

# AKRUAL

Jurnal Akuntansi

<http://fe.unesa.ac.id/ojs/index.php/akrl>

---

## MANAJEMEN LABA DALAM PRAKTIK MANAJEMEN IMPRESI PADA PERUSAHAAN BUMN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012-2014

**Amanta Zain**

Jurusan S1-Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email :[amanta.zain13@gmail.com](mailto:amanta.zain13@gmail.com)

### *Abstract*

*This study aimed to examine the effect of earnings management on impression management in the Management Discussion and Analysis (MD&A) that is focused on the financial performance analysis. Earnings management is measured using discretionary accruals and impression management is measured using an index that includes self-serving attribution and accounting explanation bias. This study uses the firm's size and liquidity ratio (current ratio) as control variables that are considered relevant and have interaction with the independent variables and the dependent variable was tested in this study. Samples were obtained from annual reports of state-owned enterprises listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2012 to 2014. The results showed that earnings management does not have a significant influence on the management of state-owned enterprises impression. However, the control variables firm's size and liquidity ratio (current ratio) was shown to significantly affect the management of state-owned enterprises impression.*

**Keywords:** *Earnings Management, Impression Management, State-owned Enterprises*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba terhadap manajemen impresi pada bagian Analisis dan Pembahasan Manajemen (MD&A) yang difokuskan pada analisis kinerja keuangan. Manajemen laba diukur menggunakan akrual diskresioner dan manajemen impresi diukur menggunakan indeks yang mencakup atribusi *self-serving* dan bias penjelasan akuntansi. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan dan rasio likuiditas (*current ratio*) sebagai variabel kontrol yang dianggap relevan dan memiliki hubungan interaksi dengan variabel independen dan variabel dependen yang diuji dalam penelitian ini. Sampel penelitian diperoleh dari laporan tahunan perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI selama periode 2012 sampai dengan 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen impresi perusahaan BUMN. Akan tetapi, variabel kontrol ukuran perusahaan dan rasio likuiditas (*current ratio*) terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap manajemen impresi perusahaan BUMN.

**Kata kunci:** Manajemen Laba, Manajemen Impresi, Perusahaan BUMN

## PENDAHULUAN

Pengungkapan informasi perusahaan oleh pihak manajemen dalam akuntansi, sering diyakini mencerminkan perilaku oportunistik manajer dalam mengeksploitasi asimetri informasi diantara manajer dan pengguna eksternal dengan pelaporan yang telah dimanipulasi (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Salah satu bentuk perilaku oportunistik yang sering dilakukan adalah manajemen impresi. Subramanian, *et al.*, (1993) mengungkapkan, penggunaan manajemen impresi oleh manajer dalam naratif laporan keuangan bertujuan untuk memberikan kesan positif atas kinerja perusahaan dan manajerial. Kinerja manajemen tidak dapat diamati secara langsung, sehingga penyedia keuangan harus mendasarkan evaluasi mereka pada upaya manajemen dan kinerja. Bentuk evaluasi manajemen dan kinerja setidaknya tercatat pada laporan yang telah disiapkan oleh manajer sendiri. Hal ini dapat dimanfaatkan pihak manajemen untuk mendistorsi persepsi pihak ketiga baik langsung, dengan memanipulasi laporan keuangan (laba khususnya) atau tidak langsung, memanipulasi komunikasi perusahaan lain untuk meningkatkan persepsi perusahaan dan manajerial kinerja atau setidaknya, untuk meminimalkan dampak dari berita negatif.

Manajemen impresi merupakan bidang studi dalam psikologi sosial yang mempelajari bagaimana individu mempresentasikan diri sendiri kepada orang lain agar dinilai memiliki kualitas baik (Hooghiemstra, 2000), sehingga baik individu maupun organisasi dapat mencoba untuk memberikan informasi dalam upaya memanipulasi penilaian pengguna laporan keuangan (Yuthas, *et al.*, 2002). Manajemen impresi dianggap sebagai salah satu manifestasi dari masalah keagenan karena digunakan sebagai alat bagi manajer untuk mengelola presentasi diri di depan pemakai laporan keuangan.

Manajemen dapat melakukan peningkatan kualitas perusahaan melalui informasi dalam pengungkapan naratif laporan keuangan. Perusahaan diharapkan lebih transparan mengungkapkan informasi keuangan perusahaannya, sehingga membantu para pengambil keputusan seperti investor, kreditor, dan pemakai informasi lainnya dalam mengantisipasi kondisi ekonomi yang semakin berubah. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan tentunya juga akan mempengaruhi keputusan investor menanamkan modalnya (Nurjanah dan Marsono, 2013).

