

PENGARUH *TAX PLANNING*, BEBAN PAJAK TANGGUHAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MANAJEMEN LABA

Fikri Azhari Ramadhani¹, Tantina Haryati²
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur^{1,2}
tantinah.ak@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yakni menemukan pengaruh *Tax Planning*, beban pajak tangguhan, ukuran perusahaan, serta *Corporate Social Responsibility* atas manajemen laba pada perusahaan sektor makanan juga minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai pendekatan pengambilan sampelnya. Simpulan, bahwa *Tax Planning* dan ukuran perusahaan keduanya mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba, namun beban pajak tangguhan dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada manajemen laba.

Kata Kunci : Beban Pajak Tangguhan, *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba, *Tax Planning*, Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

The aim of this research is to find the influence of Tax Planning, deferred tax burden, company size, and Corporate Social Responsibility on earnings management in food and beverage sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This research uses purposive sampling as a sampling approach. The conclusion is that Tax Planning and company size both have an influence on earnings management, but deferred tax burden and Corporate Social Responsibility influence earnings management.

Keywords: *Deferred Tax Burden, Corporate Social Responsibility, Profit Management, Tax Planning, Company Size*

PENDAHULUAN

Perusahaan dimulai dari tujuan dalam mencapai tingkat laba setinggi mungkin. Pencapaian laba bisa berfungsi sebagai ukuran keberhasilan perusahaan, dan informasi terkait laba bisa membantu pemegang saham, investor, dan kreditur dalam memprediksi kekuatan laba dalam mengevaluasi risiko investasi dan kredit. Proses pembuatan laporan keuangan kewajiban manajemen. Laporan-laporan ini kemudian dikirim ke pihak yang berkepentingan. Motivasi manajemen memanipulasi informasi profit yang dikenal dengan manajemen laba (*earnings management*) yakni perbedaan informasi dengan kecenderungan pihak ekstern (*investor*) agar lebih memberi perhatian pada informasi laba sebagai salah satu parameter kinerja perusahaan (E Janrosli & Lim, 2019). Investor cenderung lebih memberi perhatian pada informasi profit sebagai salah satu indikator kinerja perusahaan.

Manajemen laba mengacu pada proses di mana seorang manajer mengambil langkah-langkah spesifik dengan maksud menaikkan atau menurunkan jumlah laba yang dicatat pada tahun fiskal saat ini, yang termasuk dalam lingkungannya. Dalam

melaksanakan operasi manajemen laba dalam organisasi, manajer berusaha mendayagunakan jeda yang terjadi di antara berbagai aktivitas atau peristiwa. Manajemen laba konsisten dengan teori keagenan yang memperlihatkan bahwa manajemen laba terjadi sebagai dampak adanya perbedaan kepentingan ekonomi antara manajemen yang memiliki peranan sebagai agen sekaligus pemilik entitas yang berperan sebagai *prinsipal*. Perbedaan kepentingan ekonomi ini mengakibatkan atau menimbulkan asimetri informasi (*information gap*) antara organisasi dengan pemegang saham. Manajemen laba konsisten dengan teori keagenan. Manajemen laba yakni praktik yang bisa dipakai dalam berbagai pengaturan perusahaan. Selain perusahaan publik yang termuat dalam BEI, investasi juga bisa dilaksanakan di perusahaan swasta. Manajemen laba dipraktikkan di perusahaan publik sebab ekspektasi yang dibuat oleh *stakeholder* atau tekanan yang diberikan pada perusahaan oleh *stakeholder* tersebut.

Di PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) atau TPS Food terlihat fenomena metode manajemen laba. Mengacu pada dugaan, manajemen PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk sebelumnya memberi Rp 4 triliun dalam rekening keuangan perusahaan untuk 2017. Emiten kembali menemukan adanya inflasi pendapatan sejumlah Rp. 662 miliar dan penemuan lain dari EBITDA (laba sebelum bunga, pajak, depresiasi, dan amortisasi) sejumlah Rp. 329 miliar. Kesimpulan lebih lanjut dari audit EY, Grup AISA mentransfer uang sejumlah 1,78 triliun rupiah lewat segala skema pada perusahaan yang diduga terkait dengan manajemen sebelumnya (www.cnbcindonesia.com).

