

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era revolusi industri 4.0, perusahaan dihadapkan dengan persaingan yang keras untuk dapat eksis dalam pasar global, khususnya untuk industri manufaktur di Indonesia. Dalam rangka agar kuat bersaing, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif dari perusahaan lainnya. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang bermutu bagi konsumennya, tetapi mampu mengelola keuangan dengan baik, artinya kebijakan pengelolaan keuangan harus dapat menjamin kelangsungan usaha perusahaan. Manajemen perusahaan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntabilitas (Syaddyah, dkk. 2020).

Informasi laporan keuangan digunakan oleh investor atau pemilik sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi. Manajemen misalnya untuk membuat keputusan dalam menahan atau menjual investasi atau keputusan untuk mengangkat atau mengganti manajemen. Disamping itu, manajemen mempunyai tujuan untuk meningkatkan laba perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin tinggi pula bonus yang didapat oleh manajemen. Di lain pihak, informasi laba dapat membantu pihak manajemen sebagai pemilik (*stakeholders*) dalam mengestimasi *earning power* (kekuatan laba) untuk menaksir risiko dalam investasi dan kredit. Pentingnya informasi laba tersebut merupakan tanggung jawab dari pihak manajemen yang diukur kinerjanya dari pencapaian laba yang diperoleh (Syaddyah, dkk. 2020).

Salah satu fenomena manajemen laba yang terjadi di Indonesia adalah PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Lembaga akuntan publik *Ernst &*

Young (EY) telah mengeluarkan audit soal dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh manajemen lama AISA yang berisi beberapa poin penting dalam keterbukaan informasi yaitu terkait pembandingan antara data internal dengan Laporan Keuangan 2017 yang telah diaudit. Poin-poin itu diantaranya yang pertama terdapat dugaan *overstatement* sebesar Rp 4 triliun pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap Grup AISA dan sebesar Rp 662 miliar pada penjualan serta Rp 329 miliar pada EBITDA *Entitas Food*. Yang kedua, terdapat dugaan aliran dana sebesar Rp 1,78 triliun dengan berbagai skema dari Grup AISA kepada pihak-pihak yang diduga terafiliasi dengan manajemen lama antara lain dengan menggunakan pencairan pinjaman AISA dari beberapa bank, pencairan deposito berjangka, transfer dana di rekening Bank, dan pembiayaan beban pihak terafiliasi oleh Grup AISA. Yang ketiga, ditemukan juga adanya hubungan serta transaksi dengan pihak afiliasi yang tidak menggunakan mekanisme pengungkapan (*disclosure*) yang memadai kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) secara relevan (Arief, 2019).

Manajemen laba dapat ditimbulkan oleh berbagai faktor salah satunya adalah asimetri informasi. Asimetri informasi merupakan keadaan dimana suatu pihak mempunyai informasi yang lebih banyak dari pada pihak lain. Keadaan ini memberikan kesempatan kepada pihak manajemen untuk menggunakan informasi yang diketahuinya untuk memanipulasi keuangannya sebagai usaha untuk memaksimalkan kemakmurannya. Keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Semakin banyak informasi mengenai internal perusahaan yang dimiliki oleh manajer daripada pemegang saham maka manajer akan lebih banyak mempunyai kesempatan

untuk melakukan manajemen laba (Wiryadi, 2013).

Salah satu faktor yang mempengaruhi manajemen dalam melakukan praktik manajemen laba adalah adanya *earning power*. *Earning power* (kompensasi bonus) diduga mampu mempengaruhi praktik manajemen laba. Dimana jika *earning power* (kompensasi bonus) diberikan oleh perusahaan kepada manajer dengan mendasarkan kompensasi manajer pada suatu kinerja dalam pengoperasian perusahaan, maka manajer akan melakukan praktik manajemen laba. Dengan pemberian kompensasi, maka manajer akan berusaha untuk meningkatkan kinerja demi kepentingan pemegang saham. Sehingga, semakin tinggi kompensasi bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer perusahaan, semakin tinggi pula manajer dalam melakukan praktik manajemen laba untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan (Prihastomo, dkk. 2018).

Tax planning (perencanaan pajak) merupakan salah satu fungsi dari manajemen pajak yang digunakan untuk mengestimasi jumlah pajak yang akan dibayar dan hal-hal yang dapat dilakukan untuk menghindari pajak. Isu dalam penelitian ini adalah adanya motif *tax planning* (perencanaan pajak) yang digunakan perusahaan untuk melakukan penghematan pajak yang tidak sesuai dengan peraturan perpajakan. *Tax planning* (perencanaan pajak) terkait dengan pelaporan laba perusahaan dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak sedangkan besar kecilnya (ukuran) perusahaan akan berpengaruh terhadap besar kecil pembayaran pajak yang diterima tergantung total aktiva perusahaan. *Tax planning* dapat mempengaruhi manajemen laba hal ini disebabkan karena perusahaan melakukan manajemen laba untuk

mengatur laporan keuangannya untuk memperoleh laba perusahaan lebih meningkat (Amah, dkk. 2017).

Keberadaan *fiscal incentive* semakin menambah motivasi manajemen untuk dapat melakukan manajemen laba. Perusahaan yang dapat melakukan perencanaan pajak secara efektif mampu memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan sehingga beban pajak yang harus dibayar dapat diminimalisasi, (Ismainar, 2015). Manajemen juga dapat memanfaatkan perbedaan waktu pengakuan menurut akuntansi dan pajak untuk melakukan manajemen laba dalam menanggapi penurunan tarif pajak penghasilan tersebut. Kebijakan perusahaan untuk melakukan manajemen laba dalam merespon perubahan tarif pajak tergantung pada risiko gagal bayar hutang, risiko politik, dan sistem kompensasi manajemen. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dikarenakan selama ini di Indonesia banyak investor yang salah mengambil keputusan dengan melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki nilai saham tinggi padahal pada kenyataannya nilai saham yang tinggi tersebut timbul dikarenakan adanya manajemen laba di perusahaan tersebut. Dalam melakukan penelitian ini peneliti dapat menganalisis hal-hal yang berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba dalam suatu perusahaan (Ismainar, 2015).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan ketidakkonsistenan dengan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik meneliti lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Asimetri Informasi, *Earning Power*, *Tax Planning* dan *Fiscal Incentive* Terhadap Manajemen Laba Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019”**.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut maka didapatkan pokok permasalahan sebagai berikut:

