I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri manufaktur di Indonesia saat ini dihadapkan pada persaingan industri dalam pasar global. Persaingan industri ini membuat perusahaan harus memiliki tujuan untuk mempertahankan kelangsungan usaha (*going concern*). Kelangsungan usaha perusahaan selalu dihubungkan pada kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan agar mampu bertahan hidup. Perusahaan dipaksa memiliki daya saing yang tinggi dari perusahaan lainnya, yaitu tidak hanya dalam menghasilkan kualitas produk tetapi juga dipaksa untuk melakukan pengelolaan keuangannya yang baik. Maka, pengelolaan keuangan ini harus bisa menjamin *going concern* suatu perusahaan yang ditunjukkan besarnya laba atau keuntungan yang diperoleh.

Laporan keuangan adalah laporan yang berupa produk akhir dari proses pencatatan, pengikhtisaran hingga pelaporan suatu transaksi bisnis yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Hery, 2016). Tujuan dari penerbitan laporan keuangan adalah untuk dapat memberikan gambaran kepada pihak eksternal mengenai keadaan suatu perusahaan, baik keadaan operasional maupun keadaan finansial. Laporan keuangan ini digunakan sebagai landasan untuk mengambil keputusan kepada pengguna laporan. Laporan keuangan dapat dikatakan sebagai hasil pertanggung jawaban yang dibuat oleh pihak manajemen terhadap penggunaan atas seluruh sumber daya yang ada.

Salah satu komponen dalam laporan keuangan adalah laporan laba rugi yang merupakan salah satu bagian laporan keuangan yang sangat penting. Dimana laporan laba rugi memuat informasi laba perusahaan untuk para pemegang saham dan kreditur agar mengetahui kinerja keuangan perusahaan. Kinerja yang dijalankan perusahaan tercermin dari perolehan laba atau rugi yang dihasilkan pada periode tersebut.

Informasi Laba digunakan oleh pihak internal ataupun eksternal perusahaan untuk membuat keputusan terkait pemberian bonus, kompensasi dan prestasi

kinerja pihak manajemen (Negara dan Dharma, 2017). Bonus yang akan diperoleh oleh pihak manajemen berkaitan dengan laba atau keuntungan yang di hasilkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin tinggi bonus yang akan diperoleh pihak manajemen. Jika bonus yang diberikan tergantung pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan, maka manajer memungkinkan untuk melakukan rekayasa akuntansi untuk meningkatkan laba. Rekayasa tersebut disusun dengan tidak melanggar kaedah-kaedah akuntansi yang berlaku umum. Kondisi inilah yang biasanya dilakukan oleh manajer untuk merekayasa informasi laba yang biasanya disebut dengan praktik manajemen laba *(earnings management)* (Endriati dkk, 2017).

Manajemen laba adalah suatu cara yang dilakukan dalam memilih kebijakan akuntansi oleh manajer dari Standar Akuntansi Keuangan yang ada untuk merekayasa suatu laporan keuangan yang dapat meningkatkan utilitas perusahaan dan nilai pasar perusahaan bertujuan untuk menyesatkan pemegang saham (Scoot, 2015). Dari definisi tersebut, manajemen laba dianggap sebagai kesalahan yang disengaja dalam pembuatan laporan keuangan terkait fakta dan data akuntansi, sehingga semua informasi yang digunakan untuk membuat keputusan dianggap menyesatkan dan pada akhirnya akan menyebabkan pembaca mengubah keputusannya (Healy, 1999). Oleh karena itu, perekayasaan laporan keuangan ini menjadi isu atas penyalahgunaan informasi keuangan yang dapat merugikan pihak yang berkepentingan. Kondisi ini biasanya dikenal sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*) yaitu suatu kondisi dimana adanya ketidakseimbangan informasi antara pihak manajemen dengan pemegang saham dan stakeholders (Dewi dan Chandra, 2016). Menurut Scoot (2000), Manajemen laba dapat dilakukan dengan cara praktik perataan laba *(income smoothing*), *taking a bath*, dan memaksimalkan pendapatan *(income maximization)*.

Seiring dengan berjalannya waktu, penelitian dalam bidang akuntansi mengenai manajemen laba terus berkembang. Penelitian tidak hanya terfokus pada upaya untuk mendeteksi keberadaan, bagaimana, dan konsekuensi dari manajemen laba, tetapi terus meluas menjadi penelitian untuk mengetahui mengapa seorang manajer melakukan aktivitas rekayasa manajerial tersebut. Seperti motivasi apa yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba, serta identifikasi

mengenai pandangan, pemahaman, dan perilaku etis mengenai manajemen laba tersebut. Terdapat banyak faktor yang menjadi motivasi manajer dalam melakukan manajemen laba, diantaranya adalah perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Bagi negara, pajak merupakan pungutan wajib dari rakyat untuk negara berdasarkan Undang-Undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapatkan imbal balik yang digunakan untuk membiayai keperluan negara, baik pengeluaran pembangunan maupun pengeluaran lainya yang diperlukan (Soemitro dalam Mardiasmo, 2018). Sedangkan bagi perusahaan, pajak merupakan pajak yang dikenakan terhadap penghasilan yang dianggap sebagai beban, yang akan mengurangi laba perusahaan. Maka dari itu, adanya keinginan pihak manajemen untuk meminimalkan beban pajak sekecil mungkin karena pajak akan mengurangi laba perusahaan. Meminimalkan beban pajak dapat dilakukan dengan perencanaan pajak. Menurut Suandy (2013), perencanaan pajak (*tax planning*) adalah suatu upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajak atau *tax sheltering* yang masih dalam aturan perpajakan yang berlaku.