Dalam menarik calon investor, berbagai strategi manajemen laba dilaksanakan. Hal ini memastikan bahwa laporan keuangan perusahaan selalu disajikan dengan cara yang menarik. Manajemen keuntungan perusahaan tidak hanya mencegah calon investor membentuk kesan negatif terhadap bisnis, namun juga meningkatkan peluang calon investor akan berinvestasi dalam bisnis tersebut. Akibatnya, penting dalam memberi pengetahuan kepada investor terkait manajemen laba (Achyani & Lestari, 2019). Manajemen perlu memperhatikan beberapa aspek dalam melaksanakan manajemen laba. Unsur-unsur tersebut meliputi perencanaan pajak, beban pajak tanggungan, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tax Planning dikenal sebagai "perencanaan pajak", yakni salah satu hal yang bisa dilaksanakan wajib pajak dalam membantu mengurangi beban pembayaran pajak secara keseluruhan. Perencanaan pajak menghasilkan beban pajak yang dibayar secara efisien dan tidak membebani perusahaan (Lubis & Suryani, 2018). Mengacu pada penelitian (Erawati & Lestari, 2019) perencanaan pajak memberi pengaruh baik terhadap manajemen laba. Mengacu pada temuan penelitian ini, tingkat keterlibatan perusahaan dalam perencanaan pajak berbanding terbalik dengan peluang bahwa perusahaan akan terlibat dalam strategi manajemen laba dalam upaya dalam mengurangi kewajiban pajaknya secara keseluruhan.

Beban pajak tanggungan yakni faktor lain yang mungkin memberi pengaruh pada manajemen laba. Bergantung pada aturan akuntansi serta undang-undang pajak yang berlaku, beberapa pendapatan maupun biaya bisa diakui pada waktu yang berbeda dan melalui prosedur yang juga berbeda, yang bisa menyebabkan timbulnya beban pajak tanggungan. Hal ini bisa dilaksanakan dengan menunda pengumpulan pendapatan dan memudahkan pembayaran biaya dalam mengurangi eksposur kena pajak (Lubis & Suryani, 2018). Akibatnya, kewajiban pajak tanggungan akan berimbang pada manajemen laba berkat motif dalam mengurangi eksposur kena pajak. Mengacu pada temuan penelitian yang dilaksanakan oleh (Indriani & Priyadi, 2022) pengeluaran pajak tanggungan berimbang pada pengelolaan laba. Di sisi lain, temuan penelitian yang

dilaksanakan (Asmedi & Wulandari, 2021) berbeda. Para penelitian menemukan bahwa beban pajak tangguhan tidak berpengaruh pada manajemen laba.

Pertimbangan tambahan yakni ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin rumit aktivitas dan operasi yang perlu dikelola dalam memaksimalkan keuntungan. Ini sebab manajemen berkewajiban kepada berbagai *stakeholder*, termasuk investor dan pemegang saham, untuk kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Kebutuhan keuangan yang besar menyiratkan bahwa perusahaan bermaksud untuk berkembang baik dari segi jumlah kepemilikan saham maupun tingkat keuntungan (Wairooy, 2019). Mengacu pada temuan sebuah penelitian (Sitanggang & Purba, 2022) strategi pengelolaan laba suatu korporasi diberi pengaruh oleh ukurannya. Di sisi lain, mengacu pada temuan sebuah penelitian (Islamiah & Apollo, 2020) ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada bagaimana laba dikelola.

Corporate Social Responsibility (sering disebut CSR) ialah aspek lain yang berpotensi memberi pengaruh terhadap manajemen laba. *Corporate Social Responsibility* (sering disingkat CSR) ialah salah satu tanggung jawab eksternal yang menjadi kewajiban perusahaan. Mengacu pada (Adnyani dkk., 2020) manajemen mempunyai kemampuan dalam memanfaatkan citra baik kegiatan dan pelaporan CSR dalam melaksanakan manajemen laba. Hal ini disebabkan stakeholder dan investor telah memberi penilaian yang positif terhadap perusahaan. Mengacu pada temuan penelitian yang dilaksanakan (Santi & Wardani, 2018) *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh yang cukup menguntungkan terhadap manajemen laba. Mengacu pada temuan penelitian yang dilaksanakan (Indrawan & Cahyaningsih, 2022) hal tersebut berbanding terbalik. Penelitian ini dilaksanakan sebab perusahaan memenuhi kebutuhan sehari-hari pelanggan dalam memastikan keamanan finansial mereka di masa depan. Akibatnya, bisnis ini berada dalam posisi yang lebih baik dalam menemui badai ekonomi seperti COVID 19, yang mendorong penelitian ini.

