

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan Perusahaan (I Made Sudana, 2015:25)

Menurut Kasmir (2020:196) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Menurut Hery (2016: 192), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Rasio profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur Tingkat efektivitas dari kinerja manajemen perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki, seperti penjualan, aset, dan modal, yang mencerminkan efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional bisnis. Rasio profitabilitas digunakan sebagai alat ukur untuk menilai seberapa naik perusahaan dapat mengonversi pendapatan menjadi keuntungan, serta untuk mengevaluasi kinerja manajerial. Dengan demikian, rasio ini menjadi penting bagi investor dan analis dengan menilai potensi keuntungan dan efisiensi perusahaan dalam periode tertentu.

2.1.1.2 Tujuan dan manfaat profitabilitas

Tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2020:197) beberapa tujuan dan manfaat profitabilitas antara lain:

Tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
- 6) Dan tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
- 6) Manfaat lainnya.

2.1.1.3 Pengukuran Profitabilitas

Menurut I Made Sudana (2015: 25-26) menyatakan bahwa terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

$$\text{Return on assets (ROA)} = \frac{\text{Earning after Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien pengguna aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya.

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{Earning after Taxes}}{\text{Total Equity}}$$

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham, untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan.

Profit margin ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. Profit margin ratio dibedakan menjadi:

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Sales}}$$

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan.

$$\text{Operating profit margin (OPM)} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Sales}}$$

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba.

$$\text{Gross profit margin (GPM)} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai bagian produksi.

Pada usulan penelitian ini *return on equity* (ROE) dipilih sebagai indikator dari rasio profitabilitas karena *return on equity* (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Hal ini penting bagi pihak pemegang saham, untuk

mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan.

Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No.6/223/DPNP Tahun 2004 kriteria penetapan peringkat profitabilitas tersaji dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 2.1
Peringkat Profitabilitas**

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat Sehat	>15%
2	Sehat	12,5% - 15%
3	Cukup Sehat	5% - 12,5%
4	Kurang Sehat	0 – 5%
5	Tidak Sehat	< 0%

Sumber: Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/223/DPNP

2.1.2 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara umum *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional Perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Rosidah dan Almunowwaroh 2021:220)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam Pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepudulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan

pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup. Kholis (2020:6)

Menurut Jumadiah et al. (2018:7) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Di Indonesia peraturan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat pada Pasal 74 ayat (2) (*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.*) mewajibkan perseroan melakukan tanggung jawab sosial lingkungan dan menganggarkan serta memperhitungkan biayanya dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. “Kepatutan dan kewajaran yang dimaksud yaitu kebijakan setiap perseroan yang disesuaikan dengan keadaan finansial serta risiko tanggung jawab lingkungan yang ditanggung perseroan sesuai dengan kegiatan usaha yang dijalankan dengan tidak mengurangi kewajiban perseroan yang telah ditetapkan pada undang-undang.” Berdasarkan penjelasan tersebut, besar kecilnya biaya CSR yang dikeluarkan tergantung kondisi, kemampuan, maupun faktor-faktor lainnya yang dimiliki setiap perusahaan. Maka dari itu perhitungan mengenai CSR pada penelitian kali ini yaitu dengan melihat total biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digunakan pada kegiatan CSR.

Dari beberapa definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu tindakan sukarela atau yang telah diatur oleh undang-undang yang dilakukan untuk

mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup karyawan, komunitas, masyarakat, dan lingkungan. Hal ini bertujuan untuk menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang menunjukkan adanya komitmen terhadap tanggung jawab yang berkelanjutan dalam dunia bisnis.

