PENGARUH *LEVERAGE*, PERGANTIAN *CEO* DAN MOTIVASI PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA

Chandra Yuliana
PT. New Armada – Magelang

ABSTRACT

The purpose of this research is to test empirically the influence of leverage, turnover of CEO and tax motivation to earnings management, based on its discretionary accruals value. The sample of this research is listed manufacturing firms for the period 2004-2008 with 5 different subsectors. Statistical analysis method used in this research is logistic regression with binary logistic model. The result shows leverage does not have significant influence to earnings management while the turnovers of CEO and tax motivation have significant influence to earnings management.

***Keywords**: Earnings Management, Leverage, CEO, Tax*

PENDAHULUAN

Penilaian keberhasilan manajemen dalam mengelola suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan salah satu media komunikasi yang menghubungkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Laporan keuangan digunakan oleh pihak-pihak berkepentingan untuk mengetahui keberadaan manajemen dalam mengelola perusahaan. Dalam suatu laporan keuangan, bagian yang sering digunakan untuk melihat keberhasilan kinerja dari manajemen adalah profitabilitas perusahaan tersebut.

Menurut SFAC No 1, informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir kekuatan laba perusahaan di masa yang akan datang. Adanya kecenderungan lebih memperhatikan laba ini disadari oleh manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan informasi tersebut, sehingga mendorong timbulnya perilaku menyimpang yang salah satu bentuknya adalah manajemen laba.

Manajemen laba menjadi penyebab berkurangnya kredibilitas laporan keuangan karena dapat menambah bias dalam laporan keuangan yang mungkin dapat menyesatkan pemakai laporan keuangan. Fleksibilitas yang dimiliki manajemen dalam menyusun laporan keuangan memberikan celah bagi manajemen untuk melakukan praktek manajemen laba melalui kebebasan yang diberikan kepada mereka dalam memilih atau mengubah metode akuntansi sehingga memungkinkan dicatatnya suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda-beda. Ditambah pula dengan kenyataan adanya asimetri informasi yang memungkinkan pihak internal mempunyai informasi lebih banyak dibandingkan dengan pihak eksternal sehingga mempermudah langkah manajemen dalam melakukan praktek manajemen laba.

Menurut Watts dan Zimmerman sebagaimana dikutip Sugiri dalam Widyaningdyah (2001) mengemukakan beberapa faktor yang memotivasi terjadinya manajemen laba yaitu motivasi pajak, pergantian *CEO* dan *Initial Public Offering*. Sedangkan faktor-faktor lain yang diidentifikasi oleh Dechow et. al dalam Widyaningdyah (2001) adalah permintaan akan pembiayaan eksternal, perdagangan internal, hutang, bonus dan struktur pemerintahan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 3 faktor, yaitu *financial leverage*, pergantian *CEO* dan motivasi pajak. *Leverage* digunakan sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini karena *leverage* merupakan proksi yang dapat digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang dikemukakan Dechow et al. dalam Widyaningdyah (2001). Sedangkan motivasi pajak dan pergantian *CEO* merupakan faktor yang dapat memotivasi terjadinya manajemen laba menurut Wulandari (2004) dan Tanumiharjo (2006).

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan

Konsep teori keagenan adalah hubungan antara prinsipal dan agen (Widyaningdyah 2001). Prinsipal mempekerjakan agen untuk melakukan tugas untuk kepentingan prinsipal, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari prinsipal kepada agen. Pada perusahaan yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai prinsipal sedangkan *CEO* bertindak sebagai agen mereka. Pemegang saham mempekerjakan *CEO* untuk bertindak sesuai dengan kepentingan mereka.