KAJIAN TEORI

Teori Keagenan (*agency theory*)

Teori keagenan yakni teori yang memaparkan interaksi antara pemegang saham (prinsipal) dan manajemen (agen) sebagai dampak langsung dari korelasi kontraktual yang terjalin antara kedua belah pihak. Teori ini juga dikenal sebagai teori prinsipal-agen. Tidak menutup peluang akan terjadi konflik keagenan antara pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dan tujuan yang berbeda. Konflik ini bisa mempersulit bisnis dalam mencapai kinerja yang sangat baik, yang diperlukan dalam menghasilkan nilai bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi pemegang sahamnya. Ada peluang perselisihan muncul antara prinsip dan agen, yang perannya mencakup kewajiban dan tujuan yang berbeda. Hal ini menyebabkan situasi menjadi lebih rumit dan mempersulit perusahaan dalam mencapai hasil yang baik, yang keduanya mempunyai pengaruh pada merek yang ditinggalkan perusahaan pada pemegangnya. (Jensen & Meckling, 1976)

Teori Stakeholder

Mengacu pada Freeman (1994) *Stakeholder Theory*, yakni teori yang memaparkan bahwa perusahaan yang berfungsi tidak hanya demi keperluannya pribadi, namun juga perlu menawarkan keuntungan bagi publik *stakeholder* (pemegang saham, kreditur, pelanggan, distributor, pemerintah, publik, analis, dan pihak lain), pemegang saham, kreditur, pelanggan, distributor, pemerintah, dan pihak lain. Mengacu pada teori *stakeholder*, bisnis mempunyai kewajiban moral dalam memperhitungkan kebutuhan

seluruh orang yang hidupnya diberi pengaruh oleh pilihan yang mereka buat. Akibatnya, korporasi membutuhkan dukungan dari para *stakeholdernya* agar bisa berkembang dan tetap relevan di publik untuk jangka waktu yang lama.

Tax Planning

Tax Planning atau perencanaan pajak mengacu pada Aji dan Atun (2019) yakni perencanaan pajak ialah kegiatan yang dilaksanakan dalam mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan dengan mendayagunakan berbagai pengecualian yang sudah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Perencanaan pajak juga bisa disebut sebagai perencanaan pajak. Perusahaan mampu melaksanakan perencanaan pajak sebab dianggap efektif dan halal. Perusahaan bisa melaksanakan perencanaan pajak dengan menimbang potensi bahaya perencanaan pajak terhadap potensi keuntungan perencanaan pajak. Hal ini diraih dengan mempertimbangkan baik potensi kerugian maupun keuntungan dari situasi tersebut, sambil tetap mematuhi peraturan yang relevan dan berlaku bagi perusahaan.

Beban Pajak Tangguhan

Pengeluaran pajak tangguhan yakni total beban (penghasilan) pajak tangguhan yang timbul sebagai dampak dari pengakuan aset ataupun kewajiban pajak tangguhan. Dengan kata lain, beban pajak tangguhan yakni total beban (penghasilan) pajak tangguhan. Hasil dari disimilaritas sementara antara laba akuntansi perusahaan dan laba kena pajaknya yakni biaya yang dikenal sebagai kewajiban pajak tangguhan. Perbedaan ini mungkin ialah hasil dari penggunaan pendekatan yang berbeda untuk penyusutan serta penilaian ketersediaan, serta pengakuan biaya ataupun piutang yang ditangguhkan, juga kerugian atau keuntungan mata uang asing. Manajer bisa melaksanakan rekayasa laba ataupun manajemen laba dengan menambah ataupun mengurangi total beban pajak tangguhan yang mendapat pengakuan pada laporan laba-rugi perusahaan. Hal ini disebabkan adanya korelasi positif antara selisih laba yang dihitung memakai aturan akuntansi dengan laba kena pajak dan insentif pelaporan keuangan antara lain *financial distress* serta pemberian bonus. Pengeluaran pajak tangguhan dihasilkan sebagai konsekuensi dari defisit yang ada antara laba akuntansi dan laba pajak (Septianingrum dkk., 2022).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yakni skala yang bisa diklasifikasikan ke dalam ukuran perusahaan mengacu pada total aset, total pendapatan, dan nilai saham. Skala ini bisa dipakai dalam membandingkan berbagai jenis bisnis. Ketika ukuran atau skala perusahaan meningkat, menjadi lebih mudah bagi organisasi tersebut dalam mengamankan sumber pembiayaan, baik internal maupun eksternal. Ukuran suatu korporasi berbanding lurus dengan seluruh jumlah aset yang dimilikinya (Muharramah & Hakim, 2021).