Perusahaan perlu menyadari bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial, yang dapat berupa tanggung jawab terhadap kebersihan dan kesehatan lingkungan, keadaan ekonomi masyarakat pada umumnya, partisipasi perusahaan dalam pengembangan lingkungan, dan sebagainya. Perusahaan perlu melakukan tanggung jawab sosial karena banyaknya persoalan yang terjadi di masyarakat sebagai akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan, seperti limbah industri dan permasalahan-permasalahan lainnya.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Syairozi (2019) menyatakan bahwa tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil likuiditas adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan Nama Baik dan Reputasi Perusahaan: CSR bertujuan untuk membangun dan menjaga nama baik serta reputasi perusahaan di mata masyarakat.
- 2) Kontribusi pada Kemajuan Masyarakat: CSR dimaksudkan untuk berkontribusi terhadap kemajuan masyarakat, baik melalui program-program eksternal maupun internal yang berorientasi pada kesejahteraan dan pembangunan berkelanjutan

- 3) Membangun Ikatan Kuat dengan Masyarakat: CSR dapat membantu perusahaan dalam membangun ikatan yang kuat dengan masyarakat sekitar, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya konflik.
- 4) Penyelesaian Masalah Sosial: Program CSR dapat berdampak positif pada penyelesaian masalah sosial, seperti pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur publik.
- 5) Peningkatan Kualitas Hidup: CSR dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pelatihan dan akses terhadap infrastruktur publik.
- 6) Mengurangi Risiko Kerugian Bisnis: CSR juga dapat menurunkan kemungkinan adanya barang-barang yang tidak diinginkan oleh bisnis, serta memberikan peluang perluasan usaha dan mempertahankan posisi perusahaan.
- 7) Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia: CSR dapat membantu dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan meningkatkan kesejahteraan karyawan.

2.1.2.3 Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) terdiri dari 3 (tiga) prinsip utama menurut Crowther dan Aras (2008) dalam Suwandi (2017:21-22) sebagai berikut:

a. *Sustainability* (Keberlanjutan)

Prinsip ini berkaitan dengan tindakan yang dilakukan sekarang yang berdampak dimasa depan. Sumber daya yang jumlahnya terbatas dan lambat laun akan habis jumlahnya di masa mendatang. Pada saat tertentu, sumber daya alternatif dibutuhkan hanya sekedar memenuhi fungsi dari sumber daya

yang ada saat ini. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan kegiatan yang berkelanjutan untuk masa yang akan datang.

b. *Accountability* (Pertanggungjawaban)

Accountability atau pertanggungjawaban berkaitan dengan pengakuan perusahaan dalam melakukan tindakan yang memengaruhi lingkungan eksternal. Tentunya perusahaan harus bertanggung jawab pada tindakan yang telah dilakukan. Prinsip ini berdampak pada hitungan akibat efek dari tindakan yang diambil perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Lebih kepada pelaporan terhadap stakeholder yang berhubungan dan menjelaskan bagaimana kaitannya antara aktivitas yang dilakukan terhadap stakeholders.

c. *Transparancy* (Transparan)

Transparancy atau transparan merupakan sebuah prinsip yang dinyatakan bahwa dampak eksternal harus dilaporkan secara nyata tanpa disembunyikan. Prinsip ini berkaitan dengan kedua prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dapat dikatakan sama dengan proses pengenalan tanggung jawab terhadap efek yang dapat ditimbulkan oleh pihak luar atau sama dengan proses transfer kekuatan kepada stakeholder. Stakeholder juga dengan sadar dapat menjalankan dirinya sebagai fungsi pengawasan karena organisasi melakukan prinsip keterbukaan dalam setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan.

2.1.2.4 Pengukuran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR berfungsi sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pihak yang terlibat atau terdampak secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas perusahaan dengan memberikan perhatian yang lebih kepada pihak-pihak tersebut.

Corporate Social Responsibility disclosure diukur dengan angka indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) hasil *content analysis*, berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*)-G2 yang terdiri dari 117 item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR diberi score 1 jika diungkapkan dan score 0 jika tidak diungkapkan (Pradipta, 2021).

Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan score untuk setiap perusahaan. GRI-G2 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, di seluruh dunia. Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatannya bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj} \times 100\%$$

Keterangan:

- | | |
|--------------------|--|
| CSRSI _j | = <i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i> perusahaan j |
| N _j | = Jumlah item untuk perusahaan j |
| X _{ij} | = <i>Dummy variable</i> (1 jika diungkapkan, 0 jika tidak) |

2.1.3 Manajemen Laba

2.1.3.1 Pengertian Manajemen Laba

Manajemen laba adalah praktik yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi atau memanipulasi angka laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Menurut Yahaya et al. (2020), manajemen laba dapat didefinisikan sebagai upaya pihak manajemen untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan dengan menggunakan metode akuntansi tertentu, mempercepat transaksi pengeluaran atau pendapatan, atau menggunakan metode lain yang dirancang untuk mempengaruhi laba jangka pendek. Tindakan ini sering kali bertujuan untuk memberikan gambaran kinerja ekonomi perusahaan yang lebih baik dari kenyataannya atau untuk memenuhi ekspektasi kontrak yang bergantung pada angka-angka yang dihasilkan dalam laporan keuangan.