Penjelasan atau informasi yang dipaparkan oleh manajer dipandang sangat berguna bagi investor karena berisi berbagai informasi penjabar atas laporan keuangan perusahaan. Manajer diharapkan mengambil keputusan berdasarkan kepentingan terbaik pemilik. Namun mereka dapat mengambil tindakan untuk memaksimalkan utilitasnya karena mereka memiliki kemampuan mengakses informasi lebih besar dari pemilik. Hal seperti ini menyebabkan masalah asimetri informasi. Sebagai contoh, manajer dapat mencoba untuk menyembunyikan memburuknya kinerja perusahaan dalam laporan mereka, sehingga memperoleh kompensasi yang lebih tinggi atau menghindari pelanggaran perjanjian utang.

Manajer memiliki fleksibilitas untuk memilih diantara beberapa alternatif untuk beradaptasi terhadap situasi ekonomi dan menggambarkan konsekuensi ekonomi dari transaksi yang ada. Fleksibilitas yang dimiliki oleh para manajer digunakan untuk memengaruhi tingkat pendapatan dalam suatu periode dengan tujuan memberikan keuntungan bagi manajemen dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Tindakan manajemen untuk bertindak secara fleksibel dalam memengaruhi tingkat pendapatan (manipulasi laba) biasa disebut manajemen laba. Manajemen laba (*earning management*) adalah kemampuan untuk memanipulasi pilihan-pilihan yang tersedia dan mengambil pilihan yang tepat untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan (Belkaoui, 2006:74).

Manajemen laba merupakan *issue* yang tidak akan pernah selesai dibahas. Perusahaan tentunya memiliki keburukan yang dijaga agar tidak diketahui oleh pihak pengguna laporan keuangan. Namun untuk menyembunyikan keburukan, manajemen cenderung melakukan manajemen laba dalam laporan keuangan agar dinilai baik oleh pihak pengguna laporan

keuangan. Laba selalu dianggap penting bagi sebuah perusahaan karena dapat memengaruhi pengguna laporan keuangan untuk mengambil keputusan. Pentingnya laba mendorong manajer untuk melakukan manajemen atas laba (*earning management*) sehingga menyebabkan para manajer untuk membuat dan mengolah laporan dalam usahanya membuat entitas tampak bagus secara finansial.

Manajemen dapat secara oportunistik melakukan pengaturan laba ketika menyusun laporan keuangan. Dalam proses penyusunan tersebut, pihak manajemen sekaligus melakukan manajemen impresi ketika menjelaskan kinerja perusahaan. Manajemen laba dilakukan oleh pihak manajemen karena memiliki diskresi dalam pemilihan kebijakan dan estimasi akuntansi. Di pihak yang sama, manajer dapat melakukan manajemen impresi ketika memberi penjelasan terhadap kinerja perusahaan karena peraturan yang ditetapkan terhadap pengungkapan informasi tersebut bersifat sukarela (Lobo, 2001).

Menurut Guillamon-Saorin dan Osma (2010) dalam Suropto (2013), Manajemen laba dan manajemen impresi dianggap sebagai dua dimensi perilaku pengungkapan oportunistik manajer yang saling terkait. Ketika pembahasan manajemen terhadap hasil-hasil keuangan dilakukan setelah penyusunan laporan keuangan, maka terdapat kemungkinan tindakan manajer yang sudah melakukan pengaturan laba akan memberikan penjelasan terhadap kinerja perusahaan dengan teknik-teknik penjelasan yang tidak mengungkap adanya manajemen laba.

Perusahaan publik memiliki tingkat publisitas dan akuntabilitas yang tinggi, termasuk di dalamnya adalah BUMN. BUMN merupakan badan usaha milik negara yang kepemilikannya dikuasai oleh negara. Indonesia merupakan negara yang berdasarkan atas kedaulatan rakyat. Penguasaan badan usaha oleh negara berarti sama artinya dengan penguasaan oleh rakyat. Sehingga perusahaan juga memiliki kewajiban untuk mempertanggungjawabkan aktivitasnya kepada rakyat. Adanya kewajiban tersebut secara otomatis menyebabkan tingginya sensitivitas atas segala aktivitas dan pelaporan perusahaan. Hal ini memicu tingkat kontrol yang tinggi pada perusahaan, terutama dalam aktivitas dan pelaporannya, sehingga penilaian atas tindakan manajemen laba akan menjadi lebih ketat.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

### **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas, seringkali memisahkan antara pengelola perusahaan/pihak manajemen (*agent*) dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Jensen dan Meckling (1976) menggambarkan hubungan *agency* sebagai suatu kontrak di bawah satu atau lebih (*principal*) yang melibatkan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan beberapa layanan bagi mereka dengan melibatkan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Eisenhardt (1989) mengemukakan bahwa teori agensi dilandasi oleh tiga asumsi sifat dasar manusia, yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari risiko (*risk averse*). Perbedaan informasi yang diperoleh *agent* dan *principal* akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*) yaitu kondisi adanya ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*). Asimetri informasi dan konflik kepentingan dapat mendorong agen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*. Misalnya, dalam proses penyusunan laporan keuangan, manajemen dapat mempengaruhi tingkat laba yang disajikan dalam laporan keuangan atau yang sering disebut manajemen laba (*earnings management*). Manajer yang sudah melakukan pengaturan laba, lebih kecil kemungkinannya untuk menjelaskan kinerja perusahaan menggunakan teknik manajemen impresi karena penjelasan tersebut

digunakan oleh pengguna laporan untuk mengetahui keberadaan dan pengaruh manajemen laba.