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility mengacu pada jenis kewajiban yang dimiliki korporasi atas dampak aktivitasnya terhadap publik dan lingkungan, serta bentuk timbal balik yang ada antara perusahaan dan publik dan lingkungan. Hal ini berpotensi mendongkrak citra perusahaan secara signifikan. *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dilihat sebagai beban (*cost center*), melainkan sebagai investasi bagi korporasi

dalam pengembangan dan keberlangsungan organisasi sebagai cara dalam menciptakan keuntungan. Pergeseran perspektif ini disebabkan oleh pergeseran persepsi. *Corporate Social Responsibility* biasanya tidak dipakai sebagai bentuk pemasaran korporat terselubung; Namun demikian, jika ada kegiatan periklanan atau PR yang membahas terkait program CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, sehingga menjadi himbuan bagi dunia usaha pada umumnya bahwa tindakan tersebut ialah suatu keharusan/kewajiban bagi setiap pengusaha. Dengan kata lain, CSR bisa dilihat sebagai teknik mempromosikan perusahaan secara terang-terangan. Agar bisa memberi insentif kepada pemilik usaha lain, agar bisa melaksanakan hal yang sama demi keperluan publik luas, dan agar terwujud pertumbuhan yang berkelanjutan secara memadai (Endiana, 2019).

Manajemen Laba

Manajemen laba mengacu pada keterlibatan manajemen pada proses pelaporan keuangan yang bertujuan memaksimalkan profit pribadi manajer itu sendiri. Situasi yang dikenal sebagai manajemen laba yakni ketika manajemen terlibat dalam proses pembuatan laporan keuangan untuk pihak eksternal dalam meratakan, menumbuhkan, atau mengurangi laba. Hal ini dilaksanakan dalam memaksimalkan pendapatan (Ningsih, 2019).

METODE PENELITIAN

Untuk keperluan penelitian ini, data sekunder yaitu informasi laporan keuangan dikumpulkan dari berbagai website resmi perusahaan maupun website Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi penelitian ini terdiri atas perusahaan manufaktur subsektor industri makanan maupun minuman yang termuat di BEI antara tahun 2017 hingga 2021; ada total 32 perusahaan. *Purposive sampling* dengan kriteria sampel dipakai sebagai metodologi penentuan sampel penelitian ini. Persyaratan pengambilan sampel dipenuhi oleh 14 perusahaan yang berbeda, dan studi gabungan mereka berlangsung selama total 5 tahun, yang mengarah ke pengumpulan 70 informasi yang berbeda. Untuk keperluan penelitian ini, metodologi kuantitatif dipakai untuk pengumpulan dan analisis data numerik. Dengan bantuan program SPSS versi 25, data akan dievaluasi melalui analisis statistik deskriptif, uji normalitas dan asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Table 1.
Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Tax Planing	50	,67854	,83925	,7599850	,03354086
Beban Pajak Tangguhan	50	,00019	,00890	,0031424	,00252598
Ukuran Perusahaan	50	27,08104	32,40227	28,6183978	1,40111902
CSR	50	,49451	,78022	,6606588	,07284673
Manajemen Laba	50	-,19894	,11728	-,0582070	,07797823
Valid N (listwise)	50				

Bahwa a) Nilai terendah untuk variabel perencanaan pajak yakni 0,67854, sementara nilai tertinggi yakni 0,83925. Nilai rata-ratanya yakni 0,75998, dan standar deviasinya yakni 0,03354. b) Variabel yang mewakili biaya pajak tangguhan bernilai minimum 0,00019, nilai maksimum 0,00890, nilai rata-rata 0,00314, dan standar deviasi 0,00252; informasi ini bisa ditemukan dalam tabel berikut. c) Variabel yang mewakili ukuran perusahaan bernilai minimum 27,08104, nilai maksimum 32,40227, nilai rata-rata 28,61839, dan standar deviasi 1,40111. c) Variabel CSR bernilai minimum 0,49451, nilai maksimum 0,78022, nilai rata-rata 0,60655, dan standar deviasi 0,72846.

Table 2.
Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
<i>Unstandardized Residual</i>		
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,0507437
	Std. Deviation	1,11156008
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,054
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Bahwa nilai yang didapat pada statistik Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ dan sama dengan 0,200. Dengan kata lain, kita bisa menarik kesimpulan bahwa model regresi distribusi normal.

Table 3.
Uji Multikolinieritas (Tolerance dan Variance Inflation Factor)

	Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	TRR_X1	0,839	1,192
	BPT_X2	0,949	1,054
	UP_X3	0,895	1,117
	CSR_X4	0,907	1,103

Pada table tidak memuat variabel yang bernilai toleransi lebih rendah dari 0,10, dan juga tidak memuat variabel bebas yang bernilai VIF lebih besar dari 10. Oleh sebab itu, bisa diambil simpulan bahwa model regresi tidak memperlihatkan adanya tanda-tanda multikolinieritas di antara variabel-variabel bebas.

