

PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN: PENGUJIAN EFEK MODERASI KEPEMILIKAN KELUARGA

Tabita Aszola Pinata¹, Ari Budi Kristanto²

^{1,2}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana,
Kota Salatiga, Indonesia
e-mail: 232016128@student.uksw.edu¹, ari.kristanto@uksw.edu²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari manajemen laba terhadap reputasi perusahaan yang dimoderasi oleh kepemilikan keluarga. Populasi yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar dan melaporkan laporan keuangan secara konsisten pada BEI tahun 2016 sampai dengan 2018 dan diperoleh 81 sampel perusahaan manufaktur. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan model yang digunakan adalah regresi panel. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik dan diolah menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 22. Manajemen laba pada penelitian ini dihitung menggunakan model dari *Modified Jones Model*, sedangkan untuk reputasi perusahaan dilihat dari *Corporate Image Award*. Berdasarkan hasil dari penelitian ditemukan bahwa terdapat hubungan signifikan negatif dari manajemen laba terhadap reputasi perusahaan dengan nilai sebesar $0,004 < 0,05$. Manajemen laba dapat mempengaruhi reputasi perusahaan melalui kepercayaan pasar dan investor pada perusahaan. Kepemilikan keluarga tidak dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada hubungan kedua variabel tersebut, yang berarti kepemilikan keluarga adalah variabel moderasi potensial.

Kata kunci: Manajemen Laba, Reputasi Perusahaan, Kepemilikan Keluarga

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the influence of corporate reputation and earnings management as moderated by family ownership. The population used are manufacturing companies that are listed and report financial statements consistently on the IDX for the 2016 to 2018 and obtained 81 manufacturing samples. This study uses secondary data and the model used is panel regression. The analytical method used is logistic regression and processed using the SPSS application (Statistical Package for Social Sciences) version 22. Earnings management in this study is calculated using a model of the Modified Jones Model while the corporate reputation is seen from the Corporate Image Award. This study found that there is a significant negative between earnings management and corporate reputation with a value of $0,004 < 0,05$. Earnings management can affect a company's reputation through market and investor confidence to the company. Family ownership cannot provide significant effect between these variables relationship, which means that family ownership is a moderating potential.

Keywords : Earnings Management, Corporate Reputation, Family Ownership

1. Pendahuluan

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat membuat para pemilik perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan reputasi masing-masing perusahaan. Menurut Widyadmono & Harsono (2019), nama baik perusahaan merupakan konsekuensi logis dari adanya peran, aktivitas ataupun perbuatan yang telah dilakukan perusahaan tersebut, tetapi tidak semua perusahaan dapat mempertahankan sebuah reputasi dengan cara yang legal. Beberapa perusahaan mengalami beberapa masalah terkait dengan akuntansi seperti korupsi, manipulasi laporan keuangan, masalah keagenan dan pendanaan yang ilegal. Salah satu kasus manipulasi laporan keuangan di Indonesia adalah kasus pada PT. Garuda Indonesia, dimana manajemen Garuda Indonesia mengakui piutang sebagai pendapatan. Tindakan tersebut dapat berkonsekuensi pada berkurangnya kepercayaan publik (Sugianto, 2019). Masalah akuntansi yang ada pada perusahaan seringkali dikaitkan dengan praktek kebijakan dari manajemen laba (Rodriguez-Ariza et al., 2016).

Manajemen laba merupakan kebijakan manajemen dalam GAAP atas laporan keuangan eksternal, tujuan manajemen adalah untuk menyajikan laba dengan cara yang berbeda (naik atau turun) dari apa yang mereka ketahui untuk mencapai manfaat pribadi (Diri, 2017). Menurut Scott (2015) manajemen laba merupakan tindakan manajer dalam penyusunan laporan keuangan yang akan diberikan kepada pihak *eksternal* dan kebijakan tersebut berupa menaikkan, menurunkan atau bahkan meratakan pelaporan laba. Manajer dapat memanfaatkan diskresinya dalam penggunaan metode akuntansi, seperti mempercepat pengakuan pendapatan atau menunda pengakuan suatu biaya. Hal tersebut dapat terjadi saat manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan penataan transaksi untuk mengubah laporan keuangan untuk menyesatkan beberapa pemangku kepentingan mengenai kinerja perusahaan (Ronen, 2016). Terdapat beberapa faktor motivasi yang membuat

manajer melakukan manajemen laba yaitu *bonus plan*, biaya politik dan perjanjian hutang (Dewi, 2018). Manajemen laba dapat memberikan dampak pada laporan keuangan. Praktik manajemen laba pada laporan keuangan dapat membuat informasi yang disajikan tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, sehingga hal ini dapat merugikan pihak-pihak yang berkepentingan (Larastomo et al., 2016). Laporan keuangan menjadi salah satu aspek yang penting, dikarenakan laporan keuangan dapat dijadikan sebagai pedoman atau gambaran dari kondisi keuangan suatu perusahaan dan berguna bagi karyawan, pemilik perusahaan, pemasok, kreditur dan investor. Selain itu, informasi dari laporan keuangan dapat dijadikan sebagai pertanggungjawaban manajer sebagai pengelola keuangan perusahaan. Salah satu karakteristik yang berpengaruh dalam kebijakan manajemen laba adalah tingkat dari konsentrasi kepemilikan, karena jika ada pemisahan jelas antara kepemilikan dengan pengendalian maka manajer akan lebih mudah untuk terpantau secara ketat (Rodriguez-Ariza et al., 2016).

Reputasi perusahaan pada dasarnya menggambarkan persepsi dari pihak *internal* dan *eksternal* yang dilihat melalui tindakan masa lalu dalam langkah yang dapat memberikan ekspektasi dari tindakan di masa depan (Chun et al., 2019). Reputasi perusahaan di Indonesia antara lain dapat dilihat dari *Corporate Image Award*. *Corporate Image Award* merupakan kegiatan penghargaan yang sudah diadakan sejak tahun 2000, metode *survey* yang digunakan yaitu dengan interview secara tatap muka. Pengambilan sampel dengan sampling acak bertingkat *survey* dilakukan pada kelompok responden seperti pelaku bisnis atau manajemen, investor, jurnalis, dan masyarakat (*Corporate Image Award*, 2017). Perusahaan yang menjadi unggulan dilihat dari 4 hal yaitu performa, kualitas, pertanggung jawaban, dan daya tarik. Penentu pemenang dalam penghargaan *Corporate Image Award* dilihat melalui *Corporate Image Index* (CII).

Survey atau penghargaan yang diadakan dapat memberikan dampak pada

kesadaran eksekutif di Indonesia terhadap reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik akan memberikan keuntungan yang lebih jika dibandingkan dengan perusahaan yang dipandang buruk oleh publik. Hal ini sejalan dengan definisi dari reputasi perusahaan yang dapat dilihat melalui seberapa kuat hubungan antara pelanggan dengan perusahaan (Omar, 2009).

Sekitar 95% bisnis di Indonesia merupakan bisnis milik keluarga (PWC, 2014). Keluarga menjadi peran penting terhadap aktivitas yang ada pada bisnis tersebut. Suatu perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan keluarga jika mayoritas hak suara berada pada tangan pemilik perusahaan atau salah satu dari anggota keluarga, maka dari itu keluarga sendiri memiliki peran yang penting untuk mempengaruhi tindakan dari manajemen. Perusahaan keluarga adalah perusahaan yang dimiliki dan dikendalikan oleh suatu keluarga, hal tersebut dapat dilihat melalui saham maupun posisi manajemen yang dikuasai atau ditempati oleh anggota keluarga dari pemilik (Poza, 2014). Terdapat dua faktor yang membedakan antara bisnis keluarga dengan yang bukan yaitu kepemilikan dan keterlibatan keluarga didalam manajemen pada suatu perusahaan (Zellweger, 2017). Faktor yang pertama adalah kepemilikan, suatu bisnis keluarga umumnya dikuasai oleh anggota keluarga. Faktor kedua adalah terdapat keterlibatan keluarga pada posisi manajemen perusahaan. Manajemen dalam perusahaan keluarga seringkali melibatkan anggota keluarga sendiri, sehingga kepemilikan keluarga yang dominan mempunyai hak untuk mengendalikan keputusan yang akan diambil untuk kedepannya (Purkayastha, 2019). Suatu perusahaan yang dimiliki atau dikelola oleh keluarga tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manajer sehingga munculah masalah keagenan, dan manajer menyalahgunakan kewenangan untuk kepentingannya sendiri (Astuti, 2015).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rodriguez-Ariza, Martínez-Ferrero, dan Bermejo-Sánchez (2016) menunjukkan bahwa adanya hubungan

negatif antara manajemen laba pada reputasi perusahaan dengan perusahaan keluarga sebagai moderasi. Peneliti sebelumnya menggunakan sampel perusahaan yang ada di 20 negara di dunia. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dari kebijakan praktik manajemen laba pada reputasi perusahaan dengan dimoderasi oleh perusahaan keluarga pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbulah pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Apakah manajemen laba dapat mempengaruhi reputasi perusahaan? (2) Apakah kepemilikan keluarga dapat memperlemah pengaruh antara manajemen laba terhadap reputasi perusahaan? Penelitian ini dilakukan untuk berkontribusi pada penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi perusahaan sebagai salah satu pertimbangan dalam kebijakan menjaga reputasi perusahaan.

2. Metode

Populasi yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan untuk menguji hipotesis merupakan perusahaan yang termasuk dalam kriteria perusahaan yang melaporkan secara konsisten pada periode 2016-2018 di BEI dan memiliki data yang perlukan untuk penelitian ini. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari: 1) Laporan keuangan perusahaan di *website* BEI, 2) *Website Corporate Image Award* untuk reputasi perusahaan

Data pada reputasi perusahaan diperoleh melalui *Corporate Image Award* yang diselenggarakan oleh Frontier Consulting Group, dengan menggunakan *Corporate Image Index* (CII) untuk melihat nilai index dari reputasi perusahaan. Pemenang untuk setiap kategori industri

ditentukan berdasarkan skor CII yang merupakan rata-rata tertimbang dari setiap kelompok responden, dengan berat kelompok pada manajemen sebesar 40%, pemegang saham atau investor 30%, jurnalis 20% dan public 10%. Untuk menjadi pemenang, perusahaan harus memiliki skor CII lebih tinggi dari 1 dan berada di tiga teratas dalam setiap kategori (*Corporate Image Award*, 2017). Pengukuran reputasi perusahaan menggunakan *dummy variable* dengan nilai 1 untuk perusahaan masuk dalam nominasi dan pemenang pada *Corporate Image Award* dan 0 jika sebaliknya.

Manajemen laba pada penelitian ini sebagai variabel independen. Model yang akan digunakan dalam perhitungan manajemen laba adalah *Modified Jones Model*. Sebagai ukuran untuk menentukan dilakukannya manajemen laba dapat menggunakan *discretionary accrual* yang kemudian diabsolutekan. Berikut perhitungan untuk mendapatkan nilai dari *discretionary*:

1. Total akrual didefinisikan sebagai berikut:

$$TAC = NI_{it} - CFO_{it}$$

2. Menghitung koefisien regresi dengan mengestimasi *Total Accrual* (TAC) dengan *Ordinary Least Square* (OLS):

$$\frac{TAC_{it}}{TA_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Sales_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

3. Menghitung *non-discretionary accruals* (NDA) dengan rumus seperti berikut:

$$NDAC_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta (Rev - Rec)_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right)$$

4. Menghitung *discretionary accruals* (DA) sebagai ukuran dari manajemen laba:

$$DAC_{it} = \frac{TAC_{it}}{TA_{i,t-1}} - NDAC_{it}$$

Keterangan:

TA_{it} = Total Accruals perusahaan i dalam periode tahun t

NI_{it} = Laba bersih perusahaan i dalam periode tahun t

CFO_{it} = Arus kas dari aktivitas operasi perusahaan i dalam periode tahun t

ΔRev_{it} = Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t-1

PPE_{it} = Total aset tetap berwujud perusahaan i dalam periode tahun t

A_{it-1} = Total aset perusahaan i dalam periode tahun t

ΔRec_{it} = Perubahan piutang perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan piutang usaha perusahaan i pada tahun t-1

NDA_{it} = *Nondiscretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t

DA_{it} = *Discretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t

e = error

Perusahaan keluarga merupakan variabel moderasi yang dapat memperlemah pengaruh manajemen laba pada reputasi perusahaan. Perusahaan keluarga merupakan perusahaan yang diwariskan dari pendiri perusahaan kepada generasi selanjutnya (Anderson et al., 2009). Perusahaan keluarga dapat didefinisikan sebagai satu atau lebih dari anggota keluarga berada pada posisi penting di perusahaan seperti CEO atau setidaknya menduduki bagian *Bord of Direction* diperusahaan (Jennifer, 2016).

Penelitian ini menggunakan persentase saham kepemilikan dan melihat komposisi dewan yang ada pada perusahaan untuk melihat apakah perusahaan dikelola oleh suatu keluarga. Kepemilikan keluarga akan diukur dengan melihat komposisi dari dewan direksi dan komisaris perusahaan dan pemegang saham utama dan pengendali.

Variabel kontrol pada penelitian ini yaitu ukuran perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat digunakan sebagai tolak

ukur asset atau besar kecilnya perusahaan. Rumus dalam menentukan ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$Size = Ln (Total Assets) \quad (Ghozali, 2006)$$

Penelitian ini menggunakan regresi logistik binomial atau biner berkaitan dengan situasi dimana hasil yang diamati untuk variable dependen dapat memiliki 2 jenis yaitu 0 atau 1. Oleh karena itu model tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh manajemen laba sebagai variabel independent pada reputasi perusahaan variabel dependen, dengan keberadaan perusahaan keluarga sebagai salah satu yang mempromosikan praktik manajemen laba. Berikut model yang digunakan dalam penelitian:

$$H1 = REPUTATION_{it} = \beta_0 + \beta_{it}EM_{it} + \beta_{it}Size_{it} + \varepsilon$$

$$H2 = REPUTATION_{it} = \beta_0 + \beta_{it}EM_{it} + \beta_{2it}Family_{it} + \beta_{3it}EM_{it}Family_{it} + \beta_{it}Size_{it} + \varepsilon$$

Keterangan:

<i>i</i>	= Perusahaan
<i>t</i>	= Periode waktu
<i>Size</i>	= Ukuran perusahaan
<i>B</i>	= Koefisien Estimate
<i>Reputation</i>	= Reputasi Perusahaan
<i>EM_{it}</i>	= <i>Earning Management</i>
<i>Family_{it}</i>	= Perusahaan keluarga
ε	= <i>error</i>

3. Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini obyek yang digunakan yaitu merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI secara konsisten pada tahun 2016-2018. Perusahaan manufaktur yang tercatat pada tahun tersebut berjumlah 168, setelah dilakukan eliminasi terkait data yang dibutuhkan maka diperoleh 81 sampel perusahaan. Observasi dilakukan selama 3 tahun, sehingga data observasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 243.

Tabel 1. Sampel Penelitian

Informasi	Total
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2018	168
Perusahaan Manufaktur yang tidak terdaftar secara konsisten pada tahun 2016-2018	(12)
Perusahaan yang mengalami rugi bersih maupun fiskal 2016-2018	(64)
Eliminasi data ekstrim	(11)
Total sampel akhir	81
Tahun observasi	3
Jumlah data observasi	243

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manajemen Laba	-0,097	0,241	0,082	0,060
Reputasi Perusahaan	0	1	0,35	0,477
Ukuran Perusahaan (Triliun Rupiah)	25,216	32,256	28,584359	1,527342
Kepemilikan Keluarga	0%	89,7%	31,20%	33,23%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan dari Tabel 2, maka dapat diketahui rata-rata dari manajemen laba yang diukur menggunakan *discretionary accruals* yaitu sebesar 0,082. Hasil dari rata-rata tersebut dapat menunjukkan bahwa perusahaan yang

manjadi sampel dari penelitian pada umumnya mencatat akrual yang meningkatkan laba, hal ini tampak dari nilai *discretionary accrual* positif. Nilai dari rata-rata manajemen laba menunjukkan bahwa perusahaan melakukan

manajemen laba dengan menaikkan laba. Pada variabel reputasi perusahaan terdapat rata-rata sebesar 0,35 atau 35% yang artinya terdapat 35% dari sampel penelitian yang masuk dalam *Corporate Image Award* pada tahun 2016 sampai dengan 2018. Ukuran perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 28,58

Triliun, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang diamati menghasilkan variasi data sampel yang sangat kecil. Kepemilikan keluarga memiliki nilai rata-rata yaitu sebesar 31,20% yang memiliki arti bahwa pada sampel penelitian ini sebagian besar kepemilikan perusahaan bukanlah milik keluarga.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Manajemen Laba	0,974	1,027
Kepemilikan Keluarga	0,970	1,031
Ukuran Perusahaan	0,995	1,005

Sumber: Data diolah, 2020

Pada penelitian ini uji multikolinearitas digunakan untuk menguji variabel independent dan dependen untuk mengetahui variabel tersebut memiliki korelasi atau tidak. Hasil dari uji

multikolinieritas pada penelitian ini menunjukkan bahwa $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ yang artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak terjadi kolerasi antar variabel.

Tabel 4. Uji Kelayakan

	Tanpa Moderasi			Dengan Moderasi		
	Sig.	-2 Log Likelihood (0)	-2 Log Likelihood (1)	Sig.	-2 Log Likelihood (0)	-2 Log Likelihood (1)
<i>Hosmer and Lemeshow</i>	0,270			0,282		
<i>Omnibus Test</i>	0,000			0,000		
<i>Overall Test</i>		301,898	239,759		301,898	235,827

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel diatas terdapat beberapa uji kelayakan dan uji simultan. Pada uji kelayakan yang pertama yaitu *Hosmer and Lemeshow* merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah model yang digunakan tepat atau tidak. Dapat dikatakan tepat dan model dapat diterima jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Pada penelitian ini table *Hosmer and Lemeshow* pada saat diolah dengan moderasi maupun tanpa moderasi menunjukkan angka signifikan lebih dari 0,05, maka dapat diartikan model regresi layak digunakan. Uji kelayakan yang kedua yaitu *overall test* merupakan uji yang digunakan untuk melihat keseluruhan model. Model regresi pada

penelitian dapat dikatakan *fit* jika terdapat penurunan nilai pada *-2 Log Likelihood* antara blok 0 dengan blok 1. Pada penelitian ini terdapat penurunan nilai *-2 Log Likelihood* antara blok 0 dengan blok 1 baik tanpa moderasi maupun tidak, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan sudah *fit* dengan data. Uji simultan yang digunakan yaitu *Omnibus test*, pengujian ini dilakukan unutm mengetahui apakah model sudah layak atau tidak layak. Pada penelitian ini menunjukkan signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan sudah layak.

Tabel 5. *Wald Test* dan Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Tanpa Moderasi		Dengan Moderasi	
	B	Sig.	B	Sig.
Manajemen Laba	-55,557	0,004	-72,095	0,006
Ukuran Perusahaan	0,851	0,000	0,876	0,000
Kepemilikan Keluarga			-1,373	0,051
Manajemen Laba*Kepemilikan Keluarga			43,034	0,486
Nagelkerke R Square	0,348		0,369	

Sumber: Data diolah, 2020

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen. Terdapat hubungan negatif dari praktek manajemen laba pada reputasi perusahaan. Nilai signifikansi manajemen laba diperoleh sebesar $0,004 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar $-55,557$ yang artinya manajemen laba memiliki pengaruh negatif yang signifikan pada reputasi perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan pengaruh positif yang artinya memiliki pengaruh yang signifikan pada reputasi perusahaan, ukuran perusahaan dapat menjadi variabel kontrol pada penelitian ini. Sedangkan untuk model kedua yaitu dengan ditambahkannya variabel moderasi kepemilikan keluarga, manajemen laba memiliki nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ terhadap reputasi perusahaan dan untuk ukuran perusahaan tetap memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ terhadap reputasi perusahaan.

Variabel kepemilikan keluarga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, hal ini dapat dilihat melalui nilai signifikansi sebesar $0,051 > 0,05$. Manajemen laba dengan variabel moderasi kepemilikan keluarga memiliki nilai koefisien positif dengan nilai signifikansi sebesar $0,671 > 0,05$ terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan keluarga tidak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap reputasi perusahaan karena pengaruh yang diberikan tidak signifikan.

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat nilai dari *Nagelkerke R*

Square pada table *Model Summary*. Nilai tersebut dapat menunjukkan seberapa besar kemampuan dari variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Pada penelitian ini diperoleh nilai dari *R Square* sebesar 35% yang artinya variable-variabel bebas dapat menjelaskan 35% perubahan variable terikat dan sisanya yaitu sebesar 65% dijelaskan oleh variable lain diluar model penelitian.

A. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Reputasi Perusahaan

Hipotesis pertama yaitu semakin tinggi praktik manajemen laba maka akan semakin rendah reputasi suatu perusahaan sehingga hipotesis diterima. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rodriguez dan Martinez (2016) yang menemukan bahwa praktek manajemen laba juga memiliki konsekuensi negatif yang tidak hanya berpengaruh pada keuangan dan ekonomi, tetapi juga pada persepsi pasar dan pemangku kepentingan. Hasil pada penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ghiani (2016) yang menemukan bahwa pemangku kepentingan dan masyarakat atau pasar berpandangan negatif pada manajer disuatu perusahaan yang melakukan praktik manajemen laba untuk kepentingan pribadi. Praktik yang dilakukan oleh manajer akan berpengaruh pada hilangnya dukungan dari pemangku kepentingan dan investor.

Menurut Hassan & Ahmed (2012) praktik dari manajemen laba dapat menyebabkan tata kelola perusahaan yang tidak baik sehingga berpengaruh

pada reputasi perusahaan. Pada kelola perusahaan terdapat tuntutan transparansi penyajian laporan keuangan yang harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Ketika terjadi praktik manajemen laba maka memungkinkan terjadinya manipulasi pada laporan keuangan dan hal tersebut dapat menyebabkan penurunan suatu reputasi yang dimiliki perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin sering dilakukannya praktik manajemen laba, maka akan secara signifikan menurunkan reputasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan, karena akan kehilangan kepercayaan dari investor dan masyarakat sekitar.

B. Pengaruh, Manajemen Laba terhadap Reputasi Perusahaan dengan dimoderasi oleh Kepemilikan Keluarga

Hipotesis kedua yaitu kepemilikan keluarga dapat membatasi terjadinya praktik manajemen laba, sehingga reputasi perusahaan dapat meningkat. Nilai signifikansi variabel moderasi perusahaan keluarga pada manajemen laba adalah sebesar $0,486 > 0,05$ dan memiliki nilai koefisien sebesar 43,034. Pengaruh yang tidak signifikan dari perusahaan keluarga dapat diartikan bahwa kepemilikan keluarga tidak terbukti dapat memoderasi hubungan manajemen laba terhadap reputasi perusahaan sehingga hipotesis ditolak. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga lebih merupakan variabel moderasi potensial. Hubungan antara kepemilikan keluarga pada reputasi perusahaan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rodriguez-Ariza (2016) bahwa kepemilikan keluarga lebih berhati-hati dalam melindungi reputasi yang mereka miliki. Keadaan anggota keluarga dapat menaikkan reputasi yang ada pada perusahaan, semakin besar keterlibatan anggota keluarga pada perusahaan maka akan semakin aman atau baik suatu reputasi perusahaan. Pada penelitian ini pengaruh kepemilikan keluarga tidak signifikan dan mengindikasikan bahwa perusahaan keluarga tidak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap

reputasi perusahaan. Hal ini tidak konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa perusahaan keluarga mempunyai pengaruh yang signifikan dan dapat memperlemah praktek dari manajemen laba terhadap reputasi perusahaan (Rodriguez-Ariza, 2016).

Pada Tabel 2 tampak bahwa sampel perusahaan pada penelitian ini agresif dalam melakukan manajemen laba. Baik perusahaan keluarga maupun bukan perusahaan keluarga masuk dalam nominasi *Corporate Image Award* yang mana berarti walaupun keduanya melakukan manajemen laba tetapi tetap dapat masuk dalam nominasi tersebut. Pemoderasi yang dimaksud adalah bagaimana suatu variabel dapat memperlemah atau memperkuat hubungan dari variabel lain. Pada penelitian ini kepemilikan keluarga tidak dapat memperlemah maupun memperkuat pengaruh dari manajemen laba terhadap reputasi perusahaan. Menurut Sulistyanto (2008) pemegang saham mayoritas pada perusahaan seringkali memberikan atau mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang diyakini mampu dan lebih profesional dalam menjalankan perusahaan. Publik akan lebih cenderung percaya pada perusahaan yang dikelola oleh orang-orang yang profesional, selain itu pemegang saham mayoritas tetap memiliki hak untuk mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan manajerial. Terdapat beberapa pemilik perusahaan yang hanya memiliki saham pada perusahaan tetapi tidak langsung mengelola, pemilik akan lebih percaya kepada manajer yang dikerjakan dan manajer akan memberikan hasil kerja yang baik karena telah dipercaya. Selain itu kepemilikan keluarga yang tidak berpengaruh bisa disebabkan oleh kepemilikan yang dimiliki tidaklah terlalu besar. Ferramosca & Allegrini (2018) berpendapat bahwa praktik manajemen laba tergantung pada tingkat keterlibatan anggota keluarga pada suatu perusahaan, apabila hanya sedikit anggota yang terlibat pada perusahaan maka tidak cukup memiliki kekuasaan pada perusahaan. Disisi lain bila tingkat keterlibatan anggota keluarga pada perusahaan tinggi maka

dapat menurunkan perilaku dari praktik manajemen laba karena ada kecenderungan ingin melindungi reputasi perusahaan yang mengarah pada perbaikan mutu.

4. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif terhadap reputasi perusahaan, namun faktor kepemilikan keluarga tidak dapat memoderasi pengaruh tersebut. Praktik manajemen laba dapat berpengaruh negatif terhadap reputasi perusahaan, yang artinya semakin sering dilakukannya praktik manajemen laba maka akan semakin rendah reputasi yang dimiliki perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Rodriguez-Ariza et al (2016), Ghiani (2016) dan Hassan & Ahmed (2012). Perusahaan keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan sehingga perusahaan keluarga tidak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Sulistyanto (2008) yang mengemukakan bahwa pemilik saham mayoritas memberikan kepercayaan manajer untuk mengelola perusahaan. Praktik dari manajemen laba bergantung pada sebesarapa besar keterlibatan keluarga pada perusahaan (Ferramosca & Allegrini, 2018). Bagaimanapun juga hasil ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rodriguez-Ariza (2016) yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan pada perusahaan keluarga sebagai variabel moderasi yang dapat mempengaruhi praktik dari manajemen laba pada reputasi perusahaan.

Penelitian ini berimplikasi pada perusahaan agar lebih memperhatikan kebijakan dari manajer terkait dengan praktik manajemen laba yang akan berdampak pada reputasi perusahaan di masa mendatang. Terdapat keterbatasan yaitu nilai dari R^2 terhitung masih rendah yang berarti variabel bebas belum dapat menjelaskan variabel terikat dengan kuat. Berdasarkan keterbatasan yang ada maka peneliti memberikan saran kepada peneliti dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang

diduga memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan seperti hubungan politik dan pergantian CEO. Hubungan politik dapat memberikan dampak dan manfaat pada perusahaan, perusahaan tersebut akan cenderung lebih mengacu pada kepentingan golongan tertentu (Akhmadi, 2020). Pergantian CEO akan secara tidak langsung berdampak pada kebijakan, kinerja dan keberhasilan suatu perusahaan (Effendi, 2020).

Daftar Pustaka

- Akhmadi, Y. (2020). Pengaruh Hubungan Politik dan Kualitas Audit Terhadap Likuiditas Saham Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2013-2018. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 197–202.
- Anderson, R., Duru, A., & Reeb, D. (2009). Family Preferences and Investment Policy: Evidence from R&D Spending and Capital Expenditures. *Working Paper American University, January 2015*, 1–46.
- Astuti, A., Rahman, A., & Sudarno. (2015). Pengaruh Kepemilikan Keluarga Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Agency Cost Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 7, 98–108.
- Brian, I., & Martani, D. (2014). Analisis Pengaruh Penghindaran Pajak dan Kepemilikan Keluarga terhadap Waktu Pengumuman Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(2), 1–20. jurnal.perbanas.id
- Chi, C. W., Hung, K., Cheng, H. W., & Tien Lieu, P. (2015). Family Firms and Earnings Management in Taiwan: Influence of Corporate Governance. *International Review of Economics and Finance*, 36, 88–98.
<https://doi.org/10.1016/j.iref.2014.11.009>
- Chun, R., Argandoña, A., Choirat, C., & Siegel, D. S. (2019). *Corporate*

- Reputation: Being Good and Looking Good.*
<https://doi.org/10.1177/0007650319826520>
- Corporate Image Award. (2017). *Corporate Image Survey Methodology 2017.* imacaward.com
- Dewi, P. P., Mendonca, C., & Rego, D. (2018). Kompensasi Bonus, Kepemilikan Keluarga dan Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 71–81.
- Diri, M. El. (2017). Introduction to Earnings Management. In *Introduction to Earnings Management.*
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-62686-4>
- Effendi, B. (2020). Profesional Fee, Pergantian Chief Executive Officer (Ceo), Financial Distress Dan Real Earnings Management. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 105.
<https://doi.org/10.38043/jjab.v4i2.2302>
- Ferramosca, S., & Allegrini, M. (2018). The Complex Role of Family Involvement in Earnings Management. *Journal of Family Business Strategy*, 9(2), 128–141.
<https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2018.01.001>
- Ghiani, G., Manca, M., Paternò, F., & Santoro, C. (2016). End-user Personalization of Context-Dependent Applications in AAL Scenarios. *Proceedings of the 18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services Adjunct, MobileHCI 2016*, 1081–1084.
<https://doi.org/10.1145/2957265.2965005>
- Hassan, S. U., & Ahmed, A. (2012). *Corporate Governance, Earnings Management and Financial Performance: A Case of Nigerian Manufacturing Firms.*
- Jennifer, M. F., Lázaro, R.-A., & Manuel, B.-S. (2016). Is Family Ownership of A Firm Associated With The Control of Managerial Discretion and Corporate Decisions? *Journal of Family Business Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1108/JFBM-06-2015-0022>
- Larastomo, J., Perdana, H. D., Triatmoko, H., & Sudaryono, E. A. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Penghindaran Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Esensi*, 6(1), 63–74.
<https://doi.org/10.15408/ess.v6i1.3121>
- Omar, M., Williams, R. L., & Lingelbach, D. (2009). Global Brand Market-Entry Strategy to Manage Corporate Reputation. *Journal of Product and Brand Management*, 18(3), 1770–187.
<https://doi.org/10.1108/10610420910957807>
- Poza, E. (2014). *Family Business, 4th edition.*
- Purkayastha, S., Veliyath, R., & George, R. (2019). Agency Conflicts. *Journal of Business Research*, 98(January 2018), 50–64.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.024>
- PWC. (2014). *Survey Bisnis Keluarga 2014.* www.pwc.com/id
- Rodriguez-Ariza, L., Martínez-Ferrero, J., & Bermejo-Sánchez, M. (2016). Consequences of Earnings Management for Corporate Reputation: Evidence from Family Firms. *Accounting Research Journal*, 29(4), 457–474.
<https://doi.org/10.1108/ARJ-02-2015-0017>
- Ronen, J. (2016). Earnings Management

- Emerging Insights in Theory, Practice, and Research. In *Sante Publique* (Vol. 28, Issue 3). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Scott, W. (2015). *Financial Accounting Theory*. Canada: Pearson Canada Inc.
- Snapp, P. (2014). Ukuran KAP melalui Manajemen Laba dan Pengaruhnya terhadap Earning Responscoefficient. *Jurnal Sosial, Ekonomi, Dan Humaniora*, 4.
- Sugianto, D. (2019). Garuda Diduga Manipulasi Laporan Keuangan, Bagaimana Pengawasan Rini? *DetikFinance*. finance.detik.com
- Sulistiyanto, S. (2008). *Manajemen Laba (Teori & Model Empiris)*. Grasindo.
- Sunarsih. (2017). Pengaruh Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Aplikasia : Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 33–48.
- Suranta, E. (2016). Pengaruh Group Bisnis Terhadap Manajemen Laba Dimoderasi oleh Kepemilikan Saham Pengendali, Perencanaan Pajak dan Arus Kas Operasi. *Simposium Nasional Akuntansi*.
- Widyadmono, V. M., & Harsono, M. (2019). Reputasi Perusahaan Dalam Cara Pandang Ontologi. *Monex : Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 8(1), 203. <https://doi.org/10.30591/monex.v8i1.1101>
- Zellweger, T. (2017). *Managing Family Business*.