleks dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar cenderung memiliki motivasi yang besar dalam mendapatkan laba yang maksimal. (Lubis dan Suryani, 2018 : 46-47).

### **2.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Manajemen Laba**

Sebuah perusahaan yang mengadakan kegiatan CSR dan dilaporkan ke dalam laporan keuangan akan memiliki dampak baik berupa menumbuhkan penilaian positif di mata masyarakat dan para investor terhadap perusahaan tersebut. Dengan adanya kegiatan CSR di dalam perusahaan tersebut maka perusahaan akan lebih leluasa dalam melancarkan praktik manajemen laba. Karena menurut penilaian public sebuah perusahaan yang mempunyai kegiatan CSR yang tinggi tidak akan melakukan tindakan curang seperti manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kegiatan CSR pada sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula praktik manajemen laba yang dilakukan.

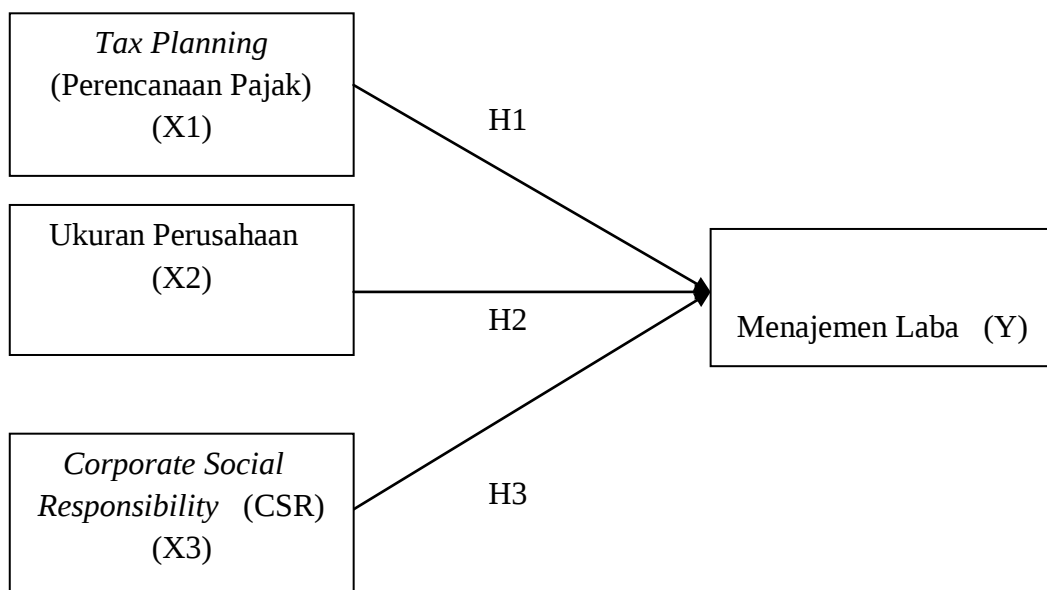
Penilaian yang dilakukan oleh Wardani dan Santi (2018) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Karena perusahaan dengan kegiatan CSR akan mendapatkan kepercayaan public, dengan demikian akan dimanfaatkan untuk melakukan tindakan manajemen laba. Perusahaan

akan merasa nyaman melakukan kegiatan manajemen laba karena merasa terlindungi dengan adanya kepercayaan yang di dapatkan dari publik.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan materi dan konsep yang sudah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan membahas tentang pengaruh *tax planning*, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba. Penelitian ini memiliki empat variabel yang akan diteliti, yaitu *tax planning* (X1), ukuran perusahaan (X2), *corporate social responsibility* (CSR) (X3) sebagai variabel bebas (*independen*), manajemen laba (Y) sebagai variabel terikat (*dependen*). Berikut kerangka pemikiran di bawah ini :

**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**



Sumber : diolah oleh peneliti

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah pernyataan yang masih bersifat sementara terkait permasalahan yang akan diteliti dan akan diuji kebenarannya. Penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- H1 : *Tax planning* (perencanaan pajak) berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba
- H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba
- H3 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negative dan signifikan terhadap manajemen laba