Manajemen laba dapat diartikan sebagai sebuah trik akuntansi dimana fleksibilitas dalam penyusunan laporan keuangan digunakan manajer untuk memperoleh laba atau memenuhi target laba perusahaan (Hery, 2016:40). Hal yang sama juga dikemukakan bahwa manajemen laba merupakan pengelolaan laba oleh manajemen yang masih dalam batas standar akuntansi untuk tujuan tertentu (Yadiati & Mubarok, 2017).

Secara keseluruhan, manajemen laba mencerminkan interaksi kompleks antara kebijakan akuntansi, motivasi manajerial, dan dampaknya terhadap persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan.

2.1.3.2 Motivasi Manajemen Laba

Terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba, yaitu motivasi bonus, motivasi kontraktual lainnya, motivasi politik, motivasi pajak, pergantian CEO, Initial Public Offering, dan pemberian informasi kepada investor. Berikut ini akan diuraikan setiap motivasi dari praktik manajemen laba (Sulistyanto, 2016).

1. Motivasi Bonus

Manajer sering kali termotivasi untuk meningkatkan laba yang dilaporkan agar dapat memenuhi target bonus yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, laba menjadi indikator kinerja yang penting dalam penentuan bonus, sehingga manajer berusaha mengatur laporan laba untuk memaksimalkan bonus mereka. Menurut Sulistyanto (2016), "perusahaan berusaha memacu dan meningkatkan kinerja karyawan dengan cara menetapkan kebijakan pemberian bonus setelah mencapai target yang ditetapkan".

2. Motivasi Kontraktual

Manajer juga memiliki dorongan untuk memenuhi kewajiban kontrak, seperti perjanjian utang. Dalam konteks ini, manajer memilih kebijakan akuntansi yang dapat membantu mereka memenuhi batasan-batasan dalam kontrak tersebut, sehingga menghindari sanksi atau pelanggaran.

3. Motivasi Pajak

Manajemen laba juga dilakukan untuk mempengaruhi besaran pajak yang harus dibayar perusahaan. Dengan menurunkan laba yang dilaporkan, perusahaan dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Ini menunjukkan bahwa

pengelolaan laba tidak hanya bertujuan untuk kepentingan internal perusahaan tetapi juga untuk keuntungan fiskal.

4. Motivasi Politik

Perusahaan besar atau yang beroperasi di industri strategis mungkin melakukan manajemen laba untuk mengurangi visibilitas mereka terhadap pengawasan publik atau pemerintah. Dengan menurunkan laba bersih yang dilaporkan, perusahaan dapat menghindari perhatian negatif dan potensi regulasi lebih lanjut

5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)

Pada saat pergantian CEO, manajer yang akan diganti mungkin berusaha untuk meningkatkan laba yang dilaporkan guna memperbaiki citra mereka sebelum meninggalkan perusahaan. Ini menciptakan insentif bagi manajer untuk melakukan pengelolaan laba menjelang akhir masa jabatan mereka

6. *Initial Public Offering* (IPO)

Perusahaan yang akan *go public* sering kali melakukan manajemen laba untuk menunjukkan kinerja keuangan yang baik kepada calon investor, dengan harapan dapat menarik minat dan meningkatkan harga saham saat IPO.

7. Pemberian Informasi kepada Investor

Manajemen laba juga dilakukan untuk memberikan informasi keuangan yang lebih menarik kepada investor, dengan harapan bahwa laporan keuangan akan terlihat lebih baik daripada kondisi sebenarnya, sehingga dapat meningkatkan minat investasi.