Teori keagenan memiliki asumsi bahwa masing-masing individu termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Pihak prinsipal termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Agen termotivasi untuk memaksimalkan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman maupun kontrak kompensasi. Konflik kepentingan semakin meningkat karena prinsipal tidak dapat memonitor aktivitas *CEO* sehari-hari untuk memastikan bahwa *CEO* bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham. Kondisi ini ditambah lagi dengan adanya asimetri informasi karena agen mempunyai informasi yang lebih banyak dibandingkan pemegang saham tentang kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan. Adanya konflik kepentingan dan asimetri informasi antara agen dan prinsipal menyebabkan agen terdorong untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada prinsipal, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan kinerja agen.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Watts dan Zimmerman dalam Widyaningdyah (2001) secara empiris membuktikan bahwa hubungan prinsipal dan agen sering ditentukan oleh angka akuntansi. Hal ini memacu agen untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya. Salah satu tindakan agen tersebut adalah yang disebut sebagai manajemen laba.

Ada beberapa hal yang memotivasi manajer untuk melakukan manajemen laba, yaitu 1) motivasi bonus, manajer berusaha agar laba yang ditargetkan dapat dicapai dalam pelaksanaannya. 2) motivasi kontraktual, misalnya untuk memperbesar bonus yang akan diterima atau untuk mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran perjanjian dalam kontrak hutang. 3) motivasi yang bersifat politik, misalnya menghindari kebijakan atau regulasi tertentu. 4) motivasi pergantian *CEO*, misalnya untuk menghindari peng-

gantian *CEO* karena kinerja yang dianggap buruk. 5) penawaran saham perdana pada publik *(Initial Public Offerings)*. 6) motivasi pajak, misalnya untuk menghidari pajak penghasilan dengan meminimalkan laba agar pajak yang dibayarkan juga rendah.

Kebijakan Akuntansi Akrual

Kebijakan akuntansi akrual diterapkan melalui perlakuan transaksi yang berkaitan dengan laba yang mendekati nilai ekspektasi yang diharapkan oleh manajemen perusahaan. Penggunaan basis akrual akan memungkinkan tercapainya *matching concept* dan *matching principle* yaitu konsep akuntansi yang mendukung pelaporan pendapatan dan beban yang berhubungan pada periode yang sama. Menurut konsep ini, laporan laba rugi akan menghasilkan laba atau rugi pada satu periode.

Selain itu, laporan keuangan disusun mengacu kepada dasar akrual. Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) mengharuskan untuk menggunakan basis akrual. Transaksi berupa pendapatan diakui saat dihasilkan dan beban diakui pada saat dikeluarkan tanpa memperdulikan aliran kas keluar yang terjadi (Gumanti, 2001). Salah satu cara untuk memanipulasi laba adalah dengan menggunakan rekayasa pada kebijakan akuntansi yang berkaitan dengan akrual. Total akrual itu sendiri terdiri dari *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals* (Healy, De Angelo dalam Gumanti, 2001). *Discretionary accruals* adalah pengakuan akrual laba atau beban yang bebas tidak diatur dan merupakan pilihan kebijakan manajemen. Sedangkan *non discretionary accruals* merupakan akrual yang wajar, yang apabila dilanggar akan mempengaruhi kualitas laporan keuangan menjadi tidak wajar. Dalam penelitian manajemen laba, yang dibahas adalah *discretionary accruals* yang merupakan akrual yang tidak normal yang merupakan pilihan kebijakan manajemen dalam pemilihan metode akuntansi (Tanumihardjo, 2006).

Leverage

Leverage yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan antara hutang dan aktiva yang menunjukkan berapa bagian aktiva yang digunakan untuk menjamin hutang. Ukuran ini berhubungan dengan keberadaan dan ketat tidaknya suatu persetujuan hutang. Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* tinggi akibat besarnya jumlah hutang dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan, diduga melakukan manajemen laba karena perusahaan terancam tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran hutang pada waktunya.