Table 4.
Uji Heterokedastisitas dengan Gletsjer

	Model	Sig.
1	(Constant)	,131

TRR_X1	,603
BPT_X2	,161
UP_X3	,117
CSR_X4	,110

Bahwa nilai signifikansi setiap variabel bebas > 0,05; model tersebut dinilai tidak memperlihatkan heteroskedastisitas.

Table 5.
Uji Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,471	0,222	0,152	,07179278	1,850

Bahwa persamaan yang menjadi pokok penelitian ini mempunyai total lima puluh observasi dan total lima variabel. sebab itu, dimungkinkan dalam memperoleh nilai dL yang lebih rendah sejumlah 1,3346 dengan nilai dU atas sejumlah 1,7708, nilai 4-dl sejumlah 2,6654 dan nilai 4-du sejumlah 2,2292. Temuan uji Durbin Watson yang diperoleh yakni 1.850. Dengan demikian dimungkinkan dalam menarik kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi.

Table 6.
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Ket
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,474	,379		1,250	,218	
TP_X1	,890	,334	,383	2,666	,011	Diterima
BPT_X2	5,505	4,168	,178	1,321	,193	Ditolak
UP_X3	,904	,008	,066	2,475	,007	Diterima
CSR_X4	,210	,148	,196	1,419	,163	Ditolak

Model persamaan regresi yang akan dipakai dalam menilai hipotesis yang telah dibuat untuk penelitian ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 TP + \beta_2 BPT + \beta_3 UP + \beta_4 CSR + e$$

$$\text{Manajemen Laba} = 0,474 + 0,890TP + 5,505BPT + 0,904UP + 0,210CSR + e$$

Mmengacu pada jawaban yang diberikan oleh persamaan regresi yang diperlihatkan sebelumnya pada paragraf ini: a) Nilai konstanta yakni 0,474, dan jika seluruh variabel bebas (Perencanaan Pajak, Beban Pajak Tangguhan, Ukuran Perusahaan, dan CSR) ditetapkan ke 0, sehingga nilai variabel terikat (Manajemen Laba) akan menjadi 0,474. Hasil ini memperlihatkan bahwa nilai variabel terikat (Manajemen Laba) sejumlah 0,474. b) Angka positif sejumlah 0,890 diperlihatkan sebagai nilai koefisien regresi variabel perencanaan pajak. Adanya nilai regresi positif memperlihatkan adanya korelasi satu arah antara variabel perencanaan pajak dengan variabel manajemen laba. Jika kita mengasumsikan bahwa nilai seluruh variabel bebas lainnya akan tetap sama, kesimpulan ini memperlihatkan bahwa manajemen laba akan

bertambah sejumlah 0,890 jika variabel perencanaan pajak dinaikkan satu satuan. c) Nilai koefisien regresi untuk variabel beban pajak tangguhan yakni angka positif, 5,505 seperti yang diperlihatkan pada regresi. Adanya hasil regresi yang positif memperlihatkan bahwa korelasi antara variabel beban pajak tangguhan dengan variabel manajemen laba ialah korelasi yang hanya mengalir satu arah. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel manajemen laba akan naik sejumlah 5.505 satuan jika variabel beban pajak tangguhan naik satu satuan, dengan syarat seluruh variabel bebas lainnya tidak berubah. d) Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan memperlihatkan angka positif sejumlah 0,904 yang memperlihatkan korelasi yang signifikan. Fakta bahwa nilai koefisien regresi positif yakni positif memperlihatkan bahwa terdapat korelasi satu arah antara faktor ukuran bisnis dan manajemen laba. Dengan asumsi nilai seluruh variabel eksogen lainnya tetap sama, kesimpulan ini memperlihatkan bahwa variabel manajemen laba akan tumbuh sejumlah 0,904 jika variabel ukuran perusahaan dinaikkan sejumlah satu satuan. e) Mengacu pada nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility*, angkanya positif dan sama dengan 0,210. Adanya nilai regresi positif memperlihatkan adanya korelasi satu arah antara faktor *Corporate Social Responsibility* dengan variabel manajemen laba. Mengacu pada kesimpulan ini, dengan asumsi bahwa nilai seluruh variabel eksogen lainnya tetap sama, peningkatan satu unit variabel *Corporate Social Responsibility* akan menghasilkan peningkatan 0,210 poin persentase dalam manajemen keuntungan.

Uji t : Perencanaan pajak dan ukuran perusahaan diidentifikasi sebagai dua variabel bebas yang memberi pengaruh pada hasil model regresi setelah hasil uji t (parsial) diterapkan pada data dari model. Temuan pengujian ini menghasilkan nilai t sejumlah 2,666 lebih tinggi dari 1,67591, dengan tingkat signifikansi untuk variabel perencanaan pajak sejumlah 0,011 dibawah 0,05, dan nilai t sejumlah 2,475 lebih tinggi dari 1,67591, dengan tingkat signifikansi untuk variabel ukuran perusahaan sejumlah 0,007 dibawah 0,05. Oleh sebab itu, bisa diambil simpulan bahwa manajemen laba diberi pengaruh oleh variabel perencanaan pajak dan ukuran bisnis. Variabel bebas lainnya yakni beban pajak tangguhan yang mempunyai t hitung sejumlah $1,321 < 1,67591$ dan signifikansi variabel $0,193 > 0,05$, hal ini memperlihatkan tidak memberi pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini diperlihatkan oleh fakta bahwa variabel signifikansi bernilai positif. Variabel berikutnya yakni *Corporate Social Responsibility* yang bernilai t hitung $1,419 < 1,67591$ dan signifikan sebagai variabel CSR. Nilai 0,163 lebih dari 0,05 yang ialah ambang batas signifikansi yang dipakai dalam penelitian, memperlihatkan bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap manajemen laba.

Table 7.
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	3,502	0,014

Memperlihatkan adanya pengaruh bersamaan dengan nilai F hitung 3,502 dan tingkat signifikansi lebih rendah dari 0,05, yang setara dengan 0,014. Oleh sebab itu, bisa diambil simpulan bahwa persamaan tersebut bisa diubah baik secara bersamaan maupun kolektif. Manajemen laba Berbagai faktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap manajemen laba antara lain perencanaan pajak, beban pajak tangguhan, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility*.

Table 8.
Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square
1	0.152

Mengacu pada data yang diperlihatkan pada tabel, nilai adj R² yakni 0,152, yang memperlihatkan bahwa ada beberapa derajat variabilitas. Dalam investigasi khusus ini, kontribusi perencanaan pajak, beban pajak tangguhan, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* berjumlah 15,2%, sementara sisanya 84,8% ialah berbagai faktor yang tidak termasuk dalam model penelitian.

PEMBAHASAN

Tax Planning Memberi Pengaruh Terhadap Manajemen Laba

Mengacu pada temuan penelitian bisa diambil simpulan bahwa perencanaan pajak mempunyai dampak yang menguntungkan terhadap manajemen laba pada usaha manufaktur sektor industri makanan maupun minuman yang termuat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Tim manajemen bisa memakai perencanaan pajak sebagai strategi dalam usahanya dalam mencapai target manajemen laba tersebut. Ketika organisasi terlibat dalam perencanaan pajak secara teratur, mereka memperlihatkan tingkat manajemen laba yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan para pelaku bisnis ini lebih sering mengontrol keadaan keuangannya dalam mendapatkan keuntungan relevan dengan tujuannya. Temuan penelitian ini relevan dengan teori keagenan yang memaparkan terkait dinamika yang mungkin terjadi antara pemegang saham (prinsipal) dalam perannya sebagai pemilik perusahaan dan manajer (agen) dalam perannya sebagai penanggung jawab implementasi, perencanaan pajak, dan pelaporan laba. Hasil penelitian ini relevan dengan teori keagenan. Dalam skenario ini, manajemen bisa memakai perencanaan pajak sebagai alat dalam menurunkan beban pajak dan meningkatkan laba yang dilaporkan, yang bisa membantu mereka memenuhi tujuan dan sasaran kinerja jangka pendek mereka. Di sisi lain, ada peluang bahwa aktivitas ini tidak selalu menjadi kepentingan pemilik perusahaan dalam jangka panjang. Temuan penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Erawati & Lestari (2019) yang memperlihatkan bahwa perencanaan pajak memberi pengaruh besar terhadap manajemen laba; penelitian yang dilaksanakan oleh Sihombing dkk (2020) mengungkapkan bahwa beban pajak saat ini memberi pengaruh terhadap manajemen laba; dan penelitian yang dilaksanakan oleh Erawati dan Lestari (2019) yang mengungkapkan bahwa perencanaan pajak memberi pengaruh besar terhadap manajemen laba.

Beban Pajak Tangguhan Tidak Memberi Pengaruh Terhadap Manajemen Laba

Beban pajak tangguhan tidak berimbas besar terhadap pengelolaan laba dalam mencegah kerugian. Perbedaan antara laporan keuangan akuntansi dan fiskal terkait dengan kompilasi laporan keuangan. Standar akuntansi memberi manajemen keleluasaan yang lebih besar dalam menetapkan prinsip dan asumsi akuntansi dibanding yang diizinkan oleh pajak. Ini yakni alasan utama untuk perbedaan antara akuntansi dan laporan keuangan fiskal. Akibatnya, manajemen dapat memanfaatkan celah dalam sistem dalam mengendalikan total beban pajak tangguhan yang ditanggungnya. Sebab

standar akuntansi memberi kebebasan yang lebih besar dibanding peraturan pajak, lebih baik dalam menilai penilaian manajer mengenai beban pajak tangguhan. Dalam hal beban pajak tangguhan, temuan penelitian ini tidak relevan dengan teori keagenan. Manajer mempunyai kemampuan dalam memanipulasi data pajak tangguhan dalam menghasilkan keuntungan finansial yang menguntungkan perusahaan dalam waktu dekat. Misalnya, mereka bisa menurunkan laba kena pajak saat ini dengan memakai beban pajak tangguhan, yang kemudian akan memungkinkan mereka dalam meningkatkan laba masa depan setelah beban pajak tangguhan bisa dipakai. Ini yakni salah satu metode yang bisa dipakai dalam meningkatkan pendapatan atau mencapai tujuan keuangan yang telah ditentukan sebelumnya. Temuan penelitian ini konsisten dengan yang ditemukan pada penelitian sebelumnya (Asmedi & Wulandari, 2021) dan Putra dan kurnia (2019) yakni beban pajak tangguhan tidak berimbas besar terhadap manajemen laba.

Ukuran Perusahaan memberi pengaruh terhadap Manajemen Laba

Organisasi yang lebih besar mempunyai operasi yang lebih canggih dan beberapa lini bisnis yang menjadi spesialisasi mereka. Hal ini bisa memberi manajemen lebih banyak kesempatan dalam melaksanakan perubahan akuntansi dan memakai beberapa metodologi perhitungan dalam mengelola keuntungan dengan lebih baik. Ada peluang korelasi antara ukuran perusahaan dan teori keagenan serta korelasi *stakeholder*. Struktur organisasi perusahaan yang lebih besar seringkali lebih rumit dibanding perusahaan yang lebih kecil sebab perusahaan yang lebih besar biasanya mempunyai banyak lini bisnis yang berbeda dan *stakeholder* yang lebih beragam. sebab kerumitan ini, peluang praktik manajemen laba bisa meluas. Perusahaan besar mungkin mempunyai akses ke lebih banyak sumber daya dan keterampilan, sehingga lebih mudah bagi mereka dalam mengelola interaksi mereka dengan berbagai *stakeholder*. Temuan penelitian ini relevan dengan temuan penelitian yang dilaksanakan oleh Sitanggang dan Purba (2022), dan Suheny (2019) yang memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan memberi pengaruh positif dan substansial terhadap manajemen laba. Temuan penelitian ini ditemukan konsisten dengan temuan tersebut. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pembaca laporan keuangan cenderung mempunyai kesan bahwa bisnis berjalan dengan baik jika besar, meskipun faktanya hal ini mungkin tidak mencerminkan kinerja aktual perusahaan.

Corporate Social Responsibility Tidak Memberi Pengaruh Terhadap Manajemen Laba

Manajemen laba sering dikaitkan dengan prosedur dan pengungkapan akuntansi yang berpotensi memberi pengaruh terhadap laporan keuangan suatu perusahaan. Transparansi dan akuntabilitas kepada banyak *stakeholder* yakni dua komponen penting dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang berkewajiban lebih cenderung memberi informasi secara terbuka dan jujur. Di sisi lain, manajemen laba seringkali melibatkan upaya dalam mengelola pelaporan keuangan dengan cara yang tidak sepenuhnya terlihat. Dalam konteks CSR dan manajemen laba, teori keagenan mungkin menyiratkan bahwa manajer lebih suka memakai metode manajemen laba dalam memaksimalkan pengembalian keuangan jangka pendek atau memenuhi tujuan kinerja yang ditetapkan oleh pemegang saham atau pasar keuangan. Temuan penelitian ini tidak relevan dengan teori tersebut, yang menyebutkan bahwa manajer memakai strategi manajemen