2.1.3.3 Pola Manajemen Laba

Pola manajemen laba mencerminkan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memanipulasi angka laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Menurut Scott (2009), terdapat beberapa pola utama dalam praktik manajemen laba, yaitu:

1. *Taking a Bath*

Dilakukan ketika keadaan buruk yang tidak menguntungkan dan tidak bisa dihindari pada periode berjalan, dengan cara mengakui adanya biaya pada periode mendatang dan kerugian periode berjalan. Konsekuensinya, manajemen melakukan pembersihan diri dengan membebankan perkiraan-perkiraan mendatang dan mengakibatkan laba periode berikutnya akan lebih tinggi dari seharusnya.

2. *Income Increasing*

Manajemen laba dilakukan manajemen pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapatkan perhatian oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Kebijakan yang diambil bisa berupa pembebanan biaya iklan, biaya riset dan pengembangan dan sebagainya.

3. *Income Maximization*

Income Maximization (maksimalisasi laba) dilakukan supaya kinerja perusahaan terlihat baik. Manajemen laba jenis ini biasanya terjadi pada perusahaan yang menentukan kompensasi manajemen berdasarkan laba yang dihasilkan, perusahaan yang sedang menghadapi kesepakatan kontrak hutang atau kredit dan perusahaan yang akan melakukan penawaran perdana (IPO).

4. *Income Smoothing*

Income Smoothing (perataan laba) merupakan bentuk manajemen laba yang paling popular dan sering dilakukan karena lewat perataan laba manajemen dapat menaikkan dan menurunkan laba. Manajemen melakukan perataan laba untuk mengurangi fluktuasi laba sehingga perusahaan terlihat lebih stabil dan tidak beresiko tinggi. Dengan kondisi perusahaan yang terlihat stabil akan menyebabkan investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

2.1.3.4 Pengukuran Manajemen Laba

Secara umum, terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah suatu perusahaan melakukan manajemen laba, yaitu (Sulistyanto, 2016):

1. Model *Aggregate Actual*

Model yang berbasis aggregate accrual merupakan model yang digunakan untuk meneteksi aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan *discretionary accruals* sebagai proksi manajemen laba. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Healy, DeAngelo, dan Jones. Selanjutnya Dechow, Sloan, dan Sweeney mengembangkan model Jones menjadi model Jones yang dimodifikasi (modified Jones model). Modified Jones Model dapat diukur sebagai berikut (Purnama, 2017):

- Menghitung Total *Accrual* (TAC)

$$\boxed{TAC = NI - CFO}$$

- Mengestimasi Total *Accrual* (TAC) dengan *Ordinary Least Square* (OLS)

$$\boxed{\frac{TA_{it}}{A_{it-t}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it}} \right) + \beta_2 \left(\frac{REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)}$$

- Menghitung *Non Discretionary Accrual* (NDA)

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{REV_{it} - REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

- Menghitung *Discretionary Accrual* (DA)

$$DA_{it} = \left(\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

- TAC_{it} = Total *Accrual* perusahaan i tahun t (sekarang)
 N_t = Laba Bersih perusahaan i tahun t (sekarang)
 CFO_{it} = Aliran kas operasi perusahaan i tahun t (sekarang)
 A_{it-1} = Total aset perubahan perusahaan i tahun t – 1 (sebelumnya)
 REV_{it} = Pendapatan perusahaan i tahun t (sekarang)
 REV_{it-1} = Pendapatan perusahaan i tahun t – 1 (sebelumnya)
 PPE_{it} = Jumlah aktiva perusahaan i tahun t (sekarang)
 NDA_{it} = *Non Discretionary Accrual* perusahaan i tahun t (sekarang)
 REC_{it} = Piutang perusahaan i pada tahun t (sekarang)
 REC_{it-1} = Piutang perusahaan i pada tahun t – 1 (sebelumnya)
 DA_{it} = *Discretionary Accrual* perusahaan i tahun t (sekarang)

2. Model berbasis *Spesific Accrual*

Model yang berbasis akrual khusus (specific accruals) merupakan pendekatan yang menghitung akrual sebagai proksi manajemen laba dengan menggunakan item atau komponen laporan keuagnan tertentu dari industri tertentu, misalnya piutang tak tertagih dari sektor industri tertentu atau cadangan kerugian piutang dari industry asuransi.

