

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Keagenan

Dalam teori keagenan menjelaskan tentang dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu investor yang biasa disebut *principal* dan manajer yang biasa disebut *agent*. Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dan kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan (Jensen and Mackling, 1976). Menurut Sri (2018) konsep teori agensi mengatur hubungan antara pemilik dan pengelola menyatakan bahwa setiap pihak mempunyai hak dan tanggung jawab dalam mengelola perusahaan (Ikbal Taufik Ramadhan, 2022).

Teori keagenan menjelaskan bahwa praktek manajemen laba dipengaruhi oleh perselisihan kepentingan antara manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang muncul ketika masing-masing pihak berupaya mencapai serta menjaga tingkat keuntungan yang diinginkannya. Perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemilik tersebut dapat mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh manajemen. Teori keagenan memiliki tujuan utama yaitu untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat merancang kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir cost akibat adanya informasi yang tidak simetris serta kondisi ketidakpastian (Pebriana dan Sukartha, 2012).

Masalah keagenan yang terjadi berdampak munculnya masalah manajemen laba karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara investor dan manajer. Teori

keagenan dapat memberikan solusi untuk menyelesaikan masalah agensi yang berkaitan dengan konflik keagenan. Konflik keagenan terjadi ketika terdapat perbedaan kepentingan antara pihak-pihak yang terlibat. Prinsipal berharap untuk meningkatkan kompensasi guna meningkatkan pendapatan pajak, sementara agen berupaya membatasi biaya pajak agar dapat memaksimalkan keuntungan, sehingga menciptakan tantangan dalam hubungan keagenan (Trisma Yasa & Sunarsih, 2020).

2.1.2 Tax planning

2.1.2.1 Pengertian *Tax planning*

Tax planning adalah upaya untuk mengurangi atau meminimalkan beban pajak yang dibayarkan kepada suatu negara agar pajak yang dibayarkan tidak melebihi jumlah yang sebenarnya. Salah satu praktik manajemen pengelolaan pajak ditegakkan sesuai dengan hukum perpajakan yang legal alias berlaku. Legal di sini, artinya penghematan pajak dicapai dengan menggunakan apa yang tidak diatur oleh undang-undang (*loopholes*) dan tidak melanggar Konstitusi atau undang-undang perpajakan yang berlaku.

Menurut Suandy (2016) *tax planning* merupakan salah satu langkah awal dalam melaksanakan manajemen pajak. *Tax planning* sebagai proses mengorganisasi usaha wajib pajak atau sekelompok wajib pajak sedemikian rupa sehingga utang pajak, baik PPh maupun beban pajak yang lainnya berada pada posisi yang seminimal mungkin (Suandy, 2014). Menurut Sartika (2015) tujuan dari *tax planning* secara lebih khusus ditujukan untuk memenuhi hal-hal sebagai berikut:

1. Meminimalisasikan beban pajak yang terhutang.
2. Menghilangkan atau menghapuskan pajak sama sekali.
3. Menghilangkan atau menghapus pajak dalam tahun berjalan.
4. Menunda pengakuan penghasilan.
5. Mengubah penghasilan rutin berbentuk *Capital gain*.
6. Memperluas bisnis atau melakukan ekspansi usaha dengan membentuk badan usaha baru.
7. Menghindari bentuk penghasilan yang membentuk, memperbanyak atau mempercepat pengurangan pajak.

Motivasi yang mendasari dilakukannya suatu *tax planning* umumnya bersumber dari tiga unsur perpajakan yaitu:

1. Kebijakan Perpajakan

Merupakan alternatif dari berbagai sasaran yang hendak dituju dalam sistem perpajakan. Dari berbagai aspek kebijakan pajak, terdapat faktor-faktor yang mendorong dilakukannya suatu perencanaan pajak, yaitu:

- a. Pajak yang akan dipungut. Agar tidak mengganggu atau tidak memberatkan cashflow Perusahaan, perlu adanya perencanaan pajak yang baik agar bisa menganalisis atas transaksi apa yang akan terkena pajak apa dan perlu dana berapa sehingga dapat diketahui berapa penghasilan bersih setelah pajak.