- 1) Apakah asimetri informasi berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 2) Apakah *earning power* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 3) Apakah *tax planning* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 4) Apakah *fiscal incentive* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- 2) Untuk menganalisis pengaruh *earning power* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *tax planning* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- 4) Untuk menganalisis pengaruh *fiscal incentive* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam disiplin ilmu akuntansi dan juga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menganalisis pengaruh asimetri informasi, *earning power*, *tax planning* dan *fiscal incentive* terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan oleh investor dan juga dapat menjadi sumber atau referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, khususnya mahasiswa yang tertarik dengan pasar modal dan menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti untuk meneliti pengaruh asimetri informasi, *earning power*, *tax planning* dan *fiscal incentive* terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

UNMAS DENPASAR

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*agency theory*)

Teori keagenan (*Agency theory*) yang dikemukakan oleh Jansen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang mana satu atau lebih (*principal*) menyewa orang lain (*agent*) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingan mereka dengan mendelegasikan beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada agent. Teori keagenan (*agency theory*) adalah *rational economic man* dan kontrak antara pihak prinsipal dan agen dibuat berdasarkan angka akuntansi sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara principal dan agen. *Principal* dalam teori keagenan yakni pemegang saham atau pemilik yang menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasional perusahaan sedangkan agent adalah manajemen yang memiliki kewajiban mengelola perusahaan sebagaimana yang telah diamanahkan principal kepadanya (Afrizal, 2018).

Teori keagenan menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai dan mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya. Adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemilik tersebut dapat dipengaruhi kebijakan yang diputuskan manajemen (Wicaksono, dkk. 2014).

Masalah keagenan muncul karena adanya perilaku *oportunistik* dari manajer, yaitu perilaku manajemen untuk memaksimumkan kesejahteraannya

sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemilik perusahaan. Manajer memiliki dorongan untuk memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memperhatikan kinerjanya yang baik untuk tujuan mendapatkan hadiah/bonus dari pemilik perusahaan. Para manajer memiliki fleksibilitas untuk memilih di antara beberapa cara alternatif dalam mencatat transaksi sekaligus opsi-opsi yang ada dalam perlakuan akuntansi yang sama. Fleksibilitas ini, yang dimaksud untuk memungkinkan para manajer beradaptasi terhadap berbagai situasi ekonomi dan menggambarkan konsekuensi ekonomi yang sebenarnya dari transaksi tersebut, dapat juga digunakan untuk memengaruhi tingkat pendapatan pada suatu waktu tertentu dengan tujuan untuk memberikan keuntungan bagi para manajemen dan pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Manggau, 2016).

2.1.2 Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Teori positif akuntansi dimaksudkan untuk menjelaskan dan memprediksi konsekuensi yang terjadi jika manajer menentukan pilihan tertentu. Teori akuntansi positif didasarkan pada premis bahwa individu selalu bertindak atas dasar motivasi pribadi (*self seeking motives*) dan berusaha memaksimalkan keuntungan pribadi. Teori yang dipelopori oleh *Watts* dan *Zimmerman* memaparkan bahwa faktor-faktor ekonomi tertentu bisa dikaitkan dengan perilaku manajer atau para pembuat laporan keuangan. Syahputri (2019) menyatakan bahwa teori akuntansi positif merupakan bagian dari teori keagenan. Hal ini dikarenakan akuntansi teori positif mengakui adanya tiga hubungan keagenan yaitu:

- a) Hipotesis Rencana Bonus (*The Bonus Plan Hypothesis*) Manajer perusahaan dengan sistem bonus, dengan ketentuan bonus yang akan diterima oleh manajer diukur dari prestasi periodik yang berhasil dicapai oleh perusahaan, justru cenderung akan mempercepat pelaporan laba periode mendatang ke periode sekarang untuk mengoptimalkan bonus yang akan didapat pada periode sekarang.
- b) Hipotesis Rasio Utang Terhadap Aset (*The Debt Covenant Hypothesis*) Manajer perusahaan yang mempunyai *debt to equity ratio* besar cenderung akan memilih metode akuntansi yang akan meningkatkan laba perusahaan agar posisi *debt to equity ratio* membaik.
- c) Hipotesis Biaya Politik (*The Political Cost Hypothesis*) Semakin besar biaya politis yang ditanggung perusahaan, semakin besar pula dorongan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi yang dapat menunda pelaporan laba periode sekarang ke periode akan datang.

2.1.3 Manajemen Laba

Manajemen laba adalah suatu keadaan yang disengaja dengan standar akuntansi keuangan yang diarahkan pada pelaporan laba dengan tingkat tertentu, (Muiz, dkk. 2020). Manajemen laba digunakan untuk membuat laporan keuangan yang baik. Adanya keuangan yang baik tentu saja para investor tertarik membeli saham diperusahaan tersebut karena dinilai memiliki kinerja yang baik.

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk menaikkan atau menurunkan laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan

jangka panjang. Manajemen laba merupakan tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dari suatu standar tertentu untuk mempengaruhi laba yang akan terjadi menjadi seperti yang mereka inginkan melalui pengelolaan faktor internal yang dimiliki atau digunakan perusahaan (Sulistyanto, 2012).