### **Teori Stakeholders (*Stakeholders Theory*)**

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi *stakeholder*, bahkan ketika *stakeholder* memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan ketika *stakeholder* tidak dapat secara langsung memainkan peran yang konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi. Dari sisi etika, teori *stakeholder* berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Sedangkan dari sisi manajerial, teori *stakeholder* berpendapat bahwa kekuatan *stakeholder* untuk mempengaruhi manajemen korporasi harus dipandang sebagai fungsi dari tingkat pengendalian *stakeholder* atas sumber daya yang dibutuhkan organisasi (Watts dan Zimmerman, 1986).

Laporan keuangan sebagai bentuk interpretasi dari kinerja perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap para *stakeholder*. Adanya laporan keuangan juga menentukan dukungan para *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut. Manajemen diharapkan melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder*. Perusahaan melakukan pelaporan sebagai respon atas permintaan dan harapan berbagai macam *stakeholders* seperti pegawai, pelanggan, pegawai pemerintahan, dan lain-lain. Pihak manajemen tentunya tidak mau dianggap tidak baik dalam bekerja, sehingga mereka akan mengemas laporan keuangan dengan baik agar mendapat dukungan dari *stakeholder* lainnya. Sedangkan pihak *principal* tentunya akan senang jika menerima laporan kinerja yang baik dari perusahaan.

### **Manajemen Laba**

Manajemen laba atau *earning management* merupakan upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sri Sulistyanto, 2008:6). Belkaoui (2006:75) menjelaskan bahwa manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan pertimbangan mereka dalam pelaporan keuangan dan struktur transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan tujuan menyesatkan beberapa pemangku kepentingan mengenai kondisi kinerja ekonomi perusahaan atau untuk memengaruhi hasil kontraktual yang bergantung pada angka-angka yang dilaporkan. Sebelumnya Belkaoui (2006:74) menjabarkan bahwa esensi dari manajemen laba, yaitu suatu kemampuan untuk memanipulasi pilihan-pilihan yang tersedia dan mengambil pilihan yang tepat untuk dapat mencapai tingkat laba yang diharapkan. Gumanti (2000) juga menambahkan definisi *earnings management* sebagai gambaran perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan perusahaan pada periode tertentu dan terdapat kemungkinan muncul motivasi yang mendorong manajer untuk mengatur data keuangan yang dilaporkan.

### **Teori Atribusi**

Atribusi dapat didefinisikan sebagai sebuah alasan mengapa seseorang melakukan suatu perilaku saat terjadi suatu peristiwa. Petri (2004) menuliskan bahwa terdapat dua macam atribusi yaitu (1) *dispositional attributions*, yaitu bentuk atribusi yang menggambarkan bahwa suatu perilaku seseorang adalah sebuah dampak dari situasi/keadaan (faktor eksternal) yang dialami seorang tersebut dan (2) *situational attribution* yang menggambarkan bahwa suatu perilaku seseorang disebabkan oleh watak (faktor internal) seorang. Perilaku seseorang juga dapat dibentuk oleh kombinasi antara kekuatan internal, yaitu faktor-faktor yang berada dalam diri seseorang, seperti kemampuan atau usaha, dan kekuatan eksternal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari situasi atau kondisi di kekuatan dalam diri seseorang seperti kesulitan dalam pekerjaan. Sama halnya dengan perilaku seseorang, teori atribusi juga teraplikasi dalam perusahaan. Misal, ketika perusahaan

mengalami peningkatan laba disebabkan karena adanya inovasi produk (faktor internal) atau disebabkan karena pereconomian yang membaik (faktor eksternal). Teori atribusi menjelaskan bahwa seseorang dapat mengalami bias *self-serving*, yaitu seseorang akan menunjukkan keberhasilan mereka dengan faktor internal (asertif) atau menyalahkan suatu kegagalan terhadap faktor eksternal (defensif) (Nurjanah dan Marsono, 2013). Teori atribusi merupakan salah satu praktik manajemen impresi yang dilakukan oleh perusahaan. Teori atribusi dilakukan dengan harapan investor akan menganggap baik kinerja suatu perusahaan.

### **Manajemen Impresi dan Pengungkapan Kausal**

Manajemen impresi merupakan suatu ilmu pengetahuan dari psikologi sosial yang berfokus dalam mempelajari bagaimana individu mempresentasikan dirinya kepada individu lain dengan harapan agar apa yang dipresentasikannya sesuai dengan yang diinginkan oleh individu lain (Hooghiemstra, 2000). Dalam pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan, dapat dianalogikan bahwa manajemen impresi dapat dilakukan untuk mendapatkan kesan atas presentasi hasil pelaporan kepada pengguna informasi akuntansi. Pihak manajemen tidak ingin identitas perusahaan menjadi buruk oleh karena itu manajemen melakukan manajemen impresi untuk merespon suatu hal yang diprediksi dapat mengancam identitas perusahaan, misalnya kinerja buruk perusahaan. Kinerja perusahaan yang buruk dapat memicu timbulnya permasalahan akuntabilitas sehingga menjadi motif bagi perusahaan untuk melakukan praktik manajemen impresi.