- b. Adanya perbedaan perlakuan perpajakan atas pembayaran dividen dari Badan Usaha kepada pemegang saham perorangan dan kepada pemegang saham berbentuk badan usaha maka di sini akan menimbulkan usaha untuk perencanaan pajak dengan baik agar beban pajaknya rendah dan meringankan arus kas Perusahaan sehingga bisa dimanfaatkan untuk tujuan lain. Di samping itu adanya pertimbangan untuk menunda pembayaran dividen dengan cara meningkatkan jumlah laba ditahan bagi Perusahaan juga akan menimbulkan penundaan pembayaran pajak.
- c. Adanya perlakuan perpajakan yang berbeda atas objek pajak yang secara ekonomis hakikatnya sama akan menimbulkan usaha perencanaan pajak agar beban pajaknya rendah. Oleh karena itu, objek pajak merupakan basis perhitungan besarnya pajak, maka dalam rangka optimalisasi alokasi sumber dana, manajemen akan merencanakan pajak yang tidak lebih (bisa mengurangi optimalisasi alokasi sumber daya) dan tidak kurang (kuatir harus membayar transaksi bersifat pemborosan dana).
- d. Adanya *Self Assessment System* dan *Payment System* mengharuskan seorang perencana pajak untuk melakukan perencanaan pajak dengan baik. *Self Assessment System* merupakan kebebasan dan kepercayaan penuh untuk menghitung, memungut, dan melaporkan pajak terutang dari penghasilan usahanya, sedangkan sistem pembayaran yang berlaku adalah sistem pembayaran yang dapat dilakukan sendiri oleh wajib Pajak maupun melalui pemotongan oleh pihak ketiga.

- e. Dengan adanya penerapan *shedular taxation tariff* yang diterapkan di Indonesia mengakibatkan seorang perencana pajak akan berusaha sedapat mungkin dikenakan tarif yang paling rendah.

2. Undang – Undang Perpajakan

Dalam pelaksanaannya selalu diikuti oleh ketentuan-ketentuan lain (Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan, dan Keputusan Direktur Jenderal Pajak). Sering kali, aturan pelaksanaan tersebut bertentangan dengan hukum itu sendiri karena disesuaikan dengan kepentingan pembuat kebijakan dalam mencapai tujuan tambahan yang ingin dicapai. Akibatnya terbuka celah (*loopholes*) bagi Wajib Pajak untuk menganalisis kesempatan tersebut dengan cermat untuk perencanaan pajak yang baik.

3. Administrasi Perpajakan

Sebagai Negara yang sedang dalam tahap pembangunan sering menghadapi tantangan dalam menjalankan administrasi perpajakannya secara efisien. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak dengan cermat guna menghindari sanksi administratif atau pidana akibat perbedaan penafsiran antara otoritas pajak dan Wajib Pajak. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas aturan perpajakan yang berlaku dan masih kurangnya efektivitas sistem informasi.

Secara umum motivasi dilakukannya perencanaan pajak adalah untuk memaksimalkan laba setelah pajak karena pajak ikut mempengaruhi pengambilan keputusan atas suatu tindakan dalam operasi perusahaan untuk melakukan investasi melalui analisis yang cermat dan pemanfaatan peluang atau kesempatan yang ada

dalam ketentuan peraturan yang sengaja dibuat oleh pemerintah untuk memberikan perlakuan yang berbeda atas objek yang secara ekonomi hakikatnya sama (karena pemerintah mempunyai tujuan lain tertentu) dengan memanfaatkan:

- a) Perbedaan tarif pajak
- b) Perbedaan perlakuan atas objek pajak sebagai dasar pengenaan pajak
- c) *Loopholes, shelters* dan *heavens*.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variable yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, *log size*, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi umumnya terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil (Joe & Ginting, 2022).

Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk merepresentasikan karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar dan stabil lebih mungkin menemukan modal di pasar modal daripada perusahaan kecil. Karena akses yang mudah memberi perusahaan besar lebih banyak fleksibilitas.

Hartono (2012) menyatakan ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total asset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total asset. Menurut Kurniasih (2012)

menyatakan ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan.

Puspita dan Harto (2014) mengemukakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, kualitas audit secara teknis makin rendah, karena kemampuan deteksi semakin rendah. Hal ini tentu meningkatkan potensi penghindaran pajak oleh Perusahaan. Menurut Harahap (2011), ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (\ln) dari rata-rata total asset perusahaan. Penggunaan total asset berdasarkan pertimbangan bahwa total asset mencerminkan ukuran Perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu.

Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu;

- a) Ukuran perusahaan diukur dengan total aset. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
- b) Ukuran perusahaan diukur dengan total penjualan. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu, mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Indikator ukuran Perusahaan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Ukuran Perusahaan = \ln Total Aset. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset

yang dimiliki, Perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

- b) Ukuran Perusahaan = Ln Total Penjualan. Penjualan merupakan fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2.1.3 Manajemen Laba

2.2.3.1 Pengertian Manajemen Laba

Menurut Scott (2012), manajemen laba adalah pilihan yang dilakukan oleh manajer dalam pemilihan kebijakan akuntansi atau tindakan yang dapat mempengaruhi laba, yang bertujuan untuk mencapai beberapa tujuan dalam pelaporan laba. Manajemen laba merupakan suatu kondisi dimana manajemen melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat menaikkan, meratakan dan menurunkan laba (Riske dan Basuki, 2013). Manajemen laba adalah salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan, dan menambah bias dalam laporan keuangan serta dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang percaya pada angka hasil rekayasa tersebut sebagai angka real atau tanpa rekayasa.

Menurut Wirakusuma (2016) manajemen laba adalah suatu proses yang disengaja, dengan batasan standar akuntansi keuangan untuk mengarahkan

pelaporan laba pada tingkat tertentu. Manajemen laba merupakan suatu kondisi dimana manajemen melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat menaikkan, meratakan dan menurunkan laba (Riske dan Basuki, 2013). Manajemen laba adalah salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan, dan menambah bias dalam laporan keuangan serta dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang percaya pada angka hasil rekayasa tersebut sebagai angka real atau tanpa rekayasa.

Dengan Praktik manajemen laba berkaitan dengan motivasi-motivasi pihak manajemen dalam memenuhi sasaran yang ingin dicapai dalam penyusunan laporan keuangan. Tingkat praktik manajemen laba dalam perusahaan mencerminkan seberapa baik kualitas laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Semakin tinggi tingkat manajemen laba akan meningkatkan asimetri informasi yang terjadi antara principal dan agen. Rahman dan Hutagol (2015) menyebutkan praktik manajemen laba dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu:

1. Manajemen Laba Riil

Merupakan praktik manajemen laba yang dilakukan dengan tujuan pencapaian target laba dan menghindari terjadinya kerugian dalam aktivitas operasional perusahaan yang dapat dicapai cara:

- a) Manipulasi penjualan, bertujuan meningkatkan penjualan pada periode tertentu sehingga memberikan kesan bahwa pencapaian target penjualan dan laba terpenuhi. Pada umumnya, praktik manipulasi penjualan ini dilakukan dengan memberikan diskon penjualan yang lebih besar maupun dengan memberikan

kemudahan kredit penjualan. Praktik ini dapat memberikan dampak pada penurunan aliran kas perusahaan.

- b) Pengurangan beban-beban diskresionari atau meminimalkan beban-beban yang tidak secara langsung berkaitan dengan produksi barang/jasa. Hal ini dimaksudkan untuk mencantumkan beban dengan jumlah yang minimal sehingga didapatkan laba yang cenderung lebih besar.
- c) Produksi yang berlebihan. Manajemen berupaya meningkatkan penjualan dengan harga yang rendah. Untuk menekan harga jual tersebut manajemen memproduksi barang dalam jumlah yang berlebihan dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta laba perusahaan.

2. Manajemen Laba Akrual

Merupakan praktik manajemen laba yang dilakukan melalui proses akrual dimana laporan keuangan dihasilkan. Angka-angka dalam laporan keuangan mengandung komponen akrual, baik *diskresioner* maupun *nondiskresioner*. Pendekatan lain yang digunakan untuk merekayasa dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- a) Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi. Cara ini merupakan cara manajer untuk memengaruhi *judgement* terhadap estimasi akuntansi seperti: estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tetap tidak berwujud, estimasi biaya garansi dan lain-lain.

- b) Mengubah metode akuntansi. Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh: mengubah metode depresiasi aktiva tetap dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.
- c) Menggeser periode biaya atau pendapatan. Hal ini sering disebut keputusan operasional, misalnya: rekayasa periode biaya atau pendapatan dengan mempercepat atau menunda pengeluaran untuk biaya penelitian dan pengembangan sampai periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran biaya promosi sampai periode akuntansi berikutnya mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tidak dipakai.

Faktor penyebab atau biasa juga disebut sebagai faktor pendorong terjadinya manajemen laba. Di mana faktor menjadi penyebab dilakukan manajemen dalam suatu perusahaan. Karena pada dasarnya, tidak ada yang dilakukan tanpa dilandasi dengan sebuah faktor yang menyebabkan hal tersebut. Berikut ini merupakan paparan mengenai faktor penyebab atau faktor pendorong yang dimaksud (Yuliem, 2018).