Manajemen laba berkaitan erat dengan perolehan laba atau prestasi usaha dalam suatu perusahaan, karena seorang manajer dianggap berhasil jika tingkat perolehan laba yang diperoleh berhasil, dan biasanya manajer akan diberikan bonus-bonus akan hal tersebut. Sampai saat ini, manajemen laba merupakan area yang kontroversial dan penting dalam akuntansi keuangan. Manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Manajemen laba juga tidak selalu dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi yang secara sengaja dipilih oleh manajemen untuk tujuan tertentu dalam bahasa GAAP (Syaddyah, dkk. 2020).

Tujuan dari manajemen laba itu sendiri adalah untuk menyembunyikan kondisi perusahaan yang sesungguhnya dari pemegang saham atau mempengaruhi perjanjian (kontrak) yang dibuat berdasarkan informasi yang disajikan didalam laporan keuangan perusahaan. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, manajemen laba dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Setidaknya terdapat enam tujuan yang

hendak dicapai manajemen dalam melakukan manajemen laba, (Sulistyanto, 2012) yaitu:

1) Bonus

Untuk memaksimalkan bonus yang diterimanya, manajer memiliki motif untuk melakukan manajemen laba secara oportunistik dalam meningkatkan laba perusahaan. Semakin tinggi insentif manajemen yang didasarkan pada laba, semakin besar insentif untuk melakukan manajemen laba.

2) *Debt Covenant*

Perusahaan yang menggunakan *debt finance* akan cenderung menghindari pelanggaran atas perjanjian hutang karena dapat menimbulkan biaya yang besar bagi perusahaan. Untuk menghindari pelanggaran atas perjanjian hutang, perusahaan akan cenderung melakukan manajemen laba.

3) Politis

Pemerintah cenderung menerapkan regulasi, misalnya di bidang perpajakan, bagi perusahaan-perusahaan dalam industri strategis. Regulasi ini dapat berpotensi menambah biaya bagi perusahaan. Oleh karenanya, manajer perusahaan akan cenderung melakukan manajemen laba untuk menghindari biaya tambahan, seperti pembayaran pajak.

4) Pergantian Direksi

Manajemen laba juga dapat dilakukan untuk alasan pergantian direksi, misalnya untuk memaksimalkan bonus yang akan diterimanya atau

menunjukkan kinerja yang baik berdasarkan angka-angka pada laporan keuangan.

5) *Initial Public Offering* (IPO)

Manajer perusahaan yang melakukan penawaran saham perdana (IPO) cenderung melakukan manajemen laba dengan harapan dapat meningkatkan harga saham dipasar modal.

6) Mengkomunikasikan Informasi

Manajemen laba dapat dilakukan untuk menginformasikan informasi rahasia mengenai prospek laba perusahaan.

Manajemen laba biasanya diteliti dengan cara pembentukan hipotesis oleh peneliti kemudian manajemen laba kemungkinan bisa muncul dan menguji kemungkinan tersebut dengan penggunaan metode yang tepat, (Sulistyanto, 2012). Secara umum ada tiga pendekatan untuk mendeteksi manajemen laba yakni:

- a) Model berbasis *aggregate accrual*, yakni model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan *discretionary accruals* sebagai proksi manajemen laba.
- b) Model yang berbasis *specific accruals*, yakni pendekatan yang menghitung akrual sebagai proksi manajemen laba dengan menggunakan item laporan keuangan tertentu dari industri tertentu pula, contohnya cadangan kerugian piutang dari industri asuransi.
- c) Model berbasis *distribution of earnings after management*, yakni pendekatan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap

komponen-komponen laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba.

Akan tetapi, dari ketiga model diatas hanya model berbasis *aggregate accrual* yang dinilai sebagai model yang memberikan hasil paling kuat dalam mendeteksi manajemen laba. Alasannya karena model empiris ini sejalan dengan akuntansi berbasis akrual yang digunakan oleh dunia usaha dan model empiris ini menggunakan semua komponen laporan keuangan dalam mendeteksi rekayasa keuangan (Syaddyah, dkk. 2020).

2.1.4 Asimetri Informasi

Asimetri informasi adalah situasi yang terbentuk karena principal tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kinerja agent sehingga prinsipal tidak pernah dapat menentukan kontribusi usaha-usaha agent terhadap hasil-hasil perusahaan yang sesungguhnya. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. Ketika timbul asimetri informasi, keputusan pengungkapan yang dibuat oleh manajer dapat mempengaruhi harga saham sebab asimetri informasi antara investor yang lebih terinformasi dan investor yang kurang terinformasi menimbulkan biaya transaksi dan mengurangi likuiditas yang diharapkan dalam pasar untuk saham-saham (Syaddyah, dkk. 2020).

Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja yang menyangkut posisi keuangan informasi yang menyangkut posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai laporan keuangan dalam

pengambilan keputusan ekonomi. Namun karena adanya kondisi yang asimetri, maka agent dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba. Menurut Yando, dkk (2018), terdapat dua jenis asimetri informasi yaitu:

- 1) *Adverse selection*, yaitu jenis asimetri informasi dimana satu pihak atau lebih yang melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial memiliki informasi yang lebih daripada pihak lainnya. *Adverse selection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam lainnya lebih mengetahui kondisi kini dan prospek kedepan suatu perusahaan daripada investor luar.
- 2) *Moral hazard*, yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer tidak seluruhnya diketahui oleh investor (pemegang saham, kreditor), sehingga manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2.1.5 *Earning Power*

Earning power ialah kemampuan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat besar kecilnya perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang efisien tidak bisa dilihat hanya dari perolehan laba yang besar, (Insani, 2017). Efisien atau tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dengan membandingkan laba yang didapat dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Tinggi atau rendahnya *earning power* dapat ditentukan oleh dua faktor. Pertama, profit margin dan kedua *turnover of operating assets* (tingkat perputaran usaha). Dengan melakukan analisis

profitabilitas tersebut investor dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau *earning power* dan melihat sejauh apa efektifitas pengolahan perusahaan (Sosiawan, 2012).

2.1.6 Tax Planning

Definisi *tax planning* (perencanaan pajak) adalah proses mengorganisasi usaha wajib pajak orang pribadi maupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan (*loopholes*), agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimum, (Anwar, 2013). Pajak adalah kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari Negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan (Hanum, 2013).