laba dalam memenuhi target kinerja. Dalam skenario ini, manajer mempunyai pilihan dalam mengabaikan atau mengorbankan komponen CSR jika ditentukan bahwa karakteristik tersebut akan menghambat upaya dalam mencapai tujuan keuangan yang diantisipasi. Demikian pula dalam teori *stakeholder*, ditekankan betapa pentingnya dalam memperhitungkan kepentingan dan kebutuhan seluruh pihak yang terlibat dalam perusahaan, termasuk *stakeholder* eksternal seperti publik umum dan lingkungan. Teori *stakeholder* dikembangkan pada tahun 1970-an. Dalam konteks *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba, teori *stakeholder* mengusulkan bahwa bisnis yang berhasil menerapkan praktik CSR mungkin bisa menghasilkan keuntungan jangka panjang dengan membina korelasi positif dengan *stakeholder* dan mendukung keberlanjutan bisnis mereka. Temuan penelitian ini relevan dengan temuan penelitian lain (Kalbuana dkk., 2020) yang mengatakan dalam bisnis yang telah menerapkan standar etika Islam, penelitian memperlihatkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Profit Persistence* tidak memberi pengaruh terhadap manajemen laba. Temuan ini didukung oleh bukti empiris. Di sisi lain, temuan penelitian ini tidak relevan dengan temuan penelitian Santi dan Wardani (2018) yang menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh yang cukup menguntungkan terhadap manajemen laba.

SIMPULAN

Bahwa variabel perencanaan pajak dan ukuran perusahaan memberi pengaruh terhadap manajemen laba, namun beban pajak tangguhan dan *corporate social responsibility* tidak memberi pengaruh terhadap manajemen laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani, F., & Lestari, S. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Termuat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 77–88. <https://doi.org/10.23917/Reaksi.V4i1.8063>
- Adnyani, N. P. S., Endiana, I. D. M., & Arizona, P. E. (2020). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governancedan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 2(2), 228–249. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/983>
- Aji, A. W., & Atun, F. F. (2019). Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Solusi*, 9(3), 222–234. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V20i3.5062>
- Asmedi, S., & Wulandari, R. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Beban Pajak Tangguhandan Tax Planning Terhadap Manajemen Laba. *Perwira Journal Of Economics And Business*, 1(2). <https://doi.org/10.54199/pjeb.v1i2.32>
- E Janrosl, V. S., & Lim, J. (2019). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Termuat Di Bei. *Owner*, 3(2), 226–238. <https://doi.org/10.33395/Owner.V3i2.144>
- Endiana, I. D. M. E. (2019). Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 92–100. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juara/article/download/306/297>
- Erawati, T., & Lestari, N. A. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning), Kualitas Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Termuat Di Bursa Efek Indonesia

- Tahun 2013-2017). *Jurnal Akuntansi*, 7(1), 98–111. <https://doi.org/10.24964/Ja.V7i1.686>
- Freeman, R. E. (1994). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Indrawan, Z. F., & Cahyaningsih. (2022). Pengaruh Frekuensi Rapat Komite Audit, Kepemilikan Asing, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Termuat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020). *Journal Open Library Telkom Univeristy*, 9(5), 3038–3045. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/18711/18097>
- Indriani, P., & Priyadi, M. P. (2022). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan Dan Beban Pajak Kini, Perencanaan Pajak Dan Pergantian Ceo Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(3), 1–23. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4594>
- Islamiah, F., & Apollo. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 225–230. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V1i3.98>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure Michael. *Journal Of Financial Economics* 3, 306–357. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315191157-9/theory-firm-managerial-behavior-agency-costs-ownership-structure-michael-jensen-william-meckling>
- Kalbuana, N., Utami, S., & Pratama, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Persistensi Laba Dan Pertumbuhan Laba Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Yang Termuat Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 350. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V6i2.1107>
- Lubis, I., & Suryani. (2018). Pengaruh Tax Planning, Beban Pajak Tangguhan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 41–58. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/view/584>
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis, 2017*, 569–576. <https://www.idx.co.id/>
- Ningsih, S. A. D. C. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Keuangan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(3), 380–388. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/jasa/article/view/1272>
- Putra, Y. M., & Kurnia. (2019). Pengaruh Aset Pajak Tangguhan, Beban Pajak Tangguhan, Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Food & Beverage Yang Termuat Di Bei Tahun 2015-2017). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(7), 1–21. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2278>
- Santi, D. K., & Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 11–24. <https://doi.org/10.24964/Ja.V6i1.536>
- Septianingrum, F., Damayanti, D., & Maryani, M. (2022). Pengaruh Beban Pajak Kini, Beban Pajak Tangguhan Dan Aset Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.35912/Sakman.V2i1.1429>

- Sihombing, N., Diah Pa, E., & Gowon, M. (2020). Pengaruh Tax Planning Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Termuat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.22437/Jaku.V5i1.9253>
- Sitanggang, A., & Purba, A. M. (2022). Pengaruh Asymmetric Informaiton, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Termuat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.54367/Jrak.V8i1.1754>
- Suheny, E. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 2(1), 26–43. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JEV/article/view/1060>
- Wairooy, M. A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Industri Otomotif Yang Termuat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Balance*, 15(2), 165–187. <https://doi.org/10.26618/Jeb.V15i2.2190>