Perencanaan pajak berkaitan dengan laporan laba perusahaan. Semakin besar laba diperoleh perusahaan maka akan semakin besar pula beban pajak yang ditanggung perusahaan. Oleh karena itu, manajer perusahaan akan melakukan teknik manajemen laba untuk mencapai target laba yang diinginkan.

Selain perencanaan pajak, salah satu faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala perusahaan yang diklasifikasikan menurut besar kecilnya berdasarkan pada total aktiva perusahaan tersebut. Semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan sangat sensitif terhadap pelaporan laba karena dianggap sebagai *political costs* (Watt and Zimmerman, 1986). Ada pandangan tentang perusahaan besar terhadap manajemen laba. perusahaan besar lebih memiliki motivasi untuk melakukan praktik manajemen laba dari perusahaan kecil, karena perusahaan besar memiliki biaya politik yang sangat besar, memiliki kegiatan operasional yang lebih banyak dan perusahaan besar biasanya harus memenuhi harapan dari investor dan pemegang sahamnya untuk mencapai suatu

target, sehingga memungkinkan perusahaan besar sering melakukan praktik manajemen laba (Santana dan Made, 2016).

Faktor lain yang mempengaruhi manajemen laba yaitu profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset (ROA)*. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu (Kasmir, 2016). Semakin besar *Return On Asset* sebagai rasio profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan semakin efisien penggunaan aktiva sehingga akan memperbesar laba. Laba sering digunakan perusahaan untuk mengukur kinerja keuangan. keterkaitan profitabilitas dengan manajemen laba yaitu apabila nilai Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* kecil pada suatu perusahaan dalam periode tertentu, maka perusahaan akan cenderung melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan pendapatan sehingga akan mempertahankan saham dan investor perusahaan tersebut. Menurut Setyawan dan Harnovinsah (2015), profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman, sektor industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang diposisikan oleh pemerintah Indonesia sebagai cabang industri manufaktur unggulan yang menopang industri nasional. Oleh karena itu, subsektor ini mempunyai kesempatan untuk tumbuh dan berkembang dan diprediksi membaik kondisinya. Menurut Menteri Perindustrian, subsektor makanan dan minuman merupakan sektor terbesar dalam memberikan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto). Pada tahun 2017 kementrian industri mencatat industri makanan dan minuman kepada PDB industri non migas mencapai 34,95%. Tahun 2018 industri ini mampu tumbuh sebesar 7,91% atau melampaui ekonomi nasional diangka 5,17%, dan pada tahun 2019 bertumbuh sebesar 7,78%. Kenaikan ini disebabkan oleh meningkatnya produksi industri makanan dan minuman. Selain itu, subsektor makanan dan minuman ini akan selalu mengalami pertumbuhan karena karakteristik dan sifat masyarakat yang cenderung dapat membantu mempertahankan sektor barang konsumsi. Sehingga memungkinkan industri makanan dan minuman ini akan cenderung untuk melakukan praktek manajemen laba (Lestari, 2018).

Sampai saat ini manajemen laba menjadi kontroversi dalam akuntansi keuangan. Maka peneliti termotivasi untuk memecahkan latar belakang masalah diatas dengan judul **"Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Return On Asset* Terhadap Manajemen Laba** (Studi Kasus pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020)".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2017-2020.
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2017-2020.
3. Apakah *return on asset* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2017-2020.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba.
b. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba, dan;
c. Untuk mengetahui apakah *return on asset* berpengaruh terhadap manajemen laba.

1.4 Kontribusi Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pikiran terhadap ilmu pengetahuan tentang pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan *return on asset* terhadap manajemen laba.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan *return on asset* terhadap manajemen laba.

2) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi para investor dalam mempertimbangkan keputusan yang berkaitan dengan penanaman investasi yang akan dilakukan pada suatu perusahaan. Terutama dalam menilai kualitas laba perusahaan tersebut.