Jadi, pada dasarnya *tax planning* (perencanaan pajak) adalah usaha wajib pajak untuk mencapai efisiensi pembayaran beban pajak dengan meminimalisasi pembayaran beban pajak dengan tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan dalam peraturan perpajakan atau undang-undang perpajakan.

Tujuan dari *tax planning* (perencanaan pajak) adalah merekayasa agar beban pajak (*tax burden*) dapat ditekan serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak (*after tax return*), karena pajak merupakan unsur pengurang laba yang

tersedia, baik untuk dibagikan kepada pemegang saham maupun untuk diinvestasikan kembali (Suandy, 2011). Menurut Anwar (2013), secara umum tujuan pokok dari *tax planning* (perencanaan pajak) adalah sebagai berikut:

- 1) Meminimalisasi beban pajak yang terutang merupakan tindakan yang harus diambil dalam rangka *tax planning* (perencanaan pajak) tersebut berupa usaha-usaha mengefisiensikan beban pajak yang masih dalam ruang lingkup perpajakan dan tidak melanggar peraturan perpajakan.
- 2) Memaksimalkan laba setelah pajak
- 3) Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus
- 4) Memenuhi kewajiban perpajakannya secara benar, efisien dan efektif, sesuai dengan ketentuan perpajakan, yang antara lain meliputi:
 - a) Mematuhi segala ketentuan administratif, sehingga terhindar dari pengenaan sanksi, baik sanksi administratif maupun pidana, seperti bunga, kenaikan denda, dan hukum kurungan atau penjara
 - b) Melaksanakan secara efektif segala ketentuan undang-undang perpajakan yang terkait dengan pelaksanaan pemasaran, pembelian, dan fungsi keuangan, seperti pemotongan dan pemungutan pajak (PPh pasal 21, pasal 22, dan pasal 23).

2.1.7 Fiscal Incentive

Fiscal incentive yang ditawarkan bagi emiten adalah penurunan tarif pajak penghasilan sebesar 5%. Insentif ini akan menguntungkan perusahaan dengan mengurangi pajak penghasilan dan menciptakan penghematan pajak. Besarnya penghematan pajak adalah perusahaan dapat memiliki selisih antara beban pajak penghasilan dengan tarif normal dan pajak penghasilan sebenarnya dengan tarif yang dikurangi (Danastri, dkk. 2018). Manajemen laba seringkali dilakukan oleh para manajer untuk meningkatkan laba perusahaan dengan berbagai motivasi manajemen laba seperti misalnya membuat laporan keuangan terlihat lebih baik, dengan demikian memaksimalkan bonus yang diperoleh manajemen atau motivasi pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan serta untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Aditama, dkk. 2014).

Keputusan perusahaan untuk melakukan manajemen laba dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya dalam bentuk pemberian insentif yang berupa insentif pajak dan insentif non-pajak. *Fiscal incentive* sendiri merupakan perangsang yang diberikan untuk menjaga atau meningkatkan kinerja dari standar-standar yang telah ditetapkan. *Fiscal incentive* muncul ketika perusahaan menganggap pajak sebagai salah satu komponen biaya yang akan mengurangi laba perusahaan, sehingga akan mendorong perusahaan melakukan manipulasi laporan keuangan agar pajak yang dibayarkan dapat diminimalisir (Ismainar, 2015).

Di Indonesia sendiri usaha untuk mendorong atau mengoptimalkan penerimaan sektor pajak dilakukan melalui usaha memberikan *fiscal incentive* yang berupa suatu perangsang yang ditawarkan kepada wajib pajak.

Tujuan dari adanya *fiscal incentive* adalah dapat meningkatkan investasi dan menurunkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan secara legal, dimana dengan adanya *fiscal incentive* yang diberikan kepada perusahaan mampu untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran kewajiban pajaknya kepada pemerintah (Buletin APBN, 2018).

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Sosiawan (2012) dalam penelitian Pengaruh Kompensasi, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Earning Power* terhadap Manajemen Laba. Dalam mengukur manajemen laba, penelitian ini menggunakan perhitungan model Jones yang dimodifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel NPM sebagai proyeksi kekuatan laba dan variabel DTA sebagai *proxy leverage* sedangkan kompensasi dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Mahawyahrti, dkk (2016) dalam penelitian Pengaruh dari Asimetri Informasi, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan pada Manajemen Laba. Dimana penelitian ini menggunakan teori agensi dan teori akuntansi positif untuk menjelaskan pengaruh asimetri informasi, *leverage*, dan ukuran perusahaan pada manajemen laba. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini membuktikan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif pada manajemen laba, *leverage* berpengaruh positif pada manajemen laba dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba.

Astutik (2016) dalam penelitian Pengaruh Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. Penelitian ini

menggunakan teknik analisis analisis regresi berganda. Hasil pengujian secara parsial perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan menunjukkan bahwa masing-masing memiliki pengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang makanan dan minuman.

Negara, dkk (2017) dalam penelitian pengaruh perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan terhadap manajemen laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia). Metode penelitian yang digunakan yaitu metode *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu statistik deskriptif dan metode regresi logistik. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan beban pajak tangguhan berpengaruh positif terhadap *probabilitas* perusahaan melakukan manajemen laba.

Insani (2017) dalam penelitian Pengaruh *Earning Power* dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015). Penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio NPM. Ukuran perusahaan diukur dengan *ln total aset*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian ini adalah *earnings power* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Arumpah (2018) dalam penelitian Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Istitusional, Asimetri Informasi, *Leverage*, *Earning Power*, Kebijakan Dividen dan Kompensasi bonus Terhadap Praktik *Earning*

Management pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2016. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis uji F, uji t, dan uji koefisien determinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Earning Power* berpengaruh terhadap *earnings management*. Sedangkan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Asimetri Informasi, *Leverage*, Kebijakan Dividen dan Kompensasi Bonus tidak berpengaruh terhadap *earnings management*.