Merkel-Davies & Brennan (2007) mengidentifikasi tujuh strategi manajemen impresi. Strategi tersebut antara lain: (1) atribusi dari hasil-hasil yang diperoleh perusahaan dan enam sisanya adalah strategi penyembunyian. Dari jumlah tersebut, dua diantaranya adalah (2) upaya untuk menyembunyikan kabar buruk, dengan membuat teks lebih sulit untuk dibaca (manipulasi kemudahan membaca) dan (3) upaya menyembunyikan kabar buruk dengan menggunakan bahasa persuasif (manipulasi retorik). Empat strategi penyembunyian lainnya yaitu strategi dengan cara (4) menekankan kabar baik dengan berfokus pada kata-kata positif, tema atau keuangan kinerja (manipulasi tematik), (5) membuat bias saat informasi tersebut disajikan (visual dan manipulasi struktural), (6) memilih langkah-langkah yang menunjukkan kinerja keuangan saat ini keuangan (perbandingan kinerja) atau dengan (7) mengungkapkan salah satu dari beberapa unsur keuangan untuk menggambarkan kinerja keuangan yang diinginkan (pilihan pengungkapan keberhasilan).

Manajemen impresi yang dilakukan oleh perusahaan dapat dilihat dari laporan tahunan yang diungkapkan. Narasi yang diungkapkan dalam suatu laporan tahunan dapat membangun kesesuaian dan rasionalitas melalui penggunaan argumen yang dilakukan perusahaan (Keil, 2006). Narasi kinerja manajemen dalam laporan tahunan akan dihubungkan dengan peristiwa dengan kalimat penyebab atau alasan terjadinya. Suatu penjelasan dapat disertai dengan adanya sebab-akibat. Penjelasan tersebut dapat menggunakan teknik-teknik dalam teori atribusi (*self-serving*). Petri (2004) mengungkapkan bahwa teori atribusi (*self-serving*) menggambarkan suatu keberhasilan akan diasumsikan sebagai hasil dari faktor internal (kekuatan diri sendiri) sehingga perilaku asertif (verbal) akan cenderung dilakukan. Sedangkan suatu kegagalan akan diasumsikan sebagai dampak dari situasi/kondisi (faktor eksternal) yang sedang terjadi sehingga perilaku defensif (verbal) akan cenderung dilakukan. Adanya perilaku atribusi (verbal) yang disengaja sudah pasti memiliki maksud atau tujuan tertentu. Hal ini tentunya juga berpotensi menyesatkan karena dalam perusahaan, perilaku ini dilakukan untuk memengaruhi pengguna laporan keuangan dalam menilai kinerja perusahaan.

## Hipotesis

Jika selama ini manajemen menggunakan manajemen laba, tentunya bukan tidak mungkin jika perusahaan dapat menggunakan kedua strategi (manajemen impresi dan manajemen laba) untuk menarik dan membujuk calon investor. Manajemen yang sudah mengambil keputusan melakukan manajemen laba lebih kecil kemungkinan memberikan penjelasan dalam bentuk atribusi kausal dalam pembahasan kinerjanya. Hal itu akan mengakibatkan manajer tidak dapat melakukan manajemen impresi melalui atribusi kausal yang berpola *self-serving* untuk meninggikan perannya terhadap hasil-hasil positif dan merendahkan perannya terhadap hasil-hasil negatif.

$H_1$  = Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap manajemen impresi dalam laporan MD&A dalam Laporan keuangan tahunan perusahaan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif karena menguji tentang hubungan antar variabel dengan perhitungan yang bersifat sistematis. Variabel independen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dalam proses penyusunan laporan keuangan. Manajemen laba akan diukur menggunakan *discretionary accruals* sebagai perhitungan sejauh mana manajer melakukan kebijakan untuk memanipulasi laba. Proksi manajemen laba akan dipelajari secara empiris dengan menyusun *total accrual* ke *discretionary accrual* dan *non-discretionary accrual*. Proksi manajemen laba akan diukur dengan menggunakan *performance-matched discretionary accruals* yaitu model modifikasi Jones yang dikembangkan oleh Dechow *et al* (1995). Model modifikasi Jones merupakan model yang banyak digunakan dalam penelitian-penelitian akuntansi, khususnya manajemen laba, sebab model ini dinilai sebagai model yang paling baik dalam manajemen laba (Sulistyanto, 2008:225).

$$DACC_{it} = TACC_{it} - NDACC_{it}$$

Keterangan:

$TACC_{it}$  = total akrual perusahaan i dalam periode t

$DACC_{it}$  = *nondiscretionary accrual* perusahaan i dalam periode t

$NDACC_{it}$  = *discretionary accrual* perusahaan i dalam periode t

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah bagian naratif laporan tahunan pada bagian MD & A (*Management Discussion and Analysis*) yang berbentuk teks. Bagian naratif laporan keuangan dianalisis sedemikian rupa untuk memperoleh kriteria manajemen impresi yang dicari. Metode penelitian yang cocok digunakan untuk objek penelitian semacam itu adalah analisis konten. Analisis konten merupakan sebuah teknik riset yang memungkinkan peneliti membuat simpulan yang dikuantifikasi berdasar dokumen naratif. Sebelum melakukan analisis konten peneliti harus terlebih dahulu menetapkan seperangkat aturan keputusan klasifikasi teks ke dalam kelompok-kelompok tertentu. Untuk keperluan analisis lebih lanjut, hasil pengkodean konten dikonversi ke dalam skala kuantitatif (Suripto, 2012).

Terdapat berbagai bentuk penjelasan yang dipaparkan oleh manajemen. Manajemen impresi yang diukur dalam penelitian ini terfokus berdasarkan bias yang dapat terjadi dalam penjelasan kinerja oleh manajemen, yaitu bias penjelasan bahasa teknis akuntansi dan bias atribusi *self-serving* (bias peninggian diri dan pembelaan diri). Penjelasan bahasa teknis akuntansi diberikan dengan cara menghubungkan antarhasil akuntansi atau menggunakan hubungan perhitungan akuntansi. Bias penjelasan bahasa akuntansi merupakan kecenderungan manajer untuk lebih banyak menjelaskan hasil negatif dengan bahasa teknis akuntansi sehingga pihak yang bertanggung jawab terhadap hasil menjadi tidak jelas.

Penjelasan atribusi atau bias atribusi *self serving* adalah penjelasan yang menghubungkan secara jelas hasil kinerja dengan penyebab atau alasannya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Manajer memiliki kecenderungan untuk lebih banyak mengaitkan raihan hasil positif ke faktor internal (meninggikan diri) dan mengaitkan raihan hasil negatif ke faktor eksternal (membela diri). Variabel dependen manajemen impresi diukur menggunakan rata-rata ketiga bias tersebut karena masing masing bias memiliki fungsi yang dapat saling melengkapi. Pengukuran manajemen impresi dapat dilihat dalam tabel 1.

Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak saluran informasi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu menurut Brandon (2001) dalam Suripto (2013), lebih besar ukuran perusahaan, maka lebih kecil kemungkinan manajer secara oportunistik melakukan manajemen impresi melalui atribusi *self serving* atau teknik verbal lainnya karena hal itu dapat merusak reputasi manajemen dan perusahaan. Berdasarkan alasan tersebut penulis memasukkan ukuran perusahaan (*size*) sebagai variabel kontrol. Ukuran perusahaan diukur dari Ln total aset perusahaan.

**Tabel 1. Pengukuran Manajemen Impresi**

No.	Manajemen Impresi	Pengukuran
1	Intensitas bias peninggian diri	(Frekuensi hasil positif diatribusi ke faktor internal – Frekuensi hasil positif diatribusi ke faktor eksternal) / Frekuensi hasil positif yang diatribusi
2	Intensitas bias pembelaan diri	(Frekuensi hasil negatif diatribusi ke faktor eksternal – Frekuensi hasil negatif diatribusi ke faktor internal) / Frekuensi hasil negatif yang diatribusi
3	Intensitas bias penjelasan teknis akuntansi	(Frekuensi hasil negatif yang dijelaskan dengan bahasa teknis akuntansi – Frekuensi hasil negatif yang dijelaskan dengan atribusi kausal) / Frekuensi hasil negatif yang diberi penjelasan
4	Intensitas Manajemen Impresi	(Intensitas bias peninggian diri + Intensitas bias pembelaan diri + Intensitas bias penjelasan teknis akuntansi) / 3

Sumber: Suripto (2013)

Di sisi lain, rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan maka akan menunjukkan semakin kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah tingkat likuiditas suatu perusahaan maka akan menunjukkan semakin lemah kondisi keuangan perusahaan. Saat kondisi keuangan perusahaan lemah, maka manajer akan cenderung melakukan pengungkapan informasi sebagai upaya penjelasan atas lemahnya kinerja perusahaan (Suta dan Laksito, 2012). Tentunya manajer akan dapat memasukkan teknik manajemen impresi dalam upayanya tersebut. Dalam penelitian ini rasio likuiditas diukur dengan menggunakan aset lancar dengan utang lancar (*current ratio*).