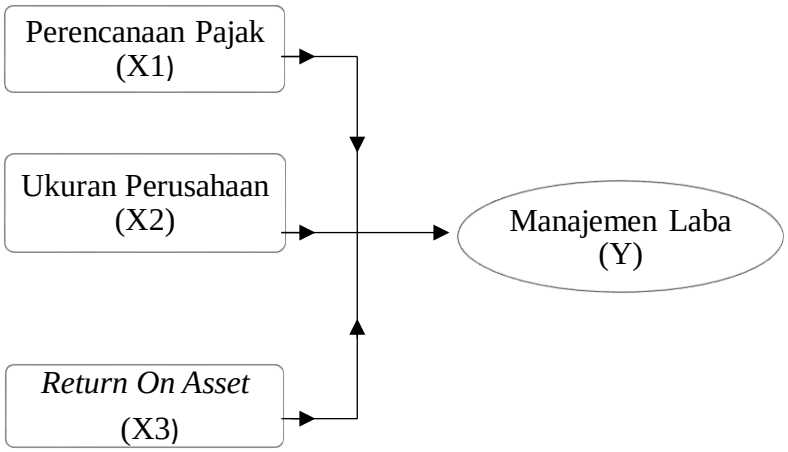
3) Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan *return on asset* terhadap manajemen laba pada perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan perencanaan pajak sebagai variabel independen (X1), ukuran perusahaan sebagai variabel independen (X2), dan *return on asset* sebagai variabel independen (X3) yang diduga mempengaruhi Manajemen Laba sebagai variabel dependen (Y). Kerangka pemikiran tersebut dituangkan dalam model penelitian seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 1. Kerangka Konsep



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Pajak

2.1.1 Pengertian Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan suatu usaha yang dilakukan wajib pajak orang pribadi atau badan agar dapat membayar pajak seminimal mungkin dengan memanfaatkan peraturan perpajakan (Pohan, 2013). Menurut Zain (2007), perencanaan pajak adalah suatu proses mengorganisasi usaha wajib pajak sehingga utang pajak yang dibayar berada dalam posisi minimal, sepanjang dalam ketentuan peraturan perpajakan maupun komersial.

Menurut Suandy (2013), perencanaan pajak adalah suatu proses mengorganisir usaha wajib pajak atau kelompok wajib pajak sehingga utang pajak yang dibayar berupa pajak penghasilan ataupun pajak-pajak lainnya seminimal mungkin, sepanjang hal dalam ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku. Dari beberapa definisi diatas yang dikemukakan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak adalah suatu strategi perusahaan agar pembayaran pajaknya dalam jumlah kecil tetapi masih dalam lingkup peraturan perpajakan yang berlaku.

2.1.2 Tujuan Perencanaan Pajak

Tujuan perencanaan pajak adalah untuk mengatur pengeluaran perusahaan dalam membayar pajak agar pajak yang dibayar seminimal mungkin dengan memanfaatkan peraturan perpajakan untuk memperoleh laba setelah pajak yang maksimal. Menurut Pohan (2013), tujuan perencanaan pajak yaitu sebagai berkut:

a. Meminimalisasi beban pajak yang terutang

   Tindakan yang dilakukan dalam perencanaan pajak yaitu usaha-usaha untuk mengefisiensikan beban pajak yang masih dalam ketentuan peraturan perpajakan.

b. Memaksimalkan laba setelah pajak.

c. Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus.

d. Memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, efisien, dan efektif sesuai dengan peraturan perpajakan, yaitu antara lain:
   1) Mematuhi semua ketentuan administratif, agar terhindar dari sanksi perpajakan, yaitu sanksi administratif dan pidana seperti sanksi bunga, kenaikan, denda, dan hukum kurungan.
   2) Melaksanakan semua ketentuan undang-undang perpajakan yang berkaitan dengan pemasaran, pembelian, dan fungsi keuanganm seperti pemotongan dan pemungutan pajak (PPh pasal 21, pasal 22 dan pasal 23).

2.1.3 Cara-cara Pengelakan Pajak

Ada beberapa cara pengelakan pajak yang biasa dilakukan oleh wajib pajak untuk meminimalkan pajaknya (Pohan, 2013), antara lain:

a. Penggeseran Pajak (*Tax Shifting*) adalah pemindahan beban pajak dari subjek pajak kepada pihak lain, dengan demikian wajib pajak yang dikenakan pajak tidak menanggung pajaknya. Ada dua jenis penggeseran pajak dalam pengelakan pajak, yaitu:
   1) Penggeseran Pajak Kedepan (*Forward Shifting*)

      Pergeseran pajak kedepan terjadi ketika perusahaan memindahkan beban pajaknya kepada penyalur utama, pedagang besar dan terakhir kepada pembeli, contohnya yaitu PPN. Penggeseran ini akan mengakibatkan kenaikan harga sebesar pajak atau PPN yang dikenakan.
   2) Penggeseran Pajak Kebelakang (*Back Shifting*)

      Penggeseran pajak kebelakang terjadi ketika beban pajak ditransfer dari pembeli kepada perusahaan melalui distribusi. Penggeseran ini mengakibatkan pemotongan harga jual sebesar pajak yang dikenakan perusahaan.
b. Kapitalisasi Pajak adalah pengurangan harga suatu objek pajak dengan jumlah pajak yang akan dibayarkan kemudian yang dilakukan pembeli. Kapitalisasi sering terjadi pada pembeli yaitu harga tetap yang diberikan seperti tanah atau bangunan yang dikenakan pajak balik nama. Agar pajak ini tidak menajdi beban pembeli, maka pajak yang dikenakan dialihkan keapada penjual.