Danastri, dkk (2018) dalam penelitian *The Effect of Fiscal Incentive on Earning Management among Listed Companies in Indonesia*. Data panel yang tidak seimbang dikumpulkan terdiri dari 346 perusahaan yang terdaftar pada periode 2008-2014 tidak termasuk perusahaan dari keuangan dan sektor pertambangan. Hasil regresi multivariat menunjukkan bahwa tidak ada bukti bahwa penurunan tarif pajak memiliki dampak pada manajemen laba.

Rosady, dkk (2019) dalam penelitian Pengaruh Kompensasi Bonus, *Leverage*, Ukuran perusahaan, *Earning Power* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2018). Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kompensasi Bonus, Ukuran Perusahaan dan *Earning Power* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.

Hidayati (2020) dalam penelitian Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan *Earnings Power* terhadap Manajemen Laba (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek

Indonesia Periode 2016-2018). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Metode analisis yang digunakan antara lain uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Profitabilitas* dan *Earnings Power* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan *Ukuran Perusahaan* dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Syaddyah, dkk (2020) dalam penelitian Pengaruh Asimetri Informasi, Perencanaan Pajak dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*, sebanyak 99 sampel observasi dengan teknik analisis regresi berganda. Alat uji statistik yang digunakan adalah SPSS versi 25.0. Pengukuran manajemen laba menggunakan akrual diskresioner. Asimetri informasi diukur menggunakan bid-ask spread, perencanaan pajak menggunakan tarif retensi pajak (TRR), dan kompensasi bonus diukur dengan menggunakan variabel dummy, jika perusahaan memberikan bonus kepada manajemen akan diberi nilai 1, dan jika tidak diberi nilai 0. Hasil dari penelitian ini adalah asimetri informasi dan kompensasi bonus berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.



UNMAS DENPASAR

BAB III

KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Berpikir

Manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal yang dilakukan dengan sengaja untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Manajemen laba dilakukan oleh manajer perusahaan pada faktor-faktor fundamental perusahaan, yaitu dengan intervensi pada penyusunan laporan keuangan berdasarkan akuntansi akrual. Padahal kinerja fundamental perusahaan tersebut digunakan oleh pemodal untuk menilai prospek perusahaan, yang tercermin pada kinerja saham. Manajemen laba yang dilakukan manajer pada laporan keuangan tersebut akan mempengaruhi kinerja keuangan saham. Terjadinya banyak kasus manipulasi terhadap laba yang sering dilakukan oleh manajemen membuat perusahaan melakukan mekanisme pengawasan atau monitoring untuk meminimalkan praktik manajemen laba.

Menurut Mustikawati, dkk (2015) dalam teori agensi menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*). Hubungan kerja dalam teori agensi ini digambarkan dalam ketidaksamaan informasi yang dimiliki oleh perusahaan dengan pihak diluar perusahaan dapat membuat kesenjangan antara perusahaan dan investor yang akan menanamkan sahamnya. Jumlah informasi yang lebih banyak dimiliki oleh perusahaan dapat dijadikan alasan bagi perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba. Apabila investor mengetahui adanya praktik manajemen laba di suatu perusahaan maka tingkat

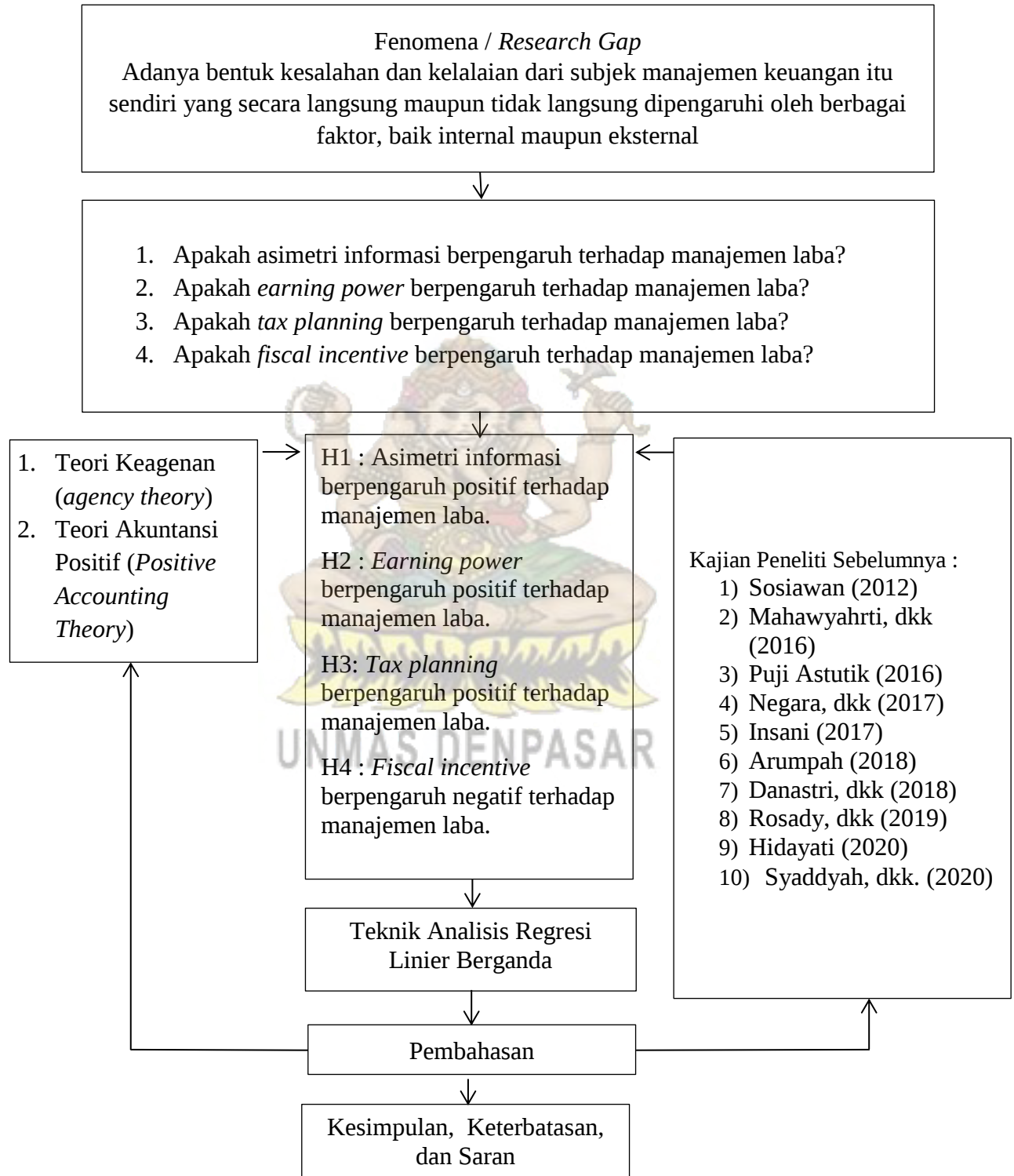
kepercayaan investor pada perusahaan tersebut akan cenderung berkurang. Kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan yang telah diketahui terjadinya praktik manajemen laba akan cenderung menurun dan dapat mengurangi investasi saham dari perusahaan tersebut dengan tidak memandang apakah perusahaan tersebut berukuran besar atau kecil.