Leverage dapat diukur menggunakan analisa rasio *leverage* yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang. Penggunaan *leverage* mengandung beberapa implikasi. Pertama, para kreditur akan melihat modal perusahaan, atau dana yang disediakan penanam modal untuk menentukan besarnya batas marjin yang aman. Jika para penanam modal hanya menyediakan sebagian kecil dari seluruh pembiayaan, maka resiko perusahaan ditanggung terutama oleh para kreditur. Kedua, mencari dana dari hutang, para pemilik modal memperoleh manfaat mempertahankan kendali perusahaan dengan investasi terbatas. Pada kasus dimana aktiva memberikan pengembalian hasil lebih daripada biaya hutang, maka *leverage* lebih menguntungkan, sedangkan sebaliknya, *leverage* merugikan.

Mengukur *leverage* berarti mengukur efisiensi penggunaan dana suatu perusahaan. Widyaningdyah (2001) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *leverage* merupakan salah satu proksi yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh hutang terhadap perilaku manajemen laba.

CEO dan Pergantian *CEO*

CEO adalah eksekutif yang berada di puncak perusahaan yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan dan keberhasilan suatu perusahaan. Mereka memegang jabatan sebagai ketua dewan perusahaan, direktur utama perusahaan, wakil presiden senior, wakil pelaksana dan wakil presiden. Di Indonesia *CEO* disebut juga sebagai presiden direktur atau pimpinan tertinggi dalam manajemen perusahaan. Apabila suatu perusahaan merupakan unit bisnis strategis, maka orang yang mengepalai unit ini merupakan manajer puncak. Masa jabatan *CEO* dalam tiap-tiap perusahaan tidak ditentukan berdasarkan batasan tertentu namun *CEO* dipilih berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang biasanya dilakukan tiap tahun, apabila pemegang saham menganggap kinerja dari *CEO* tersebut baik maka RUPS akan memutuskan perpanjangan masa jabatan *CEO*, namun apabila pemegang saham merasa kinerja dari *CEO* tersebut kurang baik, maka pemegang saham dapat memecat *CEO* melalui RUPS tahunan.

Dalam konteks *CEO* dan hubungannya dengan manajemen laba, hal ini dilihat berdasarkan teori keagenan bahwa *CEO* merupakan agen dari prinsipal yang dalam hal ini adalah pemegang saham. Dimana agen bertugas untuk bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham. Pergantian *CEO* dapat terjadi jika pihak pemegang saham tidak puas dengan hasil kerja *CEO*. Oleh karena itu banyak dari *CEO* perusahaan yang menggunakan segala cara untuk mempertahankan posisi jabatannya. Laporan keuangan adalah salah satu cara yang dapat dimanfaatkan oleh *CEO* untuk mempertahankan jabatannya. Dan tindakan manajemen laba memungkinkan untuk melakukan pertahanan jabatan *CEO* tersebut. Disamping itu, terjadinya pergantian *CEO* lama ke *CEO* baru juga memungkinkan terjadinya tindakan manajemen laba. Setelah pergantian, *CEO* baru akan melakukan tindakan untuk memperoleh kesan baik di mata pemegang saham dengan cara melakukan *taking a bath* dimana *CEO* baru akan menggeser biaya yang mungkin timbul di masa yang akan datang ke tahun dimana terjadi pergantian *CEO* sehingga dimungkinkan pada perioda berikutnya ketika *CEO* baru itu bertugas, laba yang diperoleh pun akan menjadi besar dan pemegang saham akan beranggapan bahwa *CEO* baru memiliki kinerja yang baik. Penelitian ini didasari oleh Watt dan Zimmerman yang dikutip Sugiri dalam Widyaningdyah (2001) yang mengemukakan bahwa ada tidaknya pergantian *CEO* merupakan salah satu faktor yang memotivasi terjadinya manajemen laba.

Pajak

Pajak merupakan pungutan resmi oleh pemerintah berdasarkan undang-undang Zain (2003). Sedangkan pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang dihasilkan atas keuntungan dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan setiap periodenya. Pajak diasumsikan sebagai biaya yang sangat mempengaruhi perusahaan dalam hubungannya dengan laba. Secara ekonomis, pajak merupakan unsur pengurang laba yang tersedia bagi perusahaan.

Pajak merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri oleh perusahaan. Sepanjang perusahaan itu memenuhi syarat sebagai wajib pajak maka perusahaan wajib melaksanakan tugasnya dalam membayar pajak. Tiap perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Bagi perusahaan, pajak yang harus dibayarkan adalah sebagi beban. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengurangi beban atas pajak yang harus dibayarkan.

Upaya dalam melakukan penghematan pajak dapat dilakukan melalui manaje-

men pajak. Namun legalitas manajemen pajak tergantung dari instrumen yang dipakai. Secara umum definisi manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan (Lumbantoruan dalam Suandy, 2006). Perusahaan seringkali ingin meminimalkan biaya pengeluaran untuk pajaknya, hal itu dikarenakan dengan pajak yang rendah, maka modal perusahaan untuk melakukan aktivitasnya menjadi semakin besar. Hal itulah yang menjadi motivasi perusahaan untuk meminimalkan pajak.

Penelitian terdahulu oleh Widyaningdyah (2001) tentang analisis faktor yang mempengaruhi manajemen laba menunjukkan bahwa motivasi hutang yang salah satu proksinya adalah *leverage* merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan penelitian mengenai *CEO* pernah dilakukan oleh Watts and Zimmerman dalam Widyaningdyah (2001) dan Tanumihardjo (2006) yang mengungkapkan bahwa faktor pergantian *CEO* merupakan salah satu faktor yang dapat memotivasi terjadinya manajemen laba pada perusahaan. Sedangkan Wulandari, dkk (2004) dalam penelitiannya mengenai indikasi manajemen laba menjelang UU Perpajakan tahun 2000 menunjukkan adanya praktek manajemen laba karena perubahan UU tersebut. Perusahaan besar berusaha untuk memaksimumkan nilai perusahaannya dengan meminimumkan beban pajak mereka. Hal itu diperkuat dengan pernyataan Watts dan Zimmerman sebagaimana dikutip dalam Widyaningsih (2001) yang mengemukakan bahwa salah satu faktor yang memotivasi terjadinya manajemen laba adalah motivasi pajak. Selain itu, hasil penelitian dari Guenther yang dikutip oleh Handoko (2006) menyelidiki apakah perubahan tarif pajak 1986 *(tax reform act 1986/TRA)* yang diturunkan dari 46% menjadi 34% yang diumumkan pada September 1986 dan berlaku mulai 1 Juli 1987, telah memotivasi terjadinya manajemen pendapatan di perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat, dan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa perusahaan besar berusaha untuk memaksimumkan nilai perusahaannya dengan meminimumkan beban pajak mereka. Berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian-penelitian terdahulu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba

H_2 : Pergantian *CEO* berpengaruh terhadap manajemen laba.

H_3 : Motivasi pajak berpengaruh terhadap manajemen laba

METODA PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari laporan keuangan perusahaan manufaktur *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan meliputi laba usaha, aliran kas dari aktivitas operasi, penjualan , total aktiva, total hutang, beban pajak penghasilan kini serta nama-nama *CEO* (direktur utama) pada perusahaan-perusahaan tersebut.

Metoda pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data adalah dengan cara dokumentasi, yaitu mengumpulkan data kemudian mencatat data-data yang relevan dengan penelitian ini. Sarana yang digunakan dalam pendokumentasian data adalah laporan keuangan serta data relevan lainnya yang diperoleh di *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)* serta data *online* dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang memiliki karakteristik yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, sehingga data yang diperoleh lebih memili-

ki variasi dalam komponennya. Dalam hal ini perusahaan yang digunakan adalah perusahaan yang termasuk dalam sektor *food and beverages, tobacco manufactures, cable, pharmaceuticals,* dan *cement* yang memenuhi kriteria tertentu. Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metoda *purposive sampling*, dimana sampel perusahaan yang terpilih didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut: 1) Perusahaan termasuk perusahaan yang sudah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama perioda 2004 sampai 2008. 2) Perusahaan bergerak dalam bidang *food and beverages, tobacco manufactures, cable, pharmaceuticals,* dan *cement.* Data yang dibutuhkan dalam penelitian tersedia berturut-turut untuk perioda pelaporan tahun 2004 sampai 2008. Berdasarkan observasi pada periode tahun 2004 sampai dengan 2008, perusahaan terbukti terindikasi terjadinya manajemen laba selama 3 tahun atau lebih setelah dilakukan penghitungan nilai *discretionary accruals* untuk mendeteksi adanya manajemen laba.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba yang diukur dengan proksi *discretionary accruals (DA)* yaitu nilai akrual yang dapat diatur oleh manajemen sehingga dapat mempengaruhi nilai laba yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan. Penggunaan *discretionary accruals* sebagai proksi untuk menghitung manajemen laba mengacu pada penelitian Friedlan dalam Gumanti (2001). Model ini telah digunakan secara luas untuk menguji hipotesis manajemen laba. Model yang digunakan untuk menghitung *DA* adalah sebagai berikut:

$$DA_{pt} = (TA_{pt}/SALE_{pt}) - (TA_{pd}/SALE_{pd})$$

Dimana:

DApt = *Discretionary accruals* pada periode tes
TApt = *Total accruals* periode tes
TApd = *Total accruals* periode dasar
$SALE_{pd}$ = Penjualan pada periode dasar
$SALE_{pt}$ = Penjualan pada periode tes

$$TA_t = Ni_t - CFO_t$$

Dimana:

TA_t = *Total Accruals* pada periode t
Ni_t = Laba usaha pada periode t
CFO_t = Aliran kas dari aktivitas operasi pada periode t

Indikasi adanya manajemen laba dapat diketahui dari nilai *discretionary accruals (DA)* yang positif. Sedangkan nilai *discretionary accruals* yang negatif menandakan bahwa tidak ada indikasi perusahaan tersebut melakukan manajemen laba dengan menaikkan laba (Gumanti, 2001).

Sedangkan pengukuran datanya menggunakan skala nominal. Jika terdetksi adanya manajemen laba diberi nilai 1 sedangkan jika tidak terdeteksi adanya manajemen laba diberi nilai 0.

Variabel *leverage* dihitung dengan menggunakan rasio total hutang terhadap total aktiva yang dihasilkan oleh perusahaan. Analisa rasio *leverage* mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Lev = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Jika rasio *leverage* perusahaan diatas atau sama dengan 0,6 menunjukkan bahwa tingkat *leverage* perusahaan tinggi dan jika rasio *leverage* dibawah 0,6 menunjukkan bahwa tingkat *leverage* rendah (Tanumihardjo, 2006).

Skala pengukuran untuk *leverage* menggunakan skala nominal karena berdasarkan penjelasan di atas, terdapat dua pilihan jawaban yang diperoleh dari analisis rasio *leverage*. Jika rasio *leverage*

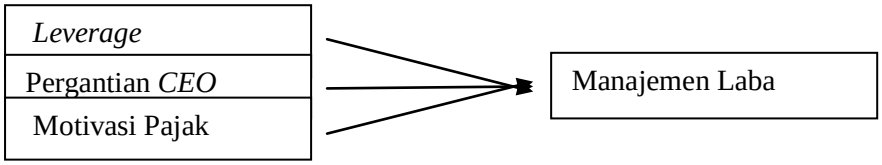
≥ 0,6 maka diberi angka 1. Sedangkan nilai *leverage* < maka 0,6 diberi angka 0.

Variabel pergantian *ceo* dihitung dengan perbandingan antara *CEO* periode yang lalu dengan *CEO* periode sekarang. Variabel ini merupakan variabel *dummy*, dimana skala pengukuran datanya menggunakan skala nominal karena terdapat dua pilihan jawaban yaitu terjadi pergantian *CEO* atau tidak. Dimana skala tersebut dilihat berdasarkan kriteria: jika terjadi pergantian *CEO* maka diberi nilai 1 dan jika tidak terjadi pergantian *CEO* maka diberi nilai 0

Salah satu faktor yang memotivasi manajemen laba adalah pajak (Watt dan Zimmerman yang dikutip dalam Widyanigdyah (2001). Variabel motivasi pajak ini dihitung dengan melihat naik turunnya angka pajak kini pada periode tes dibandingkan dengan angka pajak kini sebelum periode tes. Variabel ini menggunakan skala nominal, dimana skala nominal ini dilihat berdasarkan kriteria, jika angka pajak kini pada periode tes mengalami kenaikan maka diberi nilai 1 dan jika angka pajak kini pada periode tes mengalami penurunan maka diberi nilai 0

Model Penelitian

Model penelitian dapat diuraikan melalui hubungan antar variabel sebagai berikut:



Penelitian betujuan untuk menguji pengaruh *leverage*, pergantian *CEO* serta motivasi pajak terhadap manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan.

Uji Hipotesis menggunakan *logistic regression* model *binary logistic*, yaitu metode statistik regresi non linear yang bertujuan untuk memprediksi besar variabel tergantung yang berupa sebuah variabel *binary* dengan menggunakan data variabel bebas (Santoso, 2000). Variabel *binary* adalah data jenis nominal dengan dua kriteria saja, contoh: gagal-sukses. Pemilihan metode ini digunakan karena data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat non parametik serta variabel dependen bersifat *dichotomus* (memiliki dua nilai), contohnya ya dan tidak, sukses atau gagal (Ghozali, 2001). Yang dimaksud dengan non parametrik adalah bahwa distribusi populasinya tidak harus merupakan distribusi normal sehingga tidak diperlukan uji asumsi klasik untuk pengujian model (Johnson and Bhattacharyya dalam Tanumihardjo, 2006).

Model regresi *binary* ini diuji kelayakannya untuk dipakai sebagai analisis selanjutnya. Model regresi yang layak digunakan untuk analisa selanjutnya di masa depan ditandai dengan tidak adanya perbedaan yang nyata antara model dengan data (model yang dihipotesiskan fit dengan data). Sedangkan adanya perbedaan yang nyata antara model dengan data yang diamati menandakan bahwa model tidak layak digunakan untuk analisa selanjutnya. Model ini duji berdasarkan tabel *Hosmer and Lemeshow* test.

Uji Keseluruhan Model *(Overall model fit)* ini bertujuan untuk menguji seberapa cocok model dengan data yang ada. Menilai model fit dapat dilihat dengan nilai statistik -2LogL. Penilaian ini dilaku-

kan dengan memperhatikan angka -2LogL pada awal, yaitu tanpa variabel dan hanya konstanta, dengan angka -2LogL pada akhir, yaitu setelah dimasukkannya variabel. Apabila terdapat penurunan pada nilai -2LogL, maka hal ini menunjukkan adanya perbaikan model regresi setelah adanya penambahan variabel.

HASIL PENELITIAN

Data yang berhasil dikumpulkan berdasarkan *purposive sampling* adalah sebesar 25 perusahaan dan masa penelitian yang digunakan adalah 5 tahun, sehingga total data yang diobservasi adalah 125 perusahaan.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DA	125	0,00	1,00	0,7040	0,45833
Lev	125	0,00	1,00	0,3120	0,46517
CEO	125	0,00	1,00	0,1760	0,38235
Pajak	125	0,00	1,00	0,7600	0,42880

Pengolahan data yang ada dilakukan dengan analisis regresi logistik menggunakan model binari logistik. Hal ini dilakukan karena sifat variabel dependen yang *dichotomus.* Pengujian menggunakan regresi logistik dilakukan dengan tahap berikut:

Kelayakan model regresi *binary* dilihat berdasarkan tabel *Hosmer and Lemeshow*. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dihipotesiskan fit dengan data. Berdasarkan *Hosmer and Lemeshow test* diperoleh nilai *chi-square*, 0,653 dan signifikansi 0,884. Nilai tersebut berada jauh di atas nilai 0.05, dengan hal ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada perbedaan yang nyata antara model dengan data (model yang dihipotesiskan fit dengan data), sehingga model dapat diterima.

Pengujian keseluruhan model dilakukan dengan melihat output dari regresi logistik, pada nilai -2LogL pada tabel sebelum dimasukkan variabel dan pada tabel setelah dimasukkan variabel. Hasil uji model keseluruhan, diketahuyi bahwa nilai -2LogL pada awal sebelum dimasukkan variabel (hanya konstanta) adalah 151.859, sedangkan nilai -2LogL setelah mendapat masukkan tiga variabel berubah turun menjadi 142.716. Dimana hal ini menunjukkan selisih kedua -2LogL sebesar 9.143 (151.859-142.716) dengan df 3(125-122) maka angka ini signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa penambahan variabel independen dapat memperbaiki model regresi yang ada.

Pengujian koefisien regresi dilakukan untuk menguji hipotesis yang ada dengan melihat kolom signifikansi yang ada pada kolom regresi. Tebel 2 menyajikan hasil regresi logistik.

Tabel 2
Hasil Regresi Logistik

Variabel	Sig.
Leverage	0,902
CEO	0,047
Pajak	0,040

Berdasarkan tabel 2, nilai signifikansi variabel *leverage* menunjukkan angka 0.902. Angka tersebut berada di atas 0.05, maka *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.Variabel pergantian *CEO* menunjukkan nilai signifikansi 0.047. Dimana nilai itu lebih kecil dari 0.05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pergantian *CEO* mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.

Pengujian variabel motivasi pajak digunakan dengan menggunakan nilai pajak kini perusahaan tahun t dan t-1. Berdasarkan tabel 2, hasil output yang diperoleh, nilai signifikansi variabel pajak menunjukkan angka 0.040 yang lebih kecil dari nilai 0.05. Hasil menunjukkan bahwa motivasi pajak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan, terdapat dua variabel independen yang berpengaruh terhadap manajemen laba, yaitu variabel pergantian *CEO* dan variabel motivasi pajak, sedangkan variabel *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba. Tidak adanya pengaruh dari *leverage* dikarenakan tingkat *leverage* perusahaan manufaktur Indonesia pada periode 2004 sampai 2008 cenderung rendah (dibawah 0.6), hal itu berarti jumlah total hutang yang dimiliki perusahaan untuk membiayai perusahaannya terhitung kecil. Perusahaan tidak terlalu mengandalkan hutang untuk melakukan aktivitasnya. Selain itu, tidak berpengaruhnya variabel *leverage* terhadap manajemen laba juga dapat disebabkan karena kondisi perusahaan saat itu tidak terancam *default*, dimana perusahaan dapat melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Sehingga tindakan manajemen laba tidak dilakukan oleh manajemen perusahaan.

Selanjutnya hasil olah data pada varibel kedua yaitu pergantian *CEO* menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen manajemen laba. Hal ini sesuai dengan pernyataan Watts dan Zimmerman dalam Sugiri (1998) bahwa variabel pergantian *CEO* merupakan salah satu variabel yang dapat memotivasi terjadinya manajemen laba. Selain itu hal ini juga sesuai dengan teori keagenan dimana berdasarkan penelitian sebelumnya, secara empiris hubungan prinsipal dan agen ditentukan oleh angka akuntansi. Angka inilah yang memacu agen, yaitu *CEO* untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya. Dimana salah satu hal yang dapat dilakukan oleh agen adalah manajemen laba. Tindakan manajemen laba ini dilakukan oleh *CEO* guna memenuhi apa yang dikehendaki oleh prinsipal (pemegang saham), tindakan ini sekaligus untuk mempertahankan jabatannya karena para prinsipal atau pemegang saham cenderung menilai kinerja *CEO* dari laba yang dihasilkan. Apabila laba yang dihasilkan baik, maka prinsipal akan mempertahankan *CEO* sebagai agennya.

Variabel ketiga yang diuji adalah motivasi pajak, dimana variabel ini diukur dengan kenaikan ataupun penurunan yang terjadi pada nilai pajak kini perusahaan dilihat dari tahun sebelumnya. Berdasarkan nilai signifikansi dari variabel ini, variabel pajak ini terbukti berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pajak terhadap manajemen laba pada waktu menjelang diberlakukannya undang-undang perpajakan yang baru. Penelitian kali ini menunjukkan bahwa sekalipun tidak berada pada kondisi menjelang diberlakukannya undang-undang perpajakan yang baru, namun variabel pajak masih tetap berpengaruh terhadap manajemen laba. Perusahaan masih memanfaatkan

kelonggaran yang ada pada sektor pajak untuk melakukan tindakan manajemen laba.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untk menguji pengaruh *leverage,* pergantian *CEO* serta motivasi pajak terhadap manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen dilihat berdasarkan nilai *discretionary accruals*-nya. Penelitian ini dilakukan dengan sampel perusahaan manufaktur yang *go public* dengan 5 sub sektor yang berbeda selama tahun 2004 sampai dengan tahun 2008. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pergantian CEO dan motivasi pajak berpengaruh pengaruh terhadap manajemen laba sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disaran bahwa, meskipun peraturan perpajakan yang ada saat ini sudah cukup ketat, namun perlu tetap diwaspadai adanya tindakan manajemen laba melalui sektor ini, pemerintah hendaknya lebih meningkatkan lagi pengawasan dalam sektor ini. Selain itu para pemegang saham pun harus tetap memperhatikan akan kemungkinan terjadinya manajemen laba yang mungkin dilakukan oleh manajemen agar tidak terjebak dalam pengambilan keputusan baik untuk melakukan investasi, pinjaman ataupun pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemegang saham.

DAFTAR REFERENSI

Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gumanti, T. A. 2000. "Earnings Management: Suatu Telaah Pustaka". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan,* 2 (2): 104-115.

Gumanti, T. A. 2001. "Earnings Management dalam Penawaran Saham Perdana di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 4 (2): 165-183.

Handoko, J. 2006. Analisis atas Hubungan Motivasi Pergantian CEO dan Motivasi Pajak Penghasilan terhadap Earnings Management pada industri manufaktur Food and Beverages. *Skripsi*. Universitas Kristen Petra Surabaya. Tidak dipulikasikan.

Hartono, Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.

Indonesian Capital Market Directory. 2004

Indonesian Capital Market Directory. 2005

Indonesian Capital Market Directory. 2006

Indonesian Capital Market Directory. 2007

Santoso, S. 2000. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.

Suandy, E. 2006. *Perencanaan Pajak* (edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.

Tanumihardjo, D. A. 2006. Analisis atas Hubungan Leverage dan Pergantian CEO terhadap Earnings Management pada Industri Tekstil, (http://puslit.petra.ac.id/02102, diakses 27 Agustus 2009).

Widyaningdyah, A. U. 2001. "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Earnings Management pada Perusahaan Go Public di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan,* 3(2).

Wulandari, D, 2004. Indikasi Manajemen Laba Menjelang Undang-Undang Perpajakan 2000 pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *SNA VII Denpasar Bali*.

Zain, M. 2007. *Manajemen Perpajakan* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.