c. Transformasi adalah cara pengelakan pajak yang dilakukan perusahaan dengan menanggung beban pajak yang dikenakan. Cara ini biasanya dilakukan oleh produsen agar kenaikan harga jual tidak menurunkan pangsa pasarnya, sehingga keuntungan yang dieproleh perusahaan tidak menurun. Maka dari itu, beban pajak yang dikenakan dapat ditransfer dan dikompensasikan kepada konsumen,. Pengelakan pajak ini dilakukan dengan cara mengubah pajak (transformasi) ke dalam laba atau keuntungan perusahaan melalui efesiensi produksi.
d. Penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) adalah penghindaran pajak atau *tax affairs* yang masih dalam lingkup ketentuan undang-undang perpajakan.
e. Penggelapan Pajak *(Tax evasion*) adalah penghindaran pajak yang berada diluar lingkup ketentuan perpajakan. dengan cara memanipulasi beban pajak secara ilegal.
f. Pengecualian pajak (*Tax Exemption*) adalah pengecualian pajak yang diberikan kepada orang atau badan berdasarkan Undang-Undang perpajakan. Ada beberapa pengecualian pengenaan pajak yang diberikan oleh pemerintah sekarang ini misalkan:
   1) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 43/PMK.03/2009 tentang PPh pasal 21 ditanggung Pemerintah atas Penghasilan Pekerja Pada Kategori Usaha Tertentu menurut Menteri keungan Nomor 49/PMK.03/2009.
   2) Peraturan Pemerintah (PP) No. 12 tahun 2001 yang dirubah ketiga kalinya dengan PP No. 7 tahun 2007 tentang impor dan/atau Penyerahan Barang Kena Pajak Tertentu yang berifat strategis yang dibebaskan dari Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai.
   3) Pasal 3 Undang-undang PBB no. 12 tahun 1985 yang dirubah dengan UU PBB no. 12 tahun 1994 tentang objek pajak yang tidak kenakan pajak bumi dan bangunan adalah objek pajak yang :
      a. Digunakan untuk kepentingan umum dibidang ibadah, sosial, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan nasional.
      b. Digunkan untuk kuburuan, peninggalan purbakala, hutan lindung, dan tanah Negara yang belum dibebani suatu hak.

2.2 Ukuran Perusahaan

2.2.1 Pengertia Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran/nilai yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai proksi, yaitu total aset, jumlah karyawan, *log size*, nilai pasar, dan jumlah penjualan, total modal dan lain-lain (Lestari, 2016). Menurut Pratama dan Wiksuana (2016), semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar aset yang dimiliki perusahaan dan semakin besar pula biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya.

Ukuran perusahaan dianggap sebagai ukuran atau skala yang digunakan untuk mengetahui variabilitas dan operasional perusahaan dalam praktik manajemen laba. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam mengahsilkan laba karena untuk mendapatkan kredit dari pihak lain. Dari berbagai paparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran aset yang dimiliki perusahaan.

2.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu sebagai berikut:

a. Usaha mikro adalah usaha yang dimiliki perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang mempunyai kriteria usaha mikro dalam peraturan perundang-undangan ini.
b. Usaha kecil adalah usaha produktif yang didirikan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan suatu anak perusahaan atau cabang perusahaan yang memiliki kriteria usaha kecil dalam peraturan perundang-undangan ini.
c. Usaha menengah adalah usaha produktif yang didirikan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan ini.
d. Usaha besar adalah usaha produktif yang didirikan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria dalam undang-undang ini yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta,

usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu ukuran untuk menilai perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat yang diterima. Menurut Harahap (2009), rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui seperti kegiatan penjualan, kas, ekuitas, jumlah karyawan, jumlah cabang dan lain-lain. Sedangkan menurut Kasmir (2016), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mnghasilkan laba dengan melakukan penjualan aktiva atau modal sendiri. Dari definisi diatas bahwa dalam sasaran variabel ini adalah laba atau keuntungan perusahaan.

2.3.2 Perhitungan Rasio Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2010), ada beberapa jenis untuk mengukur rasio profitabiltas, yaitu sebagai berikut:

a. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan meghasilkan laba kotor dari penjualan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengugrangi kenaikan harga pokok penjualan seiring kenaikan penjualan. rasio sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan, jadi semakin meningkatnya harga pokok penjualan maka akan menurunnya laba kotor *(gross profit)* begitupun sebaliknya. Formula *gross profit* dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Gross Profit Margin} = \frac{\textit{Penjualan-Harga pokok penjualan (laba kotor)}}{\textit{Penjualan}}$$

b. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih setelah pajak dari penjualan. jika rasio *gross profit margin* selama satu periode tidak mengalami perubahan tetapi rasio *net profit*