Manajer selama ini masih percaya bahwa pemakai laporan keuangan mendasarkan penilaiannya mengenai perusahaan pada nilai total aset. Apabila pihak manajemen suatu perusahaan tidak menyampaikan semua informasi yang dimiliki perusahaan secara keseluruhan maka dapat terjadi asimetri informasi yang dapat mempengaruhi manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba (Setyaningrum, dkk. 2011).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti dengan menggunakan variabel-variabel yang selanjutnya akan diuji dalam penelitian ini dan dikembangkan dalam sebuah kerangka berpikir yang dapat dilihat dalam Gambar 3.1.

UNMAS DENPASAR

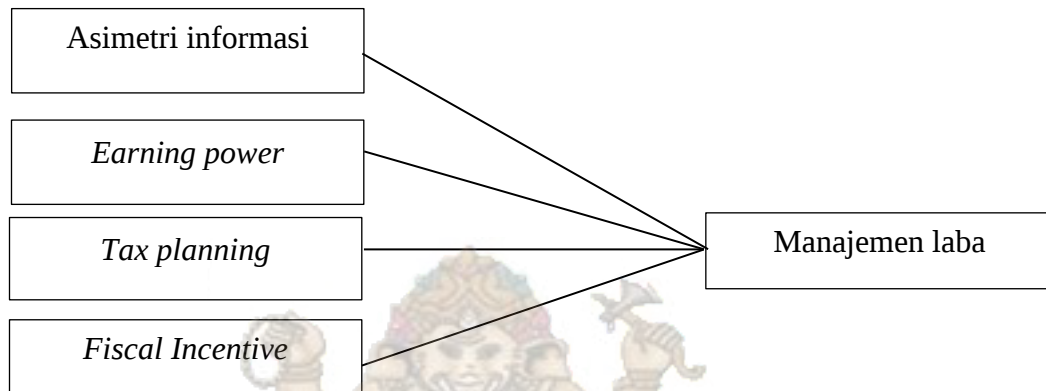
Gambar 3.1
Kerangka Berpikir
Pengaruh Asimetri Informasi, *Earning Power*, *Tax Planning* dan *Fiscal Incentive* terhadap Manajemen Laba di Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-20120



Sumber: Hasil Pemikiran Peneliti (2022)

Berdasarkan pada uraian kerangka berpikir di atas, maka dapat dibuat model penelitian pada Gambar 3.2 di bawah ini.

Gambar 3.2
Model penelitian
Pengaruh Asimetri Informasi, *Earning Power*, *Tax Planning* Dan *Fiscal Incentive* Terhadap Manajemen Laba Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019



Sumber: Hasil Pemikiran Peneliti (2022)

3.2. Hipotesis

3.2.1 Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba

Terjadinya asimetri informasi disuatu perusahaan dapat mempengaruhi tingkat praktik manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Kecenderungan manajemen mengotak-atik besarnya laba perusahaan demi tujuan untuk memaksimalkan nilai agar terlihat kondisi perusahaan tersebut baik. Manajemen laba merupakan praktik yang digunakan perusahaan untuk mencapai laba sesuai keinginan dari perusahaan agar terlihat baik. Kualitas laba yang baik merupakan cerminan dari kondisi dari suatu perusahaan (Dai et al., 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Mahawyahrti, dkk (2016) menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif pada manajemen laba. Begitu pula dalam penelitian yang dilakukan oleh Mustikawati, dkk (2015)

menyatakan bahwa berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan arah yang positif. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

3.2.2 Pengaruh *Earning Power* terhadap Manajemen Laba

Earning power sering digunakan oleh investor untuk menilai besar kecilnya perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit perusahaan, (Insani, 2017). Proyeksi profitabilitas yang bagus, dapat menarik investor agar menanamkan modal besar bagi perusahaan untuk membiayai aktivitas perusahaan. Profitabilitas tahun mendatang dapat dilihat dari tingkat profitabilitas tahun sebelumnya. Dimana ketika pada tahun *t* perusahaan memiliki profitabilitas yang bagus, maka diproyeksikan untuk tahun mendatang perusahaan akan memiliki tingkat profitabilitas yang lebih baik dari tahun sebelumnya. Untuk memberikan rasa ketertarikan investasi kepada investor, manager perlu melakukan manajemen laba guna memperlihatkan bahwa kinerja tahun ini adalah lebih baik dari tahun sebelumnya, sehingga akan memicu dampak *earnings power* yang kuat.