3. Model berbasis *Distribution Of Earning After Management*

Model yang berbasis *distribution of earnings* dikembangkan oleh Burgtahler dan Dichev, Degeorge, Patel, dan Zeckhauser, serta Myers dan Skinner. Pendekatan ini dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistic terhadap komponen-komponen laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba. Model ini terfokus pada pergerakan laba disekitar benchmark yang dipakai, misalkan laba kuartal sebelumnya, untuk menguji apakah *incidence* jumlah yang berada diatas maupun dibawah benchmark telah didistribusikan secara merata, atau merefleksikan ketidakberlanjutan kewajiban untuk menjalankan kebijakan yang telah dibuat.

Dalam penelitian ini, Manajemen laba diukur dengan rumus Modified Jones Model sebagai indikator pengukuran manajemen laba didasarkan pada keunggulannya dalam mendeteksi praktik manipulasi akrual secara lebih akurat dibandingkan model lain. Model ini merupakan pengembangan dari Jones Model dengan menyesuaikan komponen piutang agar pengaruh perubahan penjualan yang berpotensi dimanipulasi dapat diminimalkan. Dengan demikian, model ini mampu memisahkan *discretionary accruals* dari *non-discretionary accruals* secara lebih tepat, sehingga memberikan gambaran yang lebih reliabel mengenai tingkat manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Keandalan dan tingkat penerimaan yang luas dalam penelitian akademik juga menjadikan Modified Jones Model sebagai pilihan yang tepat untuk memastikan hasil pengukuran bersifat valid dan dapat dibandingkan dengan studi sebelumnya.

2.1.4 Kajian Empiris

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan bahan acuan dan sumber yang relevan oleh penulis mengenai topik yang relevan oleh penulis mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Renaldy Alviansyah (2021), “Pengaruh Mekanisme GCG dan CSR terhadap Kinerja Keuangan yang Dimensi Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perusahaan dan Mekanisme *good corporate governance* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perusahaan.
2. Fadillah et al., (2022), “Pengaruh *Tax Planning* dan CSR terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018”. Hasil dari penelitian ini adalah *Tax Planning* berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
3. Wijayanti (2024), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi”. Hasil penelitian ini menunjukkan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba dan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.
4. Rahma et al., (2024), “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini adalah

Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, Kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

5. Solikhah (2022), “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas dan Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017)”. Hasil dari penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
6. Yeni et al., (2022), “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan CSR sebagai Variabel Intervening”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
7. Rachmalia & Nursiam (2024), “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Hasil dari penelitian ini adalah Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh terhadap manajemen laba dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
8. Wijaya et al., (2024), “Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi”. Hasil dari penelitian ini bahwa Profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan leverage dapat berpengaruh terhadap manajemen laba.

9. Helmi et al., (2023), “Pengaruh Profitabilitas dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi”. Hasil dari penelitian ini adalah Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba dan Kualitas audit berpengaruh negative terhadap manajemen laba.
10. Yuliastuti & Nurhayati (2021), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Firm Size*, *Earnings Power*, dan *Tax Avoidance* Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini adalah Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dan *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
11. Rusliyawati (2023), “Pengaruh CSR, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi”. Hasil dari penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
12. Yunan (2023), “Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, CSR, dan GCG Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini bahwa *Corporate Social Responsibility* dan perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.
13. Fahmie (2018), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba”. Profitabilitas, struktur kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan *Leverage*, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

14. Afrilyani et al., (2024), “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Penghindaran Pajak dan Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan *Corporate Social Responsibility* terhadap perhindaran pajak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.
15. Damayanti & Kawedar (2018), “Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Pemantauan dan Financial Distress Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini adalah Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.
16. Setiorini et al., (2023), “Pengaruh Solvabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2018-2020”. Hasil dari penelitian ini adalah Solvabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dan *Corporate Social Responsibility* juga tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
17. Astuti & Wulandari (2023), “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Asing Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba dan Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
18. Anindya & Yuyetta (2020), “Pengaruh *Leverage, Sales Growth*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian

ini adalah Leverage dan Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

19. Harefa et al., (2024), “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi”. Hasil dari penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
20. Fadhilah & Kartika (2022), “Pengaruh ukuran perusahaan, Arus Kas Bebas, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Ukuran perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan Arus kas bebas, *leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Sebagai bahan perbandingan, penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu tersebut untuk melihat perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Penulis

