

KUALITAS LABA DAN PENGARUHNYA TERHADAP TINGKAT EFEKTIFITAS PENGENAAN PAJAK (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011- 2015)

KADEK AYU TRISNADEWI

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengaruh likuiditas (*current ratio*), leverage (*debt to equity ratio*), profitabilitas (*return on asset*), ukuran perusahaan (*total asset*) dan beban promosi terhadap kualitas laba dan pengaruh kualitas laba terhadap ETR (*Effective tax rate*). Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan menggunakan dokumentasi berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2015. Data dianalisis dengan teknik analisis data Path Analysis dengan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan *Current Ratio* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar -0.405, *Debt to Equity Ratio* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar -0.265, *Retun On Asset* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar 0.338, *Total Asset* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar 0.499, beban promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar 0.453, dan kualitas laba memiliki pengaruh signifikan terhadap efektifitas pengenaan pajak (*Effective Tax Rate*) sebesar 0.383

Kata Kunci : *Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Beban Promosi, Kualitas Laba dan Effective Tax Rate*

A. PENDAHULUAN

Fungsi keuangan perusahaan memegang peranan strategis dalam aktivitas perusahaan. Pihak keuangan sebagai penanggung jawab mengenai keuangan perusahaan harus bisa

menyusun laporan keuangan yang merupakan ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan (Baridwan, 2008). Laporan keuangan itu terdiri dari

neraca dan perhitungan rugi laba serta laporan perubahan modal, di mana neraca menunjukkan atau menggambarkan jumlah aktiva, hutang dan modal dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu, sedangkan perhitungan (laporan) rugi laba memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta biaya yang terjadi selama periode tertentu dan laporan perubahan modal menunjukkan sumber dan penggunaan atau alasan-alasan yang menyebabkan perubahan modal perusahaan (Munawir, 2010). Mengingat pentingnya laporan keuangan pada suatu perusahaan terutama pada perusahaan yang terdaftar pada bursa efek, pemerintah dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan peraturan nomor: 29/POJK.04/2016 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik, yang mewajibkan perusahaan yang terdaftar pada bursa efek melaporkan laporan keuangan paling lambat bulan keempat setelah tahun buku berakhir. Laporan keuangan sangat penting peranannya bagi para pemangku kepentingan dan para pemegang saham, karena pada laporan keuangan dapat diketahui berapa besar suatu perusahaan mengalami kerugian atau sebaliknya seberapa besar perusahaan memperoleh laba sebagai tujuan akhir perusahaan. Kemampuan

perusahaan dalam memperoleh laba yang biasa disebut dengan istilah profitabilitas.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu (Nugroho, 2011). Semakin besar profitabilitas berarti semakin besar perusahaan menghasilkan laba dimana dapat juga digunakan mengukur tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Informasi tentang laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan operasi yang ditetapkan (Siallagan dan Machfoedz, 2006).

Laba sebagai bagian dari laporan keuangan yang tidak menyajikan fakta yang sebenarnya tentang kondisi ekonomis perusahaan dapat diragukan kualitasnya. Laba yang tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja manajemen dapat menyesatkan pihak pengguna laporan. Jika laba seperti ini digunakan oleh investor untuk membentuk nilai pasar perusahaan, maka laba tidak dapat menjelaskan nilai pasar perusahaan yang sebenarnya (Paulus, 2009). Kualitas laba adalah laba yang secara benar dan akurat menggambarkan profitabilitas operasional perusahaan (Sutopo, 2009). Menurut Penman dan Cohen (2003) dalam Wibowo (2009)

diungkapkan bahwa laba tahun berjalan memiliki kualitas yang baik jika laba tersebut menjadi indikator yang baik untuk laba masa mendatang atau berhubungan secara kuat dengan arus kas operasi di masa mendatang (*future operating cash flow*). Pada umumnya kualitas laba perusahaan perusahaan besar biasanya lebih dipercaya oleh investor dalam berinvestasi, karena perusahaan dengan katagori berukuran besar ini dianggap mampu untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan berupaya meningkatkan kualitas labanya. Salah satu cara perusahaan meningkatkan laba adalah dengan melakukan promosi. Promosi digunakan untuk menginformasikan kepada orang mengenai produk dan membujuk para pembeli di pasar sasaran sebuah perusahaan, organisasi saluran, dan publik untuk membeli merknya (Buchori, 2015). Untuk melaksanakan kegiatan promosi perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cukup tinggi dan hal ini membutuhkan perencanaan yang cukup matang serta efektif untuk mengetahui seberapa besar beban promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan (Manti, 2015).

Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah negara, tanpa pajak kehidupan negara tidak dapat berangsur dengan baik.

Pembangunan infrastruktur, alokasi biaya pendidikan, subsidi biaya kesehatan, subsidi bahan bakar minyak (BBM), pembayaran gaji pegawai negeri sipil, gaji polisi, gaji TNI dan pembangunan fasilitas publik seperti rumah sakit, jalan raya, jembatan, pelabuhan, bandara, sekolah umum dan fasilitas publik lainnya semua dibiayai dari pajak. Semakin tinggi jumlah pajak yang terkumpul diharapkan semakin banyak fasilitas publik dan infrastruktur yang dibangun untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pajak merupakan ujung tombak pembangunan sebuah negara. Salah satu sumber pendapatan terbesar yang diterima oleh negara adalah pajak (Prasetya, 2013). Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983). Peranan pajak dalam pembangunan memang sangat dominan dan tidak dapat dipungkiri lebih dari 60% pendapatan negara bersumber dari penerimaan pajak.

Pajak memiliki fungsi *budgetair* dan fungsi *regulerend*. Fungsi *budgetair* adalah suatu fungsi dimana pajak digunakan sebagai alat untuk memasukkan dana secara optimal ke kas negara berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku. Berdasarkan kepentingan ini, pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai berbagai kepentingan. Fungsi *regulerend* yaitu pajak digunakan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu (Hanum, 2013) Contohnya, untuk mendorong ekspor produk Indonesia dipasaran dunia, pemerintah mengenakan tarif pajak untuk ekspor sebesar 0% dan mengenakan tarif pajak yang tinggi terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif (Mardiasmo, 2011).

Pada pelaksanaannya pajak sering kali masih dianggap sebagai beban bagi perusahaan yang akan mengurangi laba bersih perusahaan tersebut sehingga perusahaan akan melakukan berbagai cara untuk melakukan efisiensi beban pajak tersebut sehingga dapat meningkatkan laba. Salah satu beban atau biaya yang sering digunakan untuk mengurangi laba adalah beban promosi. Pengurangan beban promosi dari penghasilan bruto dapat mengurangi jumlah pajak penghasilan yang harus dibayar

perusahaan (Yunita, 2014). Untuk mengawasi biaya yang dibebankan dalam beban promosi tersebut pemerintah telah membuat suatu peraturan perpajakan dalam PMK-02/PMK.03/2010 pasal 2 dimana besarnya beban promosi dapat dikurangkan dari penghasilan bruto.

Menurut Maftuchan dan Saputro (2013), rendahnya tingkat realisasi penerimaan pajak dari target disebabkan karena tingginya tingkat penghindaran pajak dan penggelapan pajak, yang menunjukkan kurang efektifnya pengenaan pajak. Kurang efektifnya pengenaan pajak ini dikarenakan adanya penghindaran pajak juga biasanya ditutupi dengan kompleksitas struktur pajak perusahaan dengan tujuan menghindari atau mempersulit masuknya otoritas pajak. Hal tersebut membuat auditor eksternal menjadi lebih teliti dalam melakukan proses audit karena struktur pajak yang kompleks dapat juga digunakan untuk menutupi aktivitas penghindaran pajak. Audit yang lebih cermat akan meningkatkan reliabilitas informasi keuangan yang diaudit, namun di sisi lain ada aspek yang harus dikorbankan yaitu *timeliness* (Crabtree dan Kubick, 2014).

B. TELAAH PUSTAKA

1. Kualitas Laba

Pengertian laba menurut struktur akuntansi saat ini adalah laba merupakan selisih pengukuran pendapatan dan biaya secara akrual. Pada laporan keuangan, laba dipandang sebagai elemen yang komprehensif untuk menginterpretasikan kinerja suatu perusahaan secara keseluruhan. Manfaat laba tidak hanya karena laba berisi hasil operasi perusahaan tetapi juga pada metode penyusunan laba yang didasarkan pada metode akrual yang memberikan nilai tambah bagi laba tersebut. FASB (1992) dalam Niken (2009) menyatakan :

“Information about enterprise earnings based on accrual accounting generally provided better indication of an enterprise’s present and continuing ability to generate favorable cash flow than information limited to the financial effects of cash receipts and payment.”

Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan bahwa laba merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja operasional perusahaan. Informasi tentang laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan operasi yang ditetapkan. Baik kreditur maupun investor, menggunakan laba untuk

mengevaluasi kinerja manajemen, memperkirakan earnings power dan untuk memprediksi laba dimasa yang akan datang.

Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal harga saham yang ditransaksikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Laba yang tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja manajemen dapat menyesatkan pihak pengguna laporan. Jika laba seperti ini digunakan oleh investor untuk membentuk nilai pasar perusahaan, maka laba tidak dapat menjelaskan nilai pasar perusahaan yang sebenarnya. Bagi investor, laporan laba dianggap mempunyai informasi untuk menganalisis saham yang diterbitkan oleh emiten (Boediono, 2005) dalam Niken (2009).

Laba fundamental (*fundamental profit*) adalah ukuran profitabilitas akuntansi yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar dividen di masa depan. Pada sisi lain, laba yang dilaporkan (*reported earnings*) merupakan pertanda kurang baik yang harus diumumkan oleh perusahaan. Kualitas laba menunjuk pada seberapa cepat dan tepat laba yang dilaporkan mengungkapkan laba fundamental. Semakin tinggi kualitas laba, maka semakin cepat dan tepat laba yang dilaporkan

menyampaikan nilai sekarang dari dividen yang diharapkan. Kualitas laba menjadi perhatian para pengguna laporan keuangan karena laba berperan penting dalam pembuatan perjanjian dan keputusan investasi. Kualitas laba dapat diindikasikan sebagai kemampuan informasi laba memberikan respon kepada pasar. (Bellovary, 2005 dalam Surifah, 2010) mendefinisikan kualitas laba sebagai kemampuan laba dalam merefleksikan kebenaran laba perusahaan dan membantu memprediksi laba mendatang, dengan mempertimbangkan stabilitas dan persistensi laba. Laba mendatang merupakan indikator kemampuan membayar deviden masa mendatang.

2. Likuiditas

Likuiditas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan likuiditas jangka pendeknya perusahaan dengan melihat besarnya aktiva lancar relatif terhadap hutang lancarnya (Hanafi, 2015:37).

Pengukuran dengan menggunakan rasio likuiditas salah satunya adalah *current ratio*. *Current Ratio* adalah perbandingan antara aktiva lancar dan utang lancar (Kasmir, 2015:135). *Current Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi

kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi dengan menggunakan aktiva lancar yang dimilikinya. Menurut Hery (2015:149) Rasio likuiditas yang rendah menunjukkan kurangnya modal untuk membayar hutang dan meraih keuntungan atau menunjukkan likuiditas jangka pendek yang rendah. Rasio yang tinggi tidak selalu berarti bahwa perusahaan sedang dalam keadaan yang baik. Hal tersebut dapat berarti bahwa kas tidak digunakan sebaik mungkin. Selain itu, juga tidak menunjukkan bentuk dari penerimaan atau persediaan yang mungkin menyebabkan terjadinya rasio yang tinggi.

3. Leverage

Riyanto (2001:375) menyebutkan leverage adalah penggunaan sejumlah asset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan asset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap.

Mulyani (2013) menyebutkan bahwa perusahaan yang menggunakan hutang akan memiliki beban bunga yang harus dibayar. Sedangkan dalam Peraturan perpajakan, yakni dalam pasal 6 ayat 1 angka 3 Undang-Undang nomor 36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan terhadap penghasilan

kena pajak perusahaan. Peraturan ini memiliki implikasi bahwa semakin besar beban bunga yang dimiliki perusahaan, semakin besar pengurang penghasilan kena pajak. Selain itu, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi berarti memiliki hutang yang lebih banyak dibanding ekuitasnya. Hal ini dapat membuat perusahaan mengalami kesulitan dalam menanggung beban hutang berupa pokok dan bunga. Kesulitan menanggung beban hutang ini mampu menggiring perusahaan untuk melakukan penghematan beban pajak dengan cara melakukan penghindaran pajak.

Menurut Kasmir (2015:151) Rasio solvabilitas atau *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang, artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya.

4. Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu (Nugroho, 2011). Profitabilitas memberikan gambaran kemampuan manajemen menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari segala kegiatan operasional yang

dilakukan perusahaan. Untuk dapat bertahan dan berkembang perusahaan harus berada dalam keadaan *profitable*(untung). Pemilik perusahaan, pihak manajemen perusahaan dan terutama investor akan selalu berharap untuk peningkatan keuntungan, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan dapat menarik para investor untuk melakukan investasi yang dapat digunakan manajemen untuk meningkatkan usahanya. Untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan perusahaan kesulitan memperoleh investasi dari para investor.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan ke dalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005).

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 46/M-Dag/Per/9/2009 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan

Republik Indonesia Nomor 36/M-Dag/Per/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan, pada Pasal 3 mengatur :

1. SIUP Kecil wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. SIUP Menengah wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. SIUP Besar wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

6. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya, karena itu promosi juga sering dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Istilah promosi sangat erat hubungannya

dengan metode-metode yang mengkomunikasikan pada target produk yang harus dijual pada tempatnya dengan harga yang tepat, dalam penjualan sebagian mengutamakan pada kualitas yang rendah harganya serta motivasi lain yang menyebabkan orang membeli suatu barang atau jasa misal karena ikut-ikutan, harga diri dan pertimbangan-pertimbangan yang bersifat emosional kadang-kadang lebih dominan. Menurut Buchori (2015) bahwa “promosi adalah merupakan arus informasi satu arah, dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi, diarahkan kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”. Dalam ilmu pemasaran diperlukan adanya promosi, yaitu untuk memikat dan membuat daya tarik pembeli untuk membeli barang atau jasa yang kita jual. Sehingga dapat menghasilkan volume penjualan yang tinggi sesuai dengan tujuan yang kita harapkan.

Buchori (2015), Fungsi promosi dalam bauran pemasaran ialah untuk mencapai berbagai macam tujuan komunikasi dengan setiap pemirsa komponen bauran promosi meliputi periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas. Empat elemen bauran promosi tersebut biasanya dipakai dalam upaya meningkatkan citra perusahaan terhadap para

pesaingnya dan atau untuk menginformasikan, mendidik dan mempengaruhi sikap dan perilaku pembelian dari individu, perusahaan institusi, dan atau badan pemerintahan yang membentuk sebuah pasar sasaran. Tanggung jawab penting pemasaran adalah perencanaan dan pengkoordinasian sebuah strategi promosi terpadu dan pemilihan strategi untuk komponen promosi.

7. Efektifitas Pengenaan Pajak

Definisi pajak menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 yang mengatur tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pelaksanaan *official assessment system* telah berakhir pada tahun 1967 yaitu dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1967. Tahun 1967 sampai dengan 1983 masih menggunakan *semi self assessment system* dan *withholding system* secara penuh dalam sistem pemungutan pajak Indonesia yaitu

dengan diundangkannya Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) yang mulai berjalan pada 1 Januari 1984.

Mulyani (2013), mendefinisikan penghindaran pajak sebagai upaya wajib pajak dalam memanfaatkan peluang-peluang (*loopholes*) yang ada dalam undang-undang perpajakan, sehingga wajib pajak membayar pajak lebih rendah dari seharusnya.

Atas upaya wajib pajak memanfaatkan wajib pajak dalam memanfaatkan peluang-peluang (*loopholes*) yang ada dalam undang-undang perpajakan, perlu dilakukan pengawasan dalam efektifitas pengenaan pajak yang sudah dilakukan wajib pajak. Pehitungan efektifitas pengenaan pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan proksi *effective tax rate (ETR)*. Frank *et al* (2009) menggunakan proksi *ETR* untuk mengukur tingkat penghindaran pajak dalam penelitiannya karena dianggap dapat merefleksikan perbedaan tetap antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal. *Effective tax rate* mengukur pembayaran pajak penghasilan perusahaan sebagai persentase dari keuntungan ekonominya (laba akuntansinya). Ketika perusahaan melakukan penghindaran pajak melalui pengalihan pendapatan ke

luar negeri agar terbebas dari pajak, mengakui depresiasi asset lebih cepat dari penurunan aktual, atau mengklaim kredit pajak untuk pembelian usaha tertentu, maka saat itu penghasilan kena pajak akan jauh berada di bawah keuntungan ekonomi (laba akuntansi sebelum pajak). Hal ini menyebabkan *effective tax rate*(*ETR*) perusahaan berada di bawah tingkat pajak menurut hukum (*statutory tax rate*). Semakin jauh *effective tax rate*(*ETR*) suatu perusahaan dari *statutory tax rate*, semakin banyak celah peraturan yang dimanfaatkan perusahaan, maka semakin agresif penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Hal ini menjadikan *ETR* sebagai proksi yang sering digunakan dalam mengukur tingkat penghindaran pajak. *ETR* dihitung dengan membagi total beban pajak dengan laba akuntansi sebelum pajak. Total beban pajak adalah beban pajak penghasilan badan neto, sedangkan laba akuntansi sebelum pajak adalah laba komersial bersih sebelum pajak

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan menggunakan dokumentasi berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia periode tahun 2011-2015. Data dianalisis dengan teknik analisis data Path Analysis dengan program AMOS.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Likuiditas Terhadap Kualitas Laba

Diterimanya hipotesis pertama yang menyatakan Semakin tinggi Likuiditas, maka semakin rendah Kualitas Laba. Begitu pula sebaliknya semakin rendah likuiditas, maka semakin tinggi kualitas laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015.

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Kasmir (2008:130) yang dikutip oleh Fitri (2012) rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya jika perusahaan ditagih, maka perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo.

Tingkat likuiditas suatu perusahaan dapat dipandang dari dua sisi. Di satu sisi, tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan semacam ini cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi laba 63

yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan itu kredibel (Cooke, 1989 dalam Purwanti, 2010). Tetapi di lain pihak, likuiditas dapat juga dipandang sebagai ukuran kinerja manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan. Dari sisi ini, perusahaan dengan likuiditas rendah cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi laba kepada pihak eksternal sebagai upaya untuk menjelaskan lemahnya kinerja manajemen (Wallace et al, 1994 dalam Purwanti, 2010)

Likuiditas suatu perusahaan terlalu besar berarti perusahaan tersebut tidak mampu mengelola aktiva lancarnya semaksimal mungkin yang menjadikan kinerja keuangan tidak baik dan dimungkinkan ada manipulasi laba untuk mempercantik informasi laba tersebut (Irawati, 2012). Hal senada juga disampaikan Dira (2014) dan Sukmawati (2014), Jika likuiditas suatu perusahaan terlalu besar berarti perusahaan tidak mampu mengelola aktiva lancarnya semaksimal mungkin yang menjadikan kinerja keuangan tidak baik dan dimungkinkan ada manipulasi laba.

2. Pengaruh Leverage Terhadap Kualitas Laba

Diterimanya hipotesis kedua yang menyatakan Semakin tinggi

Leverage, maka semakin rendah kualitas laba, begitu pula sebaliknya semakin rendah leverage, maka semakin tinggi tinggi kualitas laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015.

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Riyanto (2011:375) menyebutkan leverage adalah penggunaan sejumlah asset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan asset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap, sedangkan menurut Kasmir (2015:151) Rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang, artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya.

Semakin besar utang perusahaan maka *financial leverage* semakin besar. Perusahaan dengan *leverage* tinggi menyebabkan investor kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan oleh perusahaan tersebut karena investor beranggapan bahwa perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran hutang terhadap *debtholders* daripada pembayaran dividen. Tingginya tingkat *leverage* mengakibatkan investor takut berinvestasi di perusahaan tersebut, karena investor tidak ingin mengambil risiko yang

besar. Sehingga pada saat pengumuman laba menga-kibatkan respon pasar menjadi relatif rendah. Respon pasar yang relatif rendah ini akan mencerminkan bahwa laba suatu perusahaan kurang atau tidak berkualitas. Dengan demikian semakin besar tingkat *leverage* maka semakin rendah kualitas laba suatu perusahaan hal ini diperkuat dengan hasil penelitian (Dhaliwal *et al*,1991) sebagaimana dikutip dalam (Wulansari, 2013). Selain itu tingkat *leverage* yang tinggi resiko perusahaan semakin besar hal ini dapat menyebabkan penurunan kualitas perusahaan jika modal yang diperoleh tidak bisa dikelola secara optimal (Purwanti, 2010).

Penelitian yang dilakukan oleh Arifin (2010) menyatakan, *leverage* menggambarkan tentang jumlah dana yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan dana yang didanai oleh kreditor. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi atau modal yang dimiliki perusahaan dibiayai dengan hutang yang besar maka menunjukan nilai jual perusahaan menjadi rendah. Perusahaan dinilai tidak mampu mengelola keuangan secara seimbang, sehingga bila *leverage* tinggi mengakibatkan kualitas laba menjadi rendah. Hal senada juga disampaikan oleh Anggraeni (2010), perusahaan yang mempunyai rasio

leverage yang tinggi berarti mempunyai proporsi utang yang lebih tinggi dibanding dengan proporsi aktivitya akan cenderung melakukan manipulasi laba.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba

Diterimanya hipotesis ketiga yang menyatakan Semakin tinggi Profitabilitas, maka semakin tinggi pula Kualitas Laba, begitu pula sebaliknya semakin rendah profitabilitas, maka semakin rendah kualitas laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 juga menurun.

Hasil temuan ini selaras dengan pendapat Munawir (2002) yang menyatakan Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu. *Return on assets* (ROA) merupakan salah satu pendekatan yang dapat mencerminkan profitabilitas suatu perusahaan. Pendekatan ROA menunjukkan bahwa besarnya laba yang diperoleh perusahaan dengan menggunakan total aset yang dimilikinya. Nasution (2014) *return on asset* (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan assetnya untuk memperoleh laba.

Hasil penelitian Gaol (2014) menyatakan adanya pengaruh positif antara profitabilitas dengan kualitas laba, karena profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Brigham dan Houston (2001:40) yang dikutip dari Gaol (2014) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang kecil. Tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan dengan dana yang dihasilkan secara internal. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ramanuningsih (2012) menyatakan semakin besar ROA semakin tinggi kualitas laba perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aset yang digunakan yang semakin tinggi dapat menunjukkan tingkat efisiensi investasi yang tampak pada tingkat perputaran aset.

Kinerja perusahaan dinilai baik apabila nilai ROA meningkat. Yang berarti perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba (Fitriyani, 2012). Pendapat yang sama juga disampaikan Setiawati (2014), dimana profitabilitas menggambarkan sejauh mana kemampuan aset yang dimiliki

Perusahaan dalam menghasilkan laba.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Laba

Diterimanya hipotesis keempat yang menyatakan Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi Kualitas Laba, begitu pula sebaliknya semakin kecil ukuran perusahaan, maka semakin rendah kualitas laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015.

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Sri Nurul Fajri dalam Ludhfiana(2014), ukuran perusahaan adalah suatu cara yang dapat mengklasifikasi perusahaan dengan berbagai cara yaitu total aset, jumlah penjualan, jumlah tenaga kerja, dan lain-lain. Semakin besar total aset maupun penjualan, maka akan semakin besar pula ukuran sebuah perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Kodrat (2008) sebagaimana dikutip dalam Rifai (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap laba. Ini mengindikasikan bahwa semakin besar nilai ukuran perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi peningkatan laba, hal senada juga disampaikan oleh Irawati (2012), Ukuran perusahaan berhubungan dengan kualitas laba karena semakin besar perusahaan

maka semakin tinggi pula kelangsungan usaha suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan.

Pada penelitian yang dilakukan Dira (2014), Perusahaan besar memiliki tingkat pengembalian (return) dan informasi yang lebih besar. Oleh sebab itu, investor lebih percaya kepada perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil dengan harapan memperoleh keuntungan (return) yang besar pula. Semakin tinggi kepercayaan investor, maka semakin tinggi pula kualitas laba. Menurut Siregar dan Utama (2005) Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam saham perusahaan tersebut semakin banyak. Perusahaan besar yang telah mencapai tahap kedewasaan mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan kecil. Bagi perusahaan yang stabil biasanya tingkat kepastian untuk memperoleh laba sangat tinggi. Sebaliknya, bagi perusahaan kecil besar kemungkinan laba yang diperoleh juga belum stabil karena tingkat kepastian laba lebih rendah.

5. Pengaruh Beban Promosi Terhadap Kualitas Laba

Diterimanya hipotesis kelima yang menyatakan Semakin meningkat beban promosi, maka semakin tinggi Kualitas Laba, begitu pula sebaliknya semakin menurun/rendah beban promosi, maka semakin rendah kualitas laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015 juga menurun.

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Taufan (2013) yang menyatakan Beban promosi adalah beban yang dikeluarkan perusahaan sehubungan dengan segala kegiatan untuk mempromosikan dan memasarkan produk baik berupa barang maupun jasa. Untuk tujuan jangka pendek ketika dibandingkan dengan investasi teknologi informasi, beban promosi memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap peningkatan profitabilitas. Philip Kotler (2009:94) *“Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its product the target market”*. Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Promosi yang sifatnya mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk dan image produk di hati konsumennya,

dan ini perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan barang atau jasa sebagai produksinya, (Wiadnyana, 2014).

Suatu perusahaan melakukan kegiatan promosi yang lancar agar produk yang dijual dikenali oleh masyarakat dan pada akhirnya berminat untuk membelinya. Untuk melaksanakan kegiatan promosi perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cukup tinggi dan hal ini membutuhkan perencanaan yang cukup matang serta efektif untuk mengetahui seberapa besar beban promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan, (Manti, 2015). Penelitian Pribadi (2015), Perusahaan yang berorientasi pada pasar selalu bermotifkan pencapaian laba yang maksimal dengan mengutamakan kepuasan konsumen, dalam mewujudkan tujuan tersebut diperlukan suatu cara yang efisien dimana kegiatan promosi sangat membantu dalam pencapaian tujuan tersebut.

Menurut Trisunu (2008), adanya pengaruh searah antara beban promosi dengan volume penjualan yang akan mempengaruhi laba perusahaan. Hal senada juga dikemukakan oleh Rustami (2014) yakni, adanya pengaruh secara parsial antara biaya produksi terhadap laba perusahaan.

6. Pengaruh Kualitas Laba Terhadap Effective Tax Rate

Diterimanya hipotesis keenam yang menyatakan Semakin tinggi Kualitas Laba, maka semakin baik pula *Effective Tax Rate (ETR)*, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas laba, maka semakin rendah pula *effective tax rate* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015 juga menurun.

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Hanlon (2005) dalam Fontanela dan Martani (2014) mengemukakan bahwa perusahaan dengan *Book Tax Different* yang besar memiliki persistensi laba yang rendah. Semakin buruk kualitas laba sebuah perusahaan maka semakin semakin besar penghindaran pajak yang dilakukan. Hal ini kemungkinan disebabkan karena perusahaan tidak mampu menjaga kualitas laba operasional yang baik secara terus menerus sehingga terdesak untuk melakukan penghindaran pajak. Rodriguez dan Arias (2012) dalam Ardyansah (2014) menyebutkan bahwa hubungan antara *profit* dan *Effective Tax Rate* bersifat langsung dan signifikan. Tingkat pendapatan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi cenderung memiliki tax burden yang tinggi.

Masri (2012) menyatakan bahwa tax avoidance adalah manipulasi laba secara legal yang masih sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak terutang. Tax evasion adalah manipulasi secara illegal untuk memperkecil jumlah pajak terutang. Secara logika, semakin tinggi nilai dari kualitas laba, berarti semakin tinggi nilai dari laba bersih perusahaan. Perusahaan yang memiliki laba tinggi memiliki kesempatan untuk memposisikan diri dalam tax planning yang mengurangi jumlah beban kewajiban perpajakan (Chen et al. 2010).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Likuiditas dalam hal ini *Current Ratio* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar -0.405 yang berarti semakin tinggi likuiditas (*Current Ratio*), maka semakin rendah kualitas laba, demikian juga sebaliknya.
2. Leverage dalam hal ini *Debt to Equity Ratio* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar -0.265 yang berarti semakin tinggi leverage (*Debt to Equity Ratio*), maka semakin rendah kualitas laba, demikian juga sebaliknya.
3. Profitabilitas dalam hal ini *Retun On Asset* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar 0.338 yang berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas (*Retun On Asset*), maka semakin tinggi kualitas laba, demikian juga sebaliknya.
4. Ukuran perusahaan dalam hal ini *Total Asset* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar 0.499 yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan (*Total Asset*), maka semakin tinggi kualitas laba, demikian juga sebaliknya.
5. Beban promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba sebesar 0.453 yang berarti bahwa semakin meningkat beban promosi, maka semakin tinggi kualitas laba, demikian juga sebaliknya.
6. Kualitas laba memiliki pengaruh signifikan terhadap efektifitas pengenaan pajak (*Effective Tax Rate*) sebesar 0.383 yang berarti bahwa semakin tinggi kualitas laba, maka semakin baik efektifitas pengenaan pajak (*Effective Tax Rate*), demikian juga sebaliknya.

Saran

1. Pihak manajemen perusahaan diharapkan mampu mengawasi dan memantau rasio likuiditas dan leverage karena variabel ini memiliki pengaruh negatif terhadap kualitas laba. kurang baiknya manajemen memanfaatkan kas yang ada bisa menyebabkan tingkat likuiditas yang tinggi demikian pula ketidakmampuan manajemen mengelola perusahaan bisa membuat tingkat leverage yang tinggi.
2. Pihak manajemen perusahaan diharapkan dapat mempertahankan nilai profitabilitas, ukuran perusahaan dan beban promosi karena variabel ini mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas laba. Perusahaan juga diharapkan dapat memperoleh titik optimal beban promosi agar dapat menghasilkan profitabilitas yang optimal pula.
3. Direktorat Jenderal Pajak diharapkan dapat mengawasi lebih ketat pemanfaatan *loophles* terhadap perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terutama terhadap perusahaan yang memiliki *effective tax rate*

bawah tingkat pajak menurut hukum (*Statutory Tax Rate*).

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Brelia Novita (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan Bidang Kelautan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Terhadap Kualitas Laba, Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi Sebelas Maret, Surakarta
- Ardiansah, Danis (2014). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, *Capital Intensity Ratio* Dan Komisaris Independen Terhadap *Effective Tax Rate* (ETR), Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Arifin, Muh (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan Bidang Kelautan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Terhadap Kualitas Laba
- Armstrong, C., J. Blouin., and D. Larcker (2012). *Corporate Governance, incentives, and Tax Avoidance. Journal of Accounting and Economics*
- Bambang, Riyanto, 2011. Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.

- Bambang, Riyanto, 2011. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Baridwan, Z.(2008). *Intermediate Accounting*. Edisi Sepuluh. BPFE.Yogyakarta
- Buchori (2015). Analisis Pengaruh Ketetapan Harga, Promosi, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Yestoya Way Jepara Lampung Timur, STIE Lampung Timur
- Chen, S., chen,X., cheng q and shelin, T. (2010). *Are Family Firms more Tax Aggressive than non Family Firms? Journal Of Financial Economics*, 95, 41-61.
- Dira, Prawisanti (2014). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Pertumbuhan Laba, Dan Ukuran Perusahaan Pada Kualitas Laba, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana
- Fitri, Yuriana (2012). Pengaruh Manajemen Laba, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Tahunan, Jurnal Ilmiah Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2012
- Fitriyani (2012). Keterkaitan Kinerja Lingkungan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Kinerja Finansial, Universitas Diponegoro, Semarang
- Frank, M., Lynch, L.J. dan Rego, S.O. (2009) *Tax Reporting Aggressiveness and its Relation to Aggressive Financial Reporting. The Accounting Review*, 84 (2), 467-496.
- Gaol, Lumban Karolus (2014). Pengaruh Asimetri Informasi, Leverage, Kualitas Akrua, Dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei 2010-2011)
- Hanafi, Mamduh M (2008). Manajemen Keuangan, BPFE Yogyakarta
- Hanum, Hashemi Rodhian (2013). Pengaruh Karakteristik Corporate Governance Terhadap Effective Tax Rate (ETR). Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2015). Teori Akuntansi (Revisi 2011). Cetakan 11, Jakarta: Penerbit Rajawali Pers

- Hery (2015). Analisis Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan. Yogyakarta: CAPS (*Center For Academic Publisng Services*).
- Irawati, Dhian Eka (2012). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba, *Accounting Analys Journal*
- Kanwil DJP Bali (2011). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah dirubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Denpasar.
- Kasmir (2015). Analisis Laporan Keuangan, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler Philip. 2009. Manajemen Pemasaran Jild 2. Jakarta: Erlangga
- Ludhfiana Rahayu Novia Sari. (2014). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan *Good Corporate Governance* terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2012”. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maftuchan,Ah.,dan Wiko Saputro (2013). Fact Sheet: Evaluasi Realisasi Penerimaan Pajak Tahun 2013 Berada Pada Titik Terendah Sejak 2011. The Prakarsa.
http://issuu.com/theprakarsa/docs/fact_sheet_-_evaluasi_realisasi_pen/1
- Manti Sepriyanti, Machmud Rizan, Amali Lanto Miriatin (2015). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Premi Pada Pt. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo Periode 2005-2014, Universitas Negeri Gorontalo
- Mardiasmo (2011).Perpajakan.Edisi Revisi.Yogyakarta.Penerbit Andi
- Mareta, Yoehana. 2013. “Analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresiitas pajak”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Martani, Dwi, &Fontanella, Amy (2014). Pengaruh Karakteristik terhadap Book tax Differences (BTD) padaperusahaan listed di Indonesia. SNA 17.
- Masri, Indah (2012). Pengaruh *Tax Avoidance* Terhadap Cost Of Debt, Program Pasca Sarjana Ilmu Akuntansi Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

- Mulyani, Sri, & Darminto, Endang. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Koneksi Politik, dan Reformasi Perpajakan Terhadap Penghindaran Pajak (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008- 2012).
- Munawir. S. (2010). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Keempat, Cetakan Keenam Belas. Penerbit Liberty. Yogyakarta
- Nasution, Rizka (2014). Pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Earning Per Share* (EPS), dan *Return on Equity* (ROE) terhadap *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2009-2012, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang
- Niken Susanti Anggraeni, 2009. Analisis Pengaruh Mekanisme *Corporate* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Laba Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Fakultas Ekonomi Sebelas Maret Surakarta
- Nugroho Elfiant (2011). Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Paulus, Christian (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laba, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 46/M-Dag/Per/9/2009 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-Dag/Per/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan
- Prasetya, Budi (2013). Penerimaan Pajak Tumbuh 34,24 Persen. Bandung: Pikiran Rakyat URL: <http://www.pikiran-rakyat.com/node/261974> diakses 13 April 2014
- Pribadi, Juang Tegag (2015) Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih (Survei Pada Tiga Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2014), Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung

- Purwanti, Titin (2010). Analisis Pengaruh Volatilitas Arus Kas, Besaran Akrua, Volatilitas Penjualan, Leverage, Siklus Operasi, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Ramanuningsih, Pika (2012). Pengaruh ROA, Leverage dan Growth Terhadap Kualitas Laba (studi Empiris Perusahaan Basic Industri and Chemical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2007-2010), Fakultas Ekonomi Sebelas Maret Surakarta
- Rifai, Moh dkk (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2010-2012, Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang
- Rustami, Putu (2014) Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis, Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
- Setiawati, Erma (2014). Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011), Seminar Nasional Dan Call For Paper (Sancall 2014).
- Siallagan, Hamonangan dan Mas'ud Machfoedz (2006). Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IX Padang
- Siregar, Syla Veronica dan Utama, Siddharta (2005). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek *Corporate Governance* Terhadap Pengelolaan Laba (*Earnings Management*), Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta
- Sukmawati, Shanie (2014). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Return On Asset Terhadap Kualitas Laba, *Accounting Analys Journal*

- Surifah (2010) Kualitas Laba Dan Pengukurannya, Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta
- Sutopo, Bambang (2009). Manajemen Laba dan Manfaat Kualitas Laba dalam Keputusan Investasi. Universitas Negeri Semarang, Semarang
- Suwito, Edy dan Herawaty Arleen (2005). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. SNA VII Solo.
- Taufan Aly, 2013 Hubungan Investasi Teknologi Informasi Dan Profitabilitas Dengan Pendapatan Dan Beban Operasional Sebagai Variabel Pemeditasi, Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Trisunu, Antonius Yuwono (2008). Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Perusahaan Melalui Penigkatan Volume Penjualan, Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta
- Utami ,Wahyu Tri (2015). Pengaruh Kepemilikan Keluarga Terhadap Tindakan Pajak Agresif Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun2010 - 2013), Universitas Islam Sultan Agung
- Waluyo (2010).Perpajakan Indonesia.Jakarta. Salemba Empat
- Wiadnyana, Made Juni (2014). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Ud Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012, Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
- Wibowo, Nina (2009). Analisis Pengaruh Komponen-Komponen Aktual Diskresioner Sebagai Ukuran Kualitas Laba Terhadap Abnormal Return Saham, Yogyakarta.Universitas Islam Indonesia
- Wirawan B Ilyas, Richard Burton. 2007. Hukum Pajak. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Wulansari, Yenny (2013). Pengaruh Investment Opportunity Set,

Likuiditas Dan Leverage Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Yusriwati.(2012) Likuiditas, Solvabilitas dan Rentabilitas terhadap Laba Pada PT. Unilever Indonesia. Fakultas Akuntansi, Universitas Indragiri Tembilahan