Penelitian yang dilakukan oleh Insani (2017) dan Sosiawan (2012) menyatakan bahwa *earning power* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hasil tersebut berbanding dengan penelitian yang dilakukan Rosady, dkk (2019) menyatakan *earning power* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Earning power* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

3.2.3 Pengaruh *Tax Planning* terhadap Manajemen Laba

Tax planning merupakan langkah awal sebelum perusahaan melakukan pembayaran pajak yang merupakan biaya bagi perusahaan. Perusahaan selalu menginginkan jumlah biaya yang menjadi tanggungannya kecil agar perusahaan bisa memperoleh laba usaha yang tinggi. Laba usaha yang tinggi akan menguntungkan pemilik perusahaan. Manajer sebagai pihak yang bertanggungjawab mengupayakan laba yang tinggi untuk mendapatkan berbagai bonus yang ditawarkan pemilik perusahaan jika manajer mampu mencapai target yang diharapkan. *Tax planning* dilakukan dengan berbagai cara agar pembayaran pajak mampu ditekan seminimal mungkin sehingga laba perusahaan dapat meningkat, meminimalkan pembayaran pajak tersebut merupakan tindakan manajemen laba (Achyani, dkk. 2019).

Penelitian yang dilakukan Achyani, dkk (2019) menyatakan bahwa *tax planning* tidak mempengaruhi manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa, dkk (2020) menunjukkan hasil berberda, bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh positif, semakin tinggi perencanaan pajak maka semakin besar peluang perusahaan melakukan manajemen laba, dengan demikian terdapat hubungan positif antara perencanaan pajak dengan manajemen laba

H₃: *Tax planning* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

3.2.4 Pengaruh *Fiscal Incentive* terhadap Manajemen Laba

Fiscal Incentive berupa penurunan tarif pajak memiliki dampak yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi dibandingkan dengan kebijakan fiskal, seperti perluasan belanja pemerintah. Pengurangan pajak menghasilkan jumlah yang lebih besar dari tabungan yang dapat dialokasikan

untuk penggunaan lain, seperti investasi atau peningkatan konsumsi baik untuk individu maupun wajib pajak badan. Efeknya tergantung pada stabilitas keuangan masing-masing perusahaan dan kondisi perekonomian negara saat ini. Apalagi jika sistem perpajakan di suatu negara menerapkan *loss carry* konsep *forward*, seperti yang terjadi di Indonesia, maka fasilitas perpajakan tidak akan berdampak pada perusahaan yang mengalami kerugian. Fasilitas perpajakan berupa pengurangan tarif pajak penghasilan badan bagi emiten merupakan fasilitas yang diberikan secara eksklusif untuk mendukung peran pasar modal sebagai sumber pendanaan dan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pasar (Ismainar, 2015).

Penelitian yang dilakukan Danastri, dkk (2018) menyatakan bahwa dengan memanfaatkan fasilitas pengurangan pajak, perusahaan dapat mengurangi pembayaran pajaknya dan meningkatkan laba bersihnya tanpa harus terekspos risiko yang terkait dengan manajemen laba, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh He (2016) dukungan *fiscal Incentive* adalah salah satu insentif yang mengurangi kemungkinan bahwa perusahaan melakukan manipulasi pendapatan untuk mencapai target pendapatan mereka. Berdasarkan argumen ini, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini :

H₄: *Fiscal incentive* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berskala besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga dapat melakukan perbandingan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu dengan mengakses website www.idx.co.id

4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah atribut dari orang, obyek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2017:57). Objek dalam penelitian ini adalah asimetri informasi, *earning power*, *tax planning*, *fiscal incentive* dan manajemen laba.

4.3 Identifikasi Variabel

4.3.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah manajemen laba.

4.3.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain asimetri

informasi, *earning power*, *tax planning* dan *fiscal incentive* terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

4.4. Definisi Operasional Variabel

4.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba adalah suatu kondisi dimana manajemen melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga meratakan, menaikkan, dan menurunkan pelaporan laba. Pengukuran manajemen laba menggunakan *discretionary accrual* (DAC). Dalam penelitian ini *discretionary accrual* digunakan sebagai proksi karena merupakan komponen yang dapat dimanipulasi oleh manajer seperti penjualan kredit. Untuk mengukur DAC, terlebih dahulu akan mengukur total akrual. Menurut Syaddyah, dkk (2020), total akrual diklasifikasikan menjadi komponen *discretionary* dan *nondiscretionary* dengan tahapan:

- 1) Mengukur *total accrual* dengan menggunakan model Jones yang dimodifikasi.

$$\text{Total Accrual (TAC)} = \text{laba bersih setelah pajak (net income)} - \text{arus kas operasi (cash flow from operating)} \dots\dots\dots (1)$$

- 2) Menghitung nilai accruals yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS (*Ordinary Least Square*):

$$\text{TAC}_t / A_{t-1} = \alpha_1 (1 / A_{t-1}) + \alpha_2 ((\Delta \text{REV}_t - \Delta \text{REC}_t) / A_{t-1}) + \alpha_3 (\text{PPE}_t / A_{t-1}) + e \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

TAC_t : total accruals perusahaan i pada periode t

A_{t-1} : total aset untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t-1
 REV_t : perubahan pendapatan perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t
 REC_t : perubahan piutang perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t
 PPE_t : aktiva tetap (*gross property plant and equipment*) perusahaan tahun t

- 3) Menghitung *nondiscretionary accruals* model (NDA) adalah sebagai berikut:

$$NDA_t = \alpha_1(1/A_{t-1}) + \alpha_2((\Delta REV_t - \Delta REC_t) / A_{t-1}) + \alpha_3(PPE_t / A_{t-1}) \dots (3)$$

Keterangan:

NDA_t : *nondiscretionary accruals* pada tahun t

α : *fitted coefficient* yang diperoleh dari hasil regresi pada perhitungan *total accruals*

- 4) Menghitung *discretionary accruals*

$$DAC_t : (TAC_t / A_{t-1}) - NDA_t \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