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Renaldy Alviansyah (2021), perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>Good Corporate Governance</i> • Variabel Kinerja Keuangan • Tempat Penelitian Mekanisme 	<i>Corporate Social Responsibilit</i> y berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perusahaan	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Vol 03, No 01, 2021

					good corporate governance berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perusahaan
2	Fadillah et al., (2022), Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel Tax Planning • Tempat Penelitian 	<p>Tax Planning berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba</p> <p><i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba</p>	Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan . Vol. 01, No. 10, 2022. E-ISSN: 2809-8544
3	Wijayanti (2024), Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilitas • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Leverage • Variabel Ukuran Perusahaan • Tidak terdapat variabel Kepemilikan Manajerial • Tempat penelitian 	<p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba</p>	Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya. Vol. 09, No. 02, Juni 2024
4	Rahma et al., (2024), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Profitabilitas • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel ukuran perusahaan • Variabel Kebijakan Dividen • Tempat Penelitian 	<p>Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba</p> <p>Kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap manajemen</p>	Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. September

				laba	2024. E-ISSN: 2686-1771
5	Solikhah (2022), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Profitabilitas • Variable <i>Corporate Social Responsibility</i> • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian 	<p><i>Corporate Social Responsibilitas</i> y berpengaruh positif terhadap profitabilitas</p> <p><i>Corporate Social Responsibilitas</i> y tidak berpengaruh terhadap manajemen laba</p>	Jurnal Akuntansi Unesa. Vol. 10, No. 02, Januari 2022
6	Yeni et al., (2022), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable <i>Corporate Social Responsibility</i> • Varibel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan • Umur Perusahaan • Tempat penelitian 	<p><i>Corporate Social Responsibilitas</i> y berpengaruh positif terhadap manajemen laba</p> <p>Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibilitas</i> y</p>	Jurnal Manajemen dan Sains. Vol. 07, N0. 02, Oktober 2022. ISSN 2541-6243
7	Rachmalia & Nursiam (2024), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2022.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilitas • Varibel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel Likuiditas • Variabel Ukuran Perusahaan 	<p>Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh terhadap manajemen laba</p> <p>Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba</p>	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA). Vol. 04, No. 02, September 2024. E-ISSN 2776-6202

8	Wijaya et al., (2024), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilitas • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel • Kepemilikan Manajerial, dan leverage dapat berpengaruh terhadap manajemen laba • Variabel Leverage • Variabel Ukuran Perusahaan • Tempat penelitian 	Profitabilitas , kepemilikan manajerial, dan leverage dapat berpengaruh terhadap manajemen laba	Jurnal of Mandalika Literature. Vol. 05, No. 04. E-ISSN 2745-5963
9	Helmi et al., (2023), Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilitas • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Kualitas Audir • Tidak terdapat variabel • Variabel Ukuran Perusahaan • Tempat penelitian 	Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba Kualitas audit berpengaruh negative terhadap manajemen laba	Jurnal Akuntansi Trisakti. Vol. 10, No. 91, Februari 2023. ISSN: 2339-0832
10	Yuliastuti & Nurhayati (2021), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilitas • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel • Variabel Leverage • Variabel Firm Size • Variabel Earnings Power • Variabel Tax Avoidance • Tempat penelitian 	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba Leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Jurnal Geo Ekonomi. Vol. 14, No. 01, Maret 2023. ISSN: 2086-1117
11	Rusliyawati (2023), Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilitas • Variabel Corporate Social Responsibility • Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel • Variabel Leverage • Variabel Kualitas Audit • Tempat penelitian 	Corporate Social Responsibilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba Profitabilitas tidak	Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjunpur a. Vol. 12, No. 01, Maret 2023. ISSN-P:

				berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba	2252-7486, ISSN-E: 2746-6140.
12	Yunan (2023), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022	<ul style="list-style-type: none"> Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> Varibel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak terdapat variable Variable Ukuran Perusahaan Good Corporate Governance Tempat penelitian 	<i>Corporate Social Responsibilit</i> y dan Pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Jurnal Literasi Akuntansi. Vol. 03, No. 04, Desember 2023. E-ISSN: 2810-0921.
13	Fahmie (2018), Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.	<ul style="list-style-type: none"> Variable Profitabilitas Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Leverage Tidak terdapat variabel Struktur Kepemilikan Variabel Pertumbuhan Penjualan Variabel Komisaris Independen Tempat penelitian 	Profitabilitas , struktur kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba Leverage, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba	Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan. Vol. 06, No. 02, ISSN: 2337-7852.
14	Afrilyani et al., (2024), Perusahaan terbuka yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021	<ul style="list-style-type: none"> Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> Varibel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> Variable Penghindaran Pajak Tempat penelitian 	<i>Corporate Social Responsibilit</i> y berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Jurnal Media Wahana Ekonomik a. Vol. 20, No. 04, Januari 2024. ISSN: 1693-4091

						<i>Corporate Social Responsibilit y terhadap perhindaran pajak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</i>	E-ISSN: 2622-1845.
15	Damayanti & Kawedar (2018), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Profitabilit as • Variabel Manajeme n Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada variabel Mekanisme Pemantauan • Variabel Financial Distress 	Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba	Jurnal Of Accountin g. Vol. 07, No. 04. ISSN: 2337-3806		
16	Setiorini et al., (2023), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>Corporate Social Responsibili ty</i> • Variabel Manajeme n Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdapat variabel Solvabilitas • Tempat penelitian 	Solvabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba	Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. Vol. 11, No. 02, Juli 2023. ISSN: 2338-8412 E-ISSN: 2716-4411.		
17	Astuti & Wulandari, (2023), Perusahaan manufaktur sektor industry barang konsumsi sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>Corporate Social Responsibili ty</i> • Variabel Manajeme n Laba 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Kepemilika n Asing • Tempat penelitian 	<i>Corporate Social Responsibilit y</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap	Journal Of Comprehe nsive Science. Vol. 02, No. 08, Agustus 2023. P- ISSN: 2962-4738 E-ISSN: 2962-4584.		

manajemen laba						
18	Anindya & Yuyetta (2020), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Profitabilitas Variabel Manajemen laba 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak terdapat variabel Leverage Variabel Sales Growth Variabel Ukuran Perusahaan Tempat penelitian 	Leverage berpengaruh negatif terhadap manajemen laba	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba	Journal Of Accountin g. Vol. 09, No. 02. ISSN: 2337-3806.
19	Harefa et al., (2024), Perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Corporate Social Responsibility Variabel Manajemen Laba 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak terdapat variabel Good Corporate Governance Tempat penelitian 	<i>Corporate Social Responsibilit</i> y tidak berpengaruh terhadap manajemen laba	Jurnal Riset Akuntansi. Vol. 02, No. 02, pp. 95-100, 2024.	
20	Fadhilah & Kartika (2022), Perusahaan subsector hotel, restoran, dan pariwisata yang telah go public di BEI tahun 2013-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Profitabilitas Variabel Manajemen laba 	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Ukuran Perusahaan Variabel Arus Kas Bebas Variabel Leverage 	Ukuran perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Arus kas bebas, leverageberpengaruh negatif terhadap manajemen laba	Jurnal Ilmiah Komputerisa Si Akuntansi. Vol. 15, No. 01, Juli 2022. P-ISSN: 1979-116X E-ISSN: 2614-8870.

Firda Dwi Nanda (2025)

Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba (Survei pada Perusahaan Minuman dan Makanan di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024)

2.2 Kerangka Pemikiran

Manajemen laba adalah praktik yang dilakukan oleh manajer untuk memanipulasi laporan keuangan dengan tujuan tertentu. Menurut Yahaya et al. (2020), manajemen

laba dapat didefinisikan sebagai upaya pihak manajemen untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan dengan menggunakan metode akuntansi tertentu, mempercepat transaksi pengeluaran atau pendapatan, atau menggunakan metode lain yang dirancang untuk mempengaruhi laba jangka pendek. Tindakan ini sering kali bertujuan untuk memberikan gambaran kinerja ekonomi perusahaan yang lebih baik dari kenyataannya atau untuk memenuhi ekspektasi kontrak yang bergantung pada angka-angka yang dihasilkan dalam laporan keuangan.

Dalam konteks ini, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan manajerial dalam mengelola laba yang dilaporkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap manajemen laba.

Beberapa faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu termasuk tingkat profitabilitas dengan menggunakan *return on equity* (ROE) karena rasio ini dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Hal ini penting bagi pihak pemegang saham, untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Secara teoritis semakin besar ROE yang dimiliki suatu perusahaan maka nilai perusahaan semakin baik.

Menurut Savitri (2019), profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba, di mana perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung melakukan perataan laba untuk memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan.

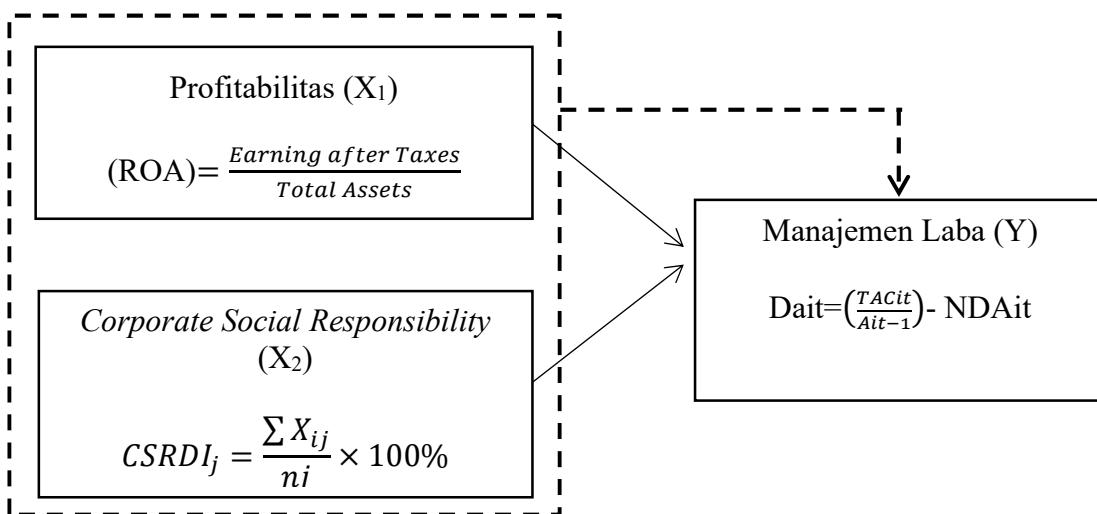
Menurut Kasmir (2020), menunjukkan bahwa rasio profitabilitas dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan mempengaruhi keputusan manajerial terkait pengelolaan laba.

Corporate Social Responsibility (CSR) juga memegang peranan penting dalam praktik manajemen laba. perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional Perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Rosidah dan Almunawwaroh 2021:220). Penelitian oleh Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik cenderung memiliki insentif lebih sedikit untuk melakukan manajemen laba, karena reputasi positif yang diperoleh dari praktik CSR dapat mengurangi tekanan untuk memanipulasi laporan keuangan. Dengan indikator *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*. Dengan demikian, CSR berfungsi sebagai faktor mitigasi terhadap praktik manajemen laba.

Interaksi antara profitabilitas dan CSR dapat mempengaruhi keputusan manajerial dalam konteks manajemen laba. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi tetapi rendah dalam pengungkapan CSR mungkin lebih cenderung melakukan manajemen laba untuk mempertahankan citra positif di mata investor. Sebaliknya, perusahaan dengan komitmen CSR yang kuat mungkin lebih memilih transparansi dalam laporan keuangan meskipun mengalami tekanan untuk meningkatkan laba.

Kerangka pemikiran merupakan suatu konstruksi yang didasarkan pada penalaran (*reasoning*), yang tidak hanya sekedar mendefinisikan masalah saja, tetapi juga

mendefinisikan penalaran dari sesuatu di balik masalah yang sedang dihadapi peneliti (Rachbini et al., 2020:52). Pada penelitian ini, kerangka penelitian dibuat untuk memberikan penalaran tentang penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba. Berikut ini merupakan gambaran kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini:



Keterangan:

- : Secara parsial
 - - - - - : Secara simultan

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Adapun hipotesis dalam usulan penelitian ini sebagaimana uraian kerangka pemikiran diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan berpengaruh terhadap Manajemen Laba

2. Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial berpengaruh terhadap Manajemen Laba.