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu manajemen impresi yang diprediksikan dipengaruhi oleh variabel independen yaitu manajemen laba. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

$$MI = \beta_0 + \beta_1 ML + \beta_2 Size + \beta_3 CR + e$$

Keterangan:

MI = Manajemen Impresi Perusahaan

ML = Manajemen Laba Perusahaan

Size = Ukuran Perusahaan

CR = *Current Ratio* Perusahaan

e = eror term

Penelitian ini didesain untuk melihat pengaruh manajemen laba terhadap manajemen impresi yang dilakukan perusahaan BUMN non keuangan *go public*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini bersifat *times series* karena mengambil sampel berdasarkan runtutan waktu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan BUMN non keuangan yang *go public* dan tercatat di BEI tahun 2012-2014. Setelah menggunakan metode *purposive sampling* akhirnya didapatkan sampel penelitian sebanyak 45 sampel.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 menunjukkan kecenderungan manajemen untuk memberi penjelasan daripada tidak memberi penjelasan. Manajemen menyatakan hasil keuangan tanpa menjelaskan penyebabnya rata-rata sebesar 23,11% dari seluruh hasil yang dibahas sebagian besar dalam bentuk penjelasan teknis akuntansi (38,94%) dibandingkan penjelasan atribusi kasusal (37,95%). Hal ini dapat digolongkan sebagai “*acceptability heuristic*” dalam perilaku penjelasan manajer perusahaan publik Indonesia, yaitu kecenderungan alamiah untuk menanggulangi gangguan dengan cara yang berterima dan usaha minimal (Suripto, 2013). Data di dalam tabel 2 juga menunjukkan bahwa manajer cenderung memberi penjelasan terhadap hasil positif dibandingkan hasil negatif. Hasil ini bisa jadi merupakan kecenderungan manajer agar mereka dapat mengklaim bertanggung jawab terhadap hasil positif.

**Tabel 2. Jenis Penjelasan Hasil Keuangan Perusahaan BUMN  
Periode 2012-2014**

Keterangan	Total		Per laporan tahunan Rata2	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<b>Penjelasan atribusi</b>	<b>1002</b>	<b>37,95%</b>	<b>22,27</b>	<b>37,95%</b>
*Hasil Positif	579	57,78%	12,87	57,78%
*Hasil Negatif	423	42,22%	9,40	42,22%
<b>Penjelasan bias akuntansi</b>	<b>1028</b>	<b>38,94%</b>	<b>22,84</b>	<b>38,94%</b>
*Hasil Positif	584	56,81%	12,98	56,81%
*Hasil Negatif	444	43,19%	9,87	43,19%
<b>Tanpa Penjelasan</b>	<b>610</b>	<b>23,11%</b>	<b>13,56</b>	<b>23,11%</b>
*Hasil Positif	384	62,95%	8,53	62,95%
*Hasil Negatif	226	37,05%	5,02	37,05%
<b>Total</b>	<b>2640</b>		<b>58,67</b>	

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2016)



**Tabel 3. Lokus Kausalitas Penjelasan Atribusi Perusahaan BUMN  
Periode 2012-2014**

Keterangan	Total		Per laporan tahunan Rata2	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<b>Faktor Internal</b>	<b>638</b>	<b>63,67%</b>	<b>14,18</b>	<b>63,67%</b>
*Positif Internal	433	74,78%	9,62	74,78%
*Negatif Internal	205	48,46%	4,56	48,46%
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>364</b>	<b>36,33%</b>	<b>8,09</b>	<b>36,33%</b>
*Positif Eksternal	146	25,22%	3,24	25,22%
*Negatif Eksternal	218	51,54%	4,84	51,54%
<b>Penjelasan Atribusi</b>	<b>1002</b>		<b>22,27</b>	

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2016)

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari total penjelasan atribusi positif yang dilakukan, sebanyak 433 (74,78%) disebutkan sebagai penyebabnya adalah faktor internal. Sedangkan sisanya 205 (25,22%) disebutkan bahwa faktor eksternal sebagai penyebabnya. Hal ini memberikan bukti bahwa manajer perusahaan sampel cenderung melakukan atribusi positif dengan cara meninggikan diri. Meninggikan diri di sini dapat diartikan banyak mengklaim hasil positif dikarenakan faktor internal perusahaan. Data dalam tabel 3 juga menunjukkan bahwa dari total penjelasan atribusi negatif yang dilakukan, sebanyak 205 (48,46%) disebabkan oleh faktor internal dan 218 (51,54%) diatribusi ke faktor eksternal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa manajer cenderung melakukan atribusi negatif dalam upaya pembelaan diri dengan menggunakan faktor eksternal (luar/lingkungan) sebagai alasannya.

#### **Deskripsi Variabel**

Deskripsi data dalam penelitian ini dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum, dan deviasi standar masing-masing variabel. Data mendeskripsikan masing-masing variabel penelitian periode 2012-2014. Nilai minimum merupakan nilai terendah untuk setiap variabel penelitian, sedangkan nilai maksimum merupakan nilai tertinggi untuk setiap variabel penelitian. Nilai rata-rata (*mean*) adalah nilai rata-rata dari setiap variabel penelitian. Deviasi standar merupakan variasi data atau sebaran data penelitian yang mana mencerminkan data tersebut heterogen atau homogen. Nilai deviasi standar yang lebih besar daripada nilai rata-rata menunjukkan hasil kurang baik karena deviasi standar mencerminkan variasi atau perbedaan data yang relatif besar daripada nilai rata-ratanya. Sebaliknya, nilai deviasi standar yang lebih rendah daripada nilai rata-ratanya menunjukkan hasil yang baik karena mengindikasikan rendahnya fluktuasi data pada variabel.

**Tabel 4. Data Deskriptif Variabel  
Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
DA	45	-,0074	,4345	,190572	,1160473
SIZE	45	27,8038	32,5790	30,225575	1,2439510
CR	45	,6647	12,9946	2,094683	2,3111393
MI	45	-,2532	,9394	,211527	,2553693
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data olah SPSS

Berdasarkan hasil analisis statistik, nilai rata-rata variabel DA adalah 0,190572. Jika dibandingkan dengan nilai standar deviasi variabel DA yaitu sebesar 0,1160473, nilai tersebut menunjukkan jumlah yang lebih besar. Selanjutnya, untuk variabel SIZE (Ukuran Perusahaan), nilai rata-ratanya adalah 30,225575. Sama halnya dengan variabel sebelumnya, jika dibandingkan dengan standar deviasi sebesar 1,2439510, nilai tersebut jauh lebih kecil daripada nilai rata-rata. Variabel berikutnya yang diteliti adalah CR (*Current Ratio*). CR memiliki nilai rata-rata 2,094683, sedangkan standar deviasinya adalah 2,3111393. Jika dibandingkan, akan terlihat bahwa nilai standar deviasi lebih besar daripada nilai rata-rata variabel CR. Variabel MI (Manajemen Impresi) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,194984, lebih kecil daripada standar deviasinya sebesar 0,2326572.

### Pengujian Hipotesis

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen yaitu manajemen impresi. Sebelum melakukan analisis regresi berganda, suatu data dalam penelitian diharapkan dapat memenuhi semua persyaratan uji asumsi klasik. Setelah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik, kita dapat melakukan analisis regresi.

Dalam penelitian ini, tiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi, variabel DA terbukti tidak signifikan ( $>0,05$ ). Probabilitas signifikansi DA menunjukkan angka sebesar 0,369. Hal ini membuktikan variabel DA (manajemen laba) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen impresi. Sedangkan variabel SIZE dan CR terbukti signifikan dan memperoleh angka 0,005 dan 0,032.

**Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,210	,953		3,370	,002
	DA	-,285	,314	-,130	-,908	,369
	SIZE	-,095	,032	-,462	-2,999	,005
	CR	-,036	,016	-,325	-2,219	,032

a. Dependent Variable: MI

Sumber: Data olah SPSS

### Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen laba tidak secara signifikan berpengaruh terhadap manajemen impresi pada perusahaan BUMN. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang ditulis di awal penelitian dan juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suropto (2013) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif terhadap manajemen impresi. Terdapat beberapa kondisi dan alasan yang dapat menjelaskan hasil tersebut. Pertama, perusahaan BUMN yang menjadi fokus sektor dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki perbedaan daripada perusahaan publik swasta lainnya. Kepemilikan pemerintah atas lebih dari 50% saham bisa dikatakan adalah sebuah manifestasi dari kepemilikan rakyat atas perusahaan tersebut. Posisi tersebut secara otomatis akan diikuti dengan tingkat kontrol dari rakyat yang lebih ketat sehingga diyakini akan membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam menjalankan aktivitas (manajemen laba) pelaporannya karena pelaporan merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap pemegang saham. Tentunya kondisi tersebut akan memengaruhi dan tidak menutup kemungkinan karena terlalu sedikit atau kecilnya tindakan manajemen laba

yang dilakukan, sehingga membuat manajer tidak terlalu mempertimbangkan dan tidak membatasi penggunaan manajemen impresi. Kedua, seperti yang dikemukakan Surtijo (2013), pengambilan keputusan manajer terhadap pengungkapan informasi tertentu bisa juga dilakukan terlebih dahulu sebelum keputusan manajemen laba sehingga pengambilan keputusan manajemen laba akan dilakukan manajer untuk mendukung keputusan pengungkapannya, bukan sebaliknya. Ketiga, merupakan kondisi saat perusahaan sudah dipercaya dan dianggap transparan oleh pemegang saham. Perusahaan yang memiliki persepsi tersebut cenderung akan merasa tidak perlu lagi mempergunakan teknik manajemen impresi untuk meninggalkan kesan “baik” atau “masih wajar” dalam pelaporannya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kontrol ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap manajemen impresi pada perusahaan BUMN. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin tinggi publisitas perilaku perusahaan dan semakin tinggi ketergantungan perusahaan pada sumber dana masyarakat, (Surtijo, 2012) sehingga akan membatasi dan memperkecil kemungkinan manajer secara oportunistik melakukan manajemen impresi. Di sisi lain, Rasio likuiditas (*current ratio*) juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap manajemen impresi pada perusahaan BUMN. Saat tingkat likuiditas suatu perusahaan melemah, maka memicu manajer perusahaan untuk melakukan pengungkapan naratif dengan berbagai macam teknik manajemen impresi.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen impresi pada perusahaan BUMN. Hal ini dipengaruhi oleh kepemilikan perusahaan BUMN yang secara yuridis dapat dikatakan sebagai perusahaan milik rakyat dan memiliki kecenderungan tingkat kontrol aktivitas pelaporan yang lebih ketat. Di samping itu persepsi manajer tentang posisi perusahaan, dan urutan waktu pengambilan keputusan juga dapat menjadi alasan mengapa manajemen laba terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen impresi pada perusahaan BUMN.

Ukuran perusahaan dan *current ratio* (rasio likuiditas) sebagai variabel kontrol terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen impresi pada perusahaan BUMN. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi publisitas perilaku perusahaan sehingga akan membatasi dan memperkecil kemungkinan manajer secara oportunistik melakukan manajemen impresi. Di sisi lain, saat tingkat likuiditas suatu perusahaan melemah, maka akan memicu manajer perusahaan untuk melakukan pengungkapan naratif dengan berbagai macam teknik manajemen impresi.

### **Saran**

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel kontrol lain seperti kondisi ekonomi, rasio kinerja, rasio leverage, ataupun rasio lainnya yang sekiranya relevan diterapkan di Indonesia dengan mempertimbangkan kemungkinan hubungan interaksi antar variabel.
2. Penelitian ini memiliki kelemahan bersifat subjektif. Oleh karena itu, untuk mengurangi sisi subjektivitas, peneliti menyarankan agar penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan cara setiap laporan tahunan dianalisis oleh lebih dari satu orang yang salah satunya memiliki kapasitas lebih tinggi dalam menilai ataupun menganalisis laporan tahunan perusahaan, misalnya seorang analis laporan keuangan. Penilaian juga dapat dibantu dengan seorang di luar bidang akuntansi, misalnya bidang psikologi ataupun bahasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2006. *Accounting Theory - Teori Akuntansi Buku Satu*. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. 1995. Detecting Earnings Management. *Accounting Review*, 193-225.
- Eisenhardt, Kathleen M. 1989. Agency Theory: An Assessment and Review. *Academy of Management Review*. Vol.14. No.1: Hal 57-74.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumanti, Tatang Ari. 2000. Earning Management: Suatu telaah Pustaka. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, Vol. 4, No. 2, Hal 104-115.
- Hooghiemstra, R. 2000. Corporate Communication and Impression Management— New Perspectives Why Companies Engage in Social Reporting. *Journal of Business Ethics* 27: 55-68.
- Jensen, M and Meckling W. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, hlmn 305-360.
- Keil, F. 2006. Expanation and Understanding. *Annual Review of Psychology*, 57: 227-254. 45:221-247.
- Lobo, G.J. dan J. Zhou. 2001. Disclosure Quality and Earnings Management. *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 8 (1), 1-20.
- Merkel-Davies, D.M. & Brennan, N.M. 2007. Discretionary Disclosure Strategies In Corporate Narratives: Incremental Information Or Impression Management? *Journal Of Accounting Literature*, 26, 116-194.
- Nurjanah, E dan Marsono. 2013. Pengaruh Earnings Management Terhadap Causal Disclosure. *Diponegoro Journal of Accounting* Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11.
- Petri, H. L. dan Govern, J. M. 2004. *Motivation: Theory, Research, and Application Fifth Edition*. Belmont: Wardswords/Thomson Learning.
- Subramanian, R., Insley, R. and Blackwell, R.D. 1993. "Performance and readability: a comparison of annual reports of profitable and unprofitable corporations", *The Journal of Business Communication*, Vol. 30 No. 1, pp. 49-60.
- Sulistiyanto, Sri. 2008. *Manajemen Laba (Teori dan Model Empiris)*. Jakarta: Grasindo
- Suripto, Bambang. 2012. Manajemen Impresi Dalam Pembahasan Kinerja Perusahaan Oleh Manajer Pada Bagian Naratif Laporan Tahunan. *Simposium Nasional XV*. STIE YKPN Yogyakarta.
- Suripto, Bambang. 2013. Manajemen Laba Dan Manajemen Impresi Dalam Laporan Tahunan: Penelitian Strategi Pengungkapan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* Volume 10 Nomor 1, Juni 2013.
- Suta, A. Yolanda dan H. Laksito. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Informasi Sukarela Laporan Tahunan. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 1(1).
- Watts and Zimmerman. 1990. Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. *The Accounting Review* Vol 65 No 1.
- Yuthas, K., R. Rogers, dan J.F. Dillard. 2002. Communicative Action and Corporate Annual Reports. *Journal of Business Ethics* 41 (1-2): 141-157.