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Faktor yang pertama adalah *bonus plan hypothesis* yang menggunakan metode akuntansi. Di mana hal tersebut bertujuan untuk memaksimalkan utilitas yang ada di dalam perusahaan. Utilitas yang dimaksud adalah untuk mendapatkan bonus yang tinggi. Dalam artian manajemen perusahaan tersebut akan memberikan bonus dalam jumlah yang besar.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Selanjutnya adalah faktor *debt covenant hypothesis*. Di mana faktor ini ditujukan bagi manajemen yang melakukan pelanggaran. Adapun pelanggaran yang dilakukan adalah melanggar perjanjian kredit sehingga akan memilih metode untuk meningkatkan laba. Dengan tujuan untuk menjaga reputasi terhadap apa yang dipikirkan dari pihak eksternal.

3. *Political Cost Hypothesis*

Faktor yang terakhir adalah faktor mengenai *Political Cost Hypothesis*. Di mana melihat dari besar suatu perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk menurunkan laba. Dengan alasan bahwa laba tinggi yang digunakan maka pemerintah akan memberikan pajak yang tinggi pula untuk perusahaan. Namun hal tersebut akan tetap menggunakan metode akuntansi yang berlaku.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
----	-------------------------	------------------	---------------------	------------------

1	Izzati (2020)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Corporate Social Responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap Praktek Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)	Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Independen: Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hasil penelitian membuktikan bahwa perencanaan pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan corporate social responsibility (CSR) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba.
2	Cahyani; Hendra (2020) Vol : 11	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Leverage dan <i>Tax planning</i> terhadap Manajemen Laba	Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Independen: Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Pajak Perencanaan	Hasil pengujiannya menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif, sedangkan ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan pajak perencanaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
3	Wijaya; Tifanny (2020) Vol : 23	<i>The Effect of Corporate Governance on Earnings Management</i>	Variabel Dependen: <i>Earnings Management</i> Variabel Independen: <i>Corporate Governance</i>	<i>The result of this study reveals that corporate governance mechanism especially, institutional ownership has a negative effect on accrual-based earnings management.</i>

4	Mayasari, Yuliandini dan Permatasari (2019) Vol : 6	<i>The influence of Corporate Governance, Company Size, and Leverage Toward Earning Management</i>	Variabel Dependen: <i>Earning management</i> Variabel Independen: <i>Managerial ownership, institutional ownership, leverage, company size</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh negatif terhadap manajemen laba tetapi sebaliknya berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
5	Wardani (2018) Vol : 6	Pengaruh <i>Tax planning</i> , Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Manajemen Laba	Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Independen: <i>Tax planning</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan <i>tax planning</i> tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, <i>corporate social responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba.
6	Mayangsari (2016) Vol : 7	Dampak Aset Pajak Tangguhan, <i>Discretionary Accrual</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Perencanaan Pajak terhadap Praktik	Variabel Dependen: Praktik Manajemen Laba Variabel Independen: Aset Pajak Tangguhan, <i>Discretionary Accrual</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran	Hasil penelitian menunjukkan asset pajak tangguhan, <i>discretionary accrual</i> dan leverage memiliki pengaruh negatif signifikan. Sedangkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

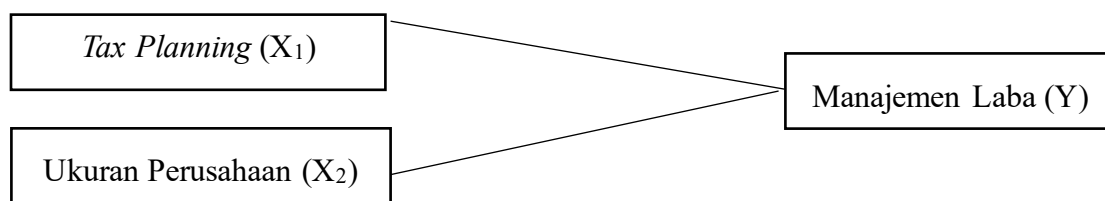
		Manajemen Laba	Perusahaan, Perencanaan Pajak	manajemen laba dan perencanaan pajak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap praktik manajemen laba.
7	Cahyani (2016)	Pengaruh Manajemen Laba Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel Dependen: Agresivitas Pajak Variabel Independen: Manajemen laba, <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
8	Agustina (2016)	Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak dan Manajemen Laba terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility	Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen: Agresivitas Pajak, Manajemen Laba	Hasil penelitian membuktikan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR sedangkan manajemen laba tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR.
9	Putra (2021) Vol : 1	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada perusahaan LQ 45 di BEI	Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Independen: Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa asimetri informasi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