DAC_t : *discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

4.4.2 Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Asimetri Informasi

Asimetri informasi adalah suatu keadaan dimana agent mempunyai informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan dengan principal. Asimetri informasi dirumuskan sebagaimana yang telah dilakukan oleh (Mahawyahrti, dkk. (2016)

$$SPREAD = \frac{\text{ask price} - \text{bid price}}{(\text{ask price} + \text{bid price})/2} \times 100 \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan :

Spread = Selisih harga *ask* (jual) dengan harga *bid* (beli) saham perusahaan

Ask price = harga *ask* (jual) tertinggi saham perusahaan

Bid price = harga *bid* (beli) terendah saham perusahaan

2) *Earning Power*

Dengan melakukan analisis terhadap profitabilitas perusahaan maka investor dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *earnings power* dan sejauh mana efektifitas pengolahan perusahaan pada masa- masa yang lalu. Rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan operasional bisa diperoleh dari setiap rupiah penjualan. *Earning Power* dirumuskan sebagaimana yang telah dilakukan oleh Rosady, dkk (2019)

$$NPM_{it} = \frac{NI_{it}}{REV_{it}} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

NPM_{it} : Net Profit Margin perusahaan i pada tahun t;

NI_{it} : Net Income after tax perusahaan i pada tahun t;

REV_{it} : Total Revenue perusahaan pada tahun t.

3) *Tax planning*

Pengukuran *tax planning* dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Effective Tax Rate* (ETR). *Effective Tax Rate* (ETR) digunakan sebagai pengukuran karena dianggap dapat merefleksikan perbedaan tetap antara perbedaan laba buku dan laba fiskal, (Sandy, dkk. 2015). *Effective Tax Rate* (Tarif Pajak Efektif) dihitung dengan cara membagi laba setelah beban pajak perusahaan dengan laba sebelum pajak penghasilan.

Adapun rumus untuk menghitung Tarif efektif pajak menurut Sandy, dkk (2015) adalah sebagai berikut:

$$\text{Tarif Pajak Efektif} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}} \dots\dots\dots (7)$$

4) *Fiscal Incentive*

Fiscal Incentive muncul ketika perusahaan menganggap pajak sebagai salah satu komponen biaya yang akan mengurangi laba perusahaan, sehingga akan mendorong perusahaan melakukan manipulasi laporan keuangan agar pajak yang dibayarkan dapat diminimalisir, (Ismainar, 2015). Oleh karenanya pemerintah menaruh perhatian lebih terhadap sektor pajak. *Fiscal Incentive* yang ditawarkan kepada emiten adalah pengurangan tarif pajak penghasilan sebesar 5%. *Incentive* ini akan menguntungkan perusahaan dengan mengurangi pajak penghasilan dan menciptakan penghematan pajak. Berdasarkan Danastri, dkk (2018), jumlah penghematan pajak yang dapat perusahaan miliki adalah selisih antara beban pajak penghasilan dengan tarif normal dan pajak penghasilan sebenarnya biaya dengan tarif yang dikurangi. Sedangkan tarif penghematan pajak (TAXSAV) dihitung dengan persamaan di bawah ini

$$\text{TAXSAV} = \frac{\text{pendapatan sebelum pajak} - \text{beban pajak penghasilan}}{\text{batas pendapatan}} \dots (8)$$

Keterangan:

TAXSAV = tarif penghematan pajak, dalam rupiah;

pendapatan sebelum pajak = laba komersial sebelum pajak, dalam rupiah;

beban pajak penghasilan = beban pajak penghasilan komersial, dalam rupiah;

batas pendapatan = pendapatan bersih komersial, dalam rupiah.

4.5 Jenis dan Sumber Data

4.5.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017:426) yang dimaksud data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka hasil observasi dan analisis menggunakan statistik. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2019.

2) Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2017:423), data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat, kata, skema, dan gambar. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah gambaran umum perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2019.

4.5.2 Sumber Data

Data dalam penelitian ini berupa data sekunder. Menurut Sugiyono (2017:219), yang dimaksud data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung dari obyek penelitian, misalnya melalui orang lain maupun dokumen. Data dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur per 31 Desember 2018–2019 yang dipublikasikan dalam website BEI yaitu www.idx.co.id dengan menghitung variabel yang digunakan dalam penelitian.

4.6 Metode Penentuan Sampel

4.6.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk selanjutnya dipelajari dan ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2017:130). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2019 yang telah *go public*.

4.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137) yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* (penyampelan berdasar), yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan/ kriteria tertentu, dimana anggota sampel dipilih sedemikian rupa sehingga sampel yang dibentuk dapat mewakili sifat-sifat populasi dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan, Sugiyono (2017:142). Sampel diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2019, dengan kriteria :

- 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2019.
2. Perusahaan manufaktur yang memberikan data keuangan secara lengkap.
3. Perusahaan manufaktur yang mendapatkan laba selama periode 2018-2019

Berdasarkan 183 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2019, hanya 83 perusahaan yang memenuhi persyaratan untuk menjadi sampel

penelitian ini. Penarikan sampel dalam penelitian dapat dilihat dalam Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Penentuan Sampel

No	Kriteria Sampel Penelitian	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2019	183
2	Perusahaan manufaktur yang tidak memberikan data laporan keuangan secara lengkap.	(41)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak mendapatkan laba selama periode 2018-2019	(59)
	Jumlah sampel yang digunakan	83
	Total amatan (x 2 tahun)	166

Sumber : Data diolah (2021)

4.7 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) bahwa pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa metode dokumentasi, yaitu data laporan keuangan tahun 2018-2019. Metode ini digunakan untuk mengungkap data yang berkaitan dengan asimetri informasi, *earning power*, *tax planning*, *fiscal incentive* dan manajemen laba yang ada di laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4.8. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan melakukan analisis statistik deskriptif untuk mengetahui dispersi dan distribusi data, sedangkan uji asumsi klasik