margin mengalami penurunan atau kenaikan berarti biaya perushaan mengalami penurunan atau kenaikan yang relatif. Formula *net profit margin* dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Net Profit Margin} = \frac{\textit{Laba setelah Pajak}}{\textit{Penjualan}}$$

c. *Return On Asset (ROA)*

Rasio ini biasayanya disebut dengan *return on investment* (ROI) yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dari seluruh aktiva. Formula *Return On Asset (ROA)* dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Return On Asset (ROA)} = \frac{\textit{Laba setelah pajak}}{\textit{Total Aktiva}}$$

d. *Return On Equity (ROE)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak atas modal yang diinvestasikan di perusahaan. Formula *Return On Equity (ROE)* dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Return on Equity (ROE)} = \frac{\textit{Laba Setelah Pajak}}{\textit{Modal sendiri}}$$

e. *Profit margin*

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dari penjualan. Profit margin ini dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menekan biaya-biaya perusahaan. Formula *Profit margin* dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Profit margin} = \frac{\textit{EBIT}}{\textit{Penjualan}}$$

2.3.3 Return On Asset

Return on asset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba. Rasio ini menjelaskan tingkat pengembalian investasi perusahaan dengan menggunakan seluruh dana dalam hal ini asset yang dimilikinya. Semakin besar *return on asset* yang dimiliki perusahaan menunjukkan semakin efisien penggunaan asset dalam menghasilkan laba perusahaan.

Menurut Mulyati (2019), rasio ini mampu menggambarkan keuntungan bisnis dan efektivitas perusahaan yang dapat mengukur kinerja manajemen dalam penggunaan aset untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio *Return On Asset* (ROA) maka suatu perusahaan menggambarkan rendahnya penggunaan aset untuk menghasilkan laba.

2.4 Manajemen Laba

2.4.1 Pengertian Manajemen Laba

Menurut teori keagenan (*agency theory*), manajemen laba dapat terjadi jika terdapat perbedaan kepentingan antara prinsipal (pemilik perusahaan) dan agen (pengelola). Hal ini terjadi karena manajer (pengelola) memiliki informasi mengenai perusahaan yang tidak dimiliki oleh pemegang saham untuk meningkatkan utilitasnya. Sedangkan menurut Scott (2015), manejemen laba ialah suatu tindakan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi (penggunaan accrual dalam laporan keuangan) dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan suatu kegiatan manajerial dalam memilih kebijakan akuntansi yang berlaku umum untuk mempengaruhi laporan keuangan dalam memperoleh laba perusahaan.

2.4.2 Teori yang Melandasi Praktik Manajemen Laba

a. *Agency theory* (Teori Keagenan)

Teori keagenan adalah suatu hubungan keagenan terikat kontrak dimana satu atau lebih pemilik (principal) dengan orang lain atau agen (manajer) yang menjalankan usahanya. Principal adalah pemegang saham atau pemilik yang menyediakan fasilitas dan dana untuk operasional perusahaan. Agen adalah

manajer yang mengelola perusahaan sebagaimana wewenang yang tealah ditunjuk principal.

Agency theory memiliki asumsi bahwa principal dan agen termotivasi oleh kesejahteraan dirinya sendiri. Principal termotivasi untuk membuat kontrak dalam menyejahterakan dirinya melalui pembagian dividen atau kenaikan harga saham. Agen termotivasi untuk menyejahterakan dirinya melalui peningkatan kompensasi atau bonus.

Agency theory mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (agen) dengan pemilik (principal). Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana pihak agen (manajer) memilik akses informasi yang lebih luas dibandingkan dengan pihak principal. Lestari (2018) berpendapat bahwa jika kedua kelompok (agen dan principal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan principal. Principal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitoring untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

Teori keagenan dibangun sebagi upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul Ketika ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak. Teori keagenan dapat terjadi jika pihak agen memiliki kelebihan informasi dibandingkan dengan pihak principal dan terdapat kepentingan antar kedua belah pihak, maka akan terjadi principal agen problem dimana agen akan melakukan tindakan yang mengungtungkan dirinya namun merugikan principal.

Teori keagenan dalam variabel perencanaan pajak mengasumsikan bahwa konflik terjadi terhadap kepentingan laba perusahaan antara pemungut pajak (fiskus) dengan pembayar pajak (manajemen). Fiskus berharap adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak, sementara dari pihak manajemen berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup signifikan dengan beban pajak yang rendah. Dua sudut pandangan berbeda inilah menyebabkan konflik antar fiscus sebagai pemungut pajak dengan pihak manajemen perusahaan sebagai pembayar pajak.

Teori keagenan menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dari perusahaan kecil. Perusahaan besar mungkin akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas public.

Teori agensi memiliki asumsi bahwa masing-masing indivindu semata-mata termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik antara principal dan agen. Principal termotivasi mengadakan kontrak untuk menyejahterahkan dirinya sendiri dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Agen termovitasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain memperoleh investasi, pinjaman maupun kontrak kompenasi

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

Menurut Lestari (2018), teori akuntansi positif adalah teori yang mengidentifikasi dan menganalisis berbagai bentuk manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Teori ini secara khusus bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh variabel-variabel ekonomi terhadapt motivasi manajer untuk memilih suatu metode akuntansi. Teori ini mengasumsikan manajer selalu berfikir rasional dan akan memilih kebijkan akuntansi yang dapat memberikan keuntungan kepada mereka. Teori ini digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan dampak yang terajdi pada manajemen, yang didasarkan pada proses kontrak keagenan antara manajer dengan kelompok lain sperti kreditor, auditor, investor, pihak pengelola pasar modal dan institusi pemerintah.

Menurut Watts dan Zimmerman (1986), ada tiga hipotesis dalam teori akuntansi positif yaitu sebagai berikut:

1) *The Bonus Plan Hypothesis*

Pada perusahaan yang memiliki rencana untuk pemberian bonus, maka manajer akan menggunakan metode akuntansi yang dapat mengukur besar kecilnya angka-angka dalam laporan keuangan. Hal ini dilakukan karena

bonus yang diberikan diukur dengan besarnya laba yang diperoleh perusahaan sehingga manajer dapat memperoleh bonus yang maksimal.

2) *The Debt to Equity Hypothesis (Debt Covenant Hypothesis)*

Hipotesis ini berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam penjanjian utang (*debt covenant*). Ketika perusahaan mulai tidak bisa memenuhi atau melanggar perjanjian utang, maka manajer perusahaan akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba perusahaa untuk menghindari terjadinya perjanjian utang.

3) The Political Cost Hypothesis

Scott (2000) menyatakan bahwa perusahaan yang mengeluarkan biaya politik, akan melakukan rekayasa penurunan laba untuk meminimalkan biaya politik yang tanggungnya. Biaya politik meliputi semua biaya yang terkait dengan regulasi pemerintah, subsidi pemerintah, tarif pajak, tuntutan buruh dan lain-lain

2.4.3 Motivasi Manajemen Laba

Scott (2015) mengemukakan bahwa terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba, yaitu motivasi bonus, motivasi kontraktual lainnya, motviasi politik, motivasi pajak, pergantian CEO, *Initial Public Offering*, dan pemberian informasi kepada investor. Berikut ini akan diuraikan setiap motivasi dari praktik manajemen laba.

a) Motivasi bonus (*Bonus Purpose*)

Perusahaan meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan cara memberikan kebijakan terhadap bonus setelah target yang ditetapkan tercapai. Oleh karena itu, manajemen berusaha menagtur laba agar dapat memaksimalkan bonus yang diterima.

b) Motivasi Kontraktual Lainnya (*Other Contractual Motivation*)

Manajer memiliki dorongan untuk memilih kebijak akuntansu yang dapat memenuhi kewajiban kontraktual terhadap utang yang harus dipenuhi karena jika tidak maka perusahaan akan terkena sanksi. Oleh karena itu, manajer melakukan manajemen laba untuk memeuhi perjanjiannya atas utang.

c) Motivasi politik (*political motivation*)

Perusahaan melakukan manajemen laba untuk menurunkan visibility-nya dengan cara menggunakan prinsip akuntansi untuk menurunkan laba bersi yang dilaporkan. Karena perusahaan besar akan menjadi perusahaan monopoli.

d) Motivasi Pajak (*taxation Motivation*)

Manajemen termotivasi untuk melakukan manajemen laba untuk mempengaruhi besarnya pajak yang dibayar perusahaan.

e) Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)

Motivasi Manajemen Laba akan ada disekitar waktu pergantian CEO. CEO yang diganti akan melakukan strategi untuk memaksimalkan laba.

f) *Initial Public Offering* (IPO)

Perusahaan yang pertama kali akan *go public* belum memiliki nilai pasar. Oleh karena itu, manajemen akan melakukan manajemen laba untuk menaikkan harga saham perusahaan.

g) Pemberian Informasi Kepada Investor **(***Communicate Information toInvestors*)

Kecenderungan investor untuk melihat laporan keuangan dalam menilai suatu perusahaan. Pada umumnya investor lebih tertarik pada kinerja keuangan perusahaan di masa datang dan akan menggunakan laba yang dilaporkan pada saat ini untuk meninjau kembali kemungkinan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.

2.4.4 Teknik Manajemen Laba

Setiowati (2007) menyatakan bahwa ada tiga teknik manajemen laba yang dapat dilakukan oleh manajemen, antara lain:

a. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

Cara manajemen laba untuk mempengaruhi laba melalui *judgement* terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi, dan lain-lain.

b. Mengubah metode akuntansi

Manajemen memiliki kesempatan untuk merubah metode akuntansi perusahaan yang sesuai dengan kondisi peperusahaan pada periode tersebut. Perubahan dalam metode akuntansi harus diungkapkan dengan jelas beserta alasannya yang

rasional dalam catatan pelaporan keuangan. Contoh: merubah depresiasi aktiva tetap dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

c. Menggeser periode biaya atau pendapatan

Menurut SAK perusahaan diharuskan menggunakan dasar akrual dalam pencatatan laporan keuangan (kecuali laporan arus kas), sehingga memberikan kesempatan bagi manajemen untuk memanipulasi laporan keuangan perusahaan. Contohnya adalah mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya.

2.4.5 Faktor Penyebab Perusahaan Melakukan Manajemen Laba

Ada beberapa faktor yang menyebabkan suatu perusahaan berani melakukan Manajemen laba (*Earning Management*) yaitu:

1. Standar Akuntansi Keuangan (SAK) memberikan fleksibilitas kepada manajemen untuk memilih prosedur dan metode akuntansi untuk mencatat suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda, seperti menggunakan metode *Average* dan FIFO dalam menetapkan harga pokok persediaan, metode depresiasi aktiva tetap dan sebagainya.
2. Standar Akuntansi Keuangan (SAK) memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen dapat menggunakan judgement dalam menyusun estimasi.
3. Pihak manajemen perusahaan berkesempatan untuk merekayasa transaksi dengan cara menggeser pengukuran biaya dan pendapatan.

Faktor lain tumbuhnya manajemen laba adalah hubungan yang bersifat asimetri informasi yang pada awalnya didasarkan kerena *conflict of interest* antara agen dan parsial.

Agen adalah manajemen perusahaan (internal) dan parsial adalah komisaris perusahaan (eksternal). Pihak parsial disini tidak hanya komisaris perusahaan, tetapi juga termasuk kreditur, *government* dan lainnya.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Judul	Metode	Hasil
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Negara (tahun 2017)	Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba	Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan metode regresi logistic	Hasil analisis ditemukan bahwa perencanaanpajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan beban pajak tangguhan berpengaruh positif terhadap probabilitas perusahaan mela kukan manajemen laba
2	Aditama (tahun 2014)	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Prusahaan Non Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indoensia	Metode analisis data menggunakan metode regresi linear berganda	Berdasarkan hasil analisa data, terlihat bahwa perencanaan pajak ternyata tidak berpengaruh positif terhadap manajamen laba pada perusahaan nonmanufaktur yang terdaftar di BEI.
3	Lestari (tahun 2018)	Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Ukuran Perushaan Terhadap Manajemen Laba	Metode analisis data menggunakan metode regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dan ukuran perusahaan berpengaruh negative signifikan. Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan subsector makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI.

Tabel 1. (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Setyawan (tahun 2015)	Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Profitabilitas, Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba	Metode analisis data menggunakan metode regresi linear berganda	Hasil penelitian ini bahwa beban pajak tangguhan, profitabilitas dan perencanaan pajak berpengaruh siginifikan secara simultan terhadap manajemen laba. secara parsial profitabilitas berpengaruh siginifikan terhadap manajemen laba, sedangkan berbeda dengan beban pajak tangguhan dan perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
5	Gunawan (tahun 2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba
6	Mulyati (tahun 2019)	Dampak Profitabilitas, Perencanaan Pajak Dan Good Corporate Governance Terhadap Pengelolaan Laba (Studi Pada Perusahaan Indeks Lq 45 Indeks Lq 45 Tahun 2014-2016	Metode analisis data menggunakan analisis data panel regresi	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen Proksi Profitabilitas Return On Assets (ROA) dan Good Corporate Governance berpengaruh terhadap pengelolaan laba secara parsial, tetapi variabel independent tax planning tidak berpengaruh terhadap pengelolaan laba parsial, dan nilai koefisien determinasi (Adjusted R2) menunjukkan nilai 0,3005.

Tabel 1. (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Mulyani, (Tahun 2018)	*The Effect of Tax Planning and Deferred Tax Expense on Earnings Management on Manufacturing Companies Listed In The Indonesia Stock Exchange,*	Metode analis data menggunakan uji statistic deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi liniear berganda	Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa manajemen laba tidak dipengaruhi oleh perencanaan pajak dan manajemen laba dipengaruhi secara negatif dan signifikan oleh pajak tangguhan biaya. Sedangkan sekaligus membuktikan bahwa perencanaan pajak dan pajak tangguhan Beban berpengaruh signifikan terhadap variabel manajemen laba.
8	Alfian (tahun 2019)	*The Impact Of Deferred Tax Expense And Tax Planning Toward Earnings Management And Profitability*	Metode analisis yang digunkanan yaitu Path Regression Analysis	Hasil penelitian ini diketahui bahwa Beban Pajak Tangguhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Manajemen Laba, tetapi tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan. Perencanaan Pajak tidak memiliki berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, tetapi memiliki pengaruh signifikan terhadap Perusahaan Profitabilitas. Juga ditemukan bahwa Manajemen Laba sebagai variabel intervening memperkuat pengaruh dari Beban Pajak Tangguhan terhadap Profitabilitas Perusahaan, tetapi memperlemah pengaruh dari Perencanaan Pajak terhadap profitabilitas perusahaan.

Tabel 1. (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Waskito (tahun 2020)	*Profitability, Leverage, Firm Size, Liquidity, and Total Assets Turnover on Real Earnings Management (An Empirical Study on the Mining Company Classification Registered at Indonesia Stock Exchange (IDX) 2014-2017)*	Metode pengambilan sampel: purposive sampling Metode analisis data yaitu : multiple linear regressioan	Hasil ini menunjukkan bahwa total asset turnover berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
10	Trisnawati, (tahun 2015)	*The Analysis Of Information Asymmetry, Profitability, And Deferred Tax Expense On Integrated Earning Management*	Metode pengabilan sampel yaitu: purposive sampling Metode analisis data yaitu: multiple linear regression	Hasil penelitian menunjukkan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada indeks JII dan LQ 45. Sedangkan variabel profitabilitas dan beban pajak tangguhan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba di kedua indeks. Untuk kedepannya peneliti akan melanjutkan model ini dengan mencari hubungan manajemen laba dengan relevansi informasi akuntansi dan mencari proksi lain dari manajemen laba.
11	Prasetyo, (tahun 2018)	Pengaruh perencanaan pajak, beban pajak tangguhan dan kualitas audit terhadap manajemen laba	Metode pengambilan sampel: Purposive sampling Metode analisis: multiple linear regression	Hasil analisis multiple linear regression menggunakan Program SPSS 19.0 menunjukkan pengaruh perencanaan pajak yang signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan beban pajak tangguhan tidak mempengaruhi manajemen laba. Sementara itu, kualitas audit memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba.
12	Fitriany (tahun 2016)	Pengaruh aset pajak tangguhan,	Metode pengambilan sampel:	Hasil dari analisis data menggunakan metode regresi logistic dengan bantuan SPSS

	beban pajak tangguhan dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba	Purposive Sampling Metode analisis data : metode regresi logistic biner	versi 20.0. menunjukkan variabel independent asset pajak tangguhan dan perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan beban pajak tangguhan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba

Perencanaan pajak merujuk pada proses merekayasa transaksi wajib pajak dalam membayar pajak dengan jumlah yang minimal, tetapi masih dalam peraturan perpajakan. Jadi dengan melakukan perencanaan pajak, perusahaan dapat memperkecil jumlah pajak yang dibayarkan untuk memperoleh keuntungan lebih besar tanpa melakukan pelanggaran terhadap peraturan perpajakan.

Beberapa penelitian sebelumnya bahwa perencanaan pajak memiliki hubungan erat dengan manajemen laba. Santana dan Made (2016) hasil penelitian mengungkapkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif, semakin tinggi perencanaan pajak maka semakin besar peluang perusahaan melakukan praktek manajemen laba. Berubahnya tarif badan dapat mempengaruhi perilaku perusahaan dalam mengelola keuanganya dengan memperkecil jumlah laba kena pajak, sehingga pajak yang dibayarkan lebih kecil. Penelitian sejalan dengan Negara et. al (2017) bahwa dalam penelitiannya perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berdasarkan hipotesis yang dilakukan peneliti sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba

2.6.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah suatu nilai dimana dapat memberikan gambaran besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain total aktiva, log *size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan manajemen laba, karena perusahaan besar memiliki aktivitas opersional yang lebih kompleks, sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan manajemen

laba. Menurut Santan dan Dewa (2016), perusahaan yang besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan perataan laba, karena memiliki biaya politik yang besar. Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen.

Beberapa penelitian sebelumnya bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif terhadap manajemen laba. Winda Amelia dan Erna Hernawati (2016) dalam hasil penelitiannya, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba dan mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan baik kecil dan besar dapat melakukan praktik manajemen laba. Berdasarkan peneliti sebelumnya yang telah diuraikan diatas, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Diduga Ukuran Perusahaan Perpengaruh terhadap Manajemen Laba

2.6.3 Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Manajemen Laba

Return On Asset adalah pengukuran efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dalam pengoperasian asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar *Return On Asset* sebagai rasio profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan semakin efisien penggunaan aktiva sehingga akan memperbesar laba. Laba sering digunakan perusahaan untuk mengukur kinerja keuangan. keterkaitan *return on asset* sebagai rasio profitabilitas dengan manajemen laba yaitu apabila nilai *return on asset* kecil sebagai rasio profitabilitas kecil pada suatu perusahaan dalam periode tertentu, maka perusahaan akan cenderung melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan pendapatan sehingga akan mempertahankan saham dan investor perusahaan tersebut. Archibalt dalam Herni dan Yulius (2008) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah yang diukur menggunakan *return on asset* cenderung melakukan perataan laba. Setyawan (2015) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang diukur menggunakan *return on asset* maka akan memiliki kecenderungan dalam melakukan praktik manajemen laba karena diharapkannya kompensasi atau bonus bagi pihak manajemen. Dari uraian diatas penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Diduga *Return On Asset* Berpengaruh terhadap Manajemen Laba