		Periode 2013 - 2017		
10	Aditama; Purwaningsih (2013) Vol : 26	Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan nonmanufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Independen: Perencanaan Pajak	Perencanaan pajak ternyata tidak berpengaruh positif terhadap manajemen Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
11	Kalbuana, Suryati dan Pertiwi (2022) Vol : 6 (Internasional)	Effect of Company Age, Audit Quality, Leverage and Profitability on Earnings Management	Variabel Dependen: Earnings Management Variabel Independen: Company Age, Audit Quality, Leverage and Profitability	This research showed that company age had a significant positive impact on earnings management, audit quality had a significant negative impact on earnings management, leverage had no significant impact on earnings management and profitability had a positive impact on earnings management.
12	Samanto; Pitaloka (2020) Vol : 4 (Internasional)	Analysis on the Influence of Tax Planning and Deferred Tax Burden on Profit Management (Study Case in The Manufacturing Company Listed on Indonesia Stock Exchange	Variabel Dependen: Profit Management Variabel Independen: Tax Planning and Deferred Tax Burden	tax planning has a positive effect on profit management while deferred tax has no significant effect on partial profit management. The simultaneous tax and deferred tax planning is a positive effect on profit management.

		Year 2014 – 2018)		
13	Roni; Nadhifah (2022) Vol : 1 (Internasional)	The Effect of Tax Planning On Profit Management In Listed Companies In Jakarta Islamic Index Period 2016-2018	Variabel Dependen: Profit Management Variabel Independen: Tax Planning	Tax planning has a positive effect on earnings management, the higher the tax planning, the greater the opportunity for the company to be involved in earnings management, and vice versa, although the effect is weak, it means that there are many other factors that determine the occurrence of earnings management.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh *tax planning*, ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel independent yaitu *tax planning* (X_1), ukuran perusahaan (X_2). Sedangkan satu variabel dependen yaitu, manajemen laba (Y). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat di gambarkan sebagai berikut:



2.3 Hipotesis Penelitian

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh *Tax planning* terhadap Manajemen Laba

Tax planning merupakan salah satu insentif pajak yang mempengaruhi manajer perusahaan untuk melakukan manajemen laba (Astutik, 2016). Pada umumnya, *tax planning* merujuk kepada proses merencanakan transaksi wajib pajak agar pajak berada dalam jumlah yang minimal, tetapi masih dalam bingkai peraturan perpajakan. Jadi dengan melakukan perencanaan pajak, perusahaan dapat memperkecil jumlah laba perusahaan untuk dapat memperoleh keuntungan lebih besar tanpa melakukan pelanggaran terhadap UU perpajakan yang berlaku.

Teori agensi erat kaitannya dengan perencanaan pajak atau *tax planning*, karena teori agensi atau teori keagenan menjelaskan hubungan antara stakeholder dan manajemen perusahaan, dimana kedua pihak saling bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu keuntungan.

Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan bahwa perencanaan pajak memiliki hubungan erat dengan manajemen laba. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2012); Khotimah (2014); Astutik (2016) menyatakan bahwa *tax planning* memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Santana; Wirakusuma (2016) bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh positif, semakin tinggi perencanaan pajak maka semakin besar peluang perusahaan melakukan praktek manajemen laba. maka hipotesis yang pertama yaitu:

H₁: *Tax planning* Berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba.

2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Menurut Sosiawan (2012) ukuran perusahaan, indikator perusahaan besar dilihat dari bagaimana pertumbuhan perusahaan ke arah yang positif, dimana perusahaan seperti ini akan lebih menarik di mata para investor. Perusahaan kecil lebih memiliki peluang melakukan tindakan manajemen laba dengan tujuan untuk memperlihatkan kinerja baik perusahaan yang secara tidak langsung membantu meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan pada perusahaan besar, peluang untuk melakukan manajemen laba akan semakin kecil karena dalam melakukan pelaporan keuangan akan sangat hati-hati, lebih mengutamakan kepercayaan Masyarakat (Ikbal Taufik Ramadhan, 2022).

Teori agensi erat kaitannya dengan ukuran perusahaan karena teori agensi atau teori keagenan menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil.

Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan erat dengan manajemen laba. Dalam penelitian yang dilakukan Ali *et al* (2015) bahwa ada hubungan positif ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Amelia; Hermawati (2016) mengakatan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba dan mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan baik kecil maupun perusahaan besar berpotensi melakukan praktik manajemen laba. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang kedua yaitu:

H₂: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba.