
Reputasi perusahaan keluarga: *Accrual dan real earnings management*

JBB
10, 2

William Sebastian Tanusaputra, Rizky Eriandani*

Universitas Surabaya, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

265

ABSTRACT

This study examined the effect of earnings management on reputation in family firms listed on the Indonesia Stock Exchange (ISE). The data were collected from audited financial reports of companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 2017-2019. The data were selected by using a purposive sampling towards 264 companies. The data of company reputation comes from the corporate image reward website, and they were analyzed using logistic regression. The results showed there is no effect of accrual earnings management (AEM) on the family firms' reputation. On the contrary, real earnings management (REM) has a significant negative effect on family firms. This result implies that earnings manipulation by adjusting the company's operations will result in a bad reputation.

Received 16 January 2021
Revised 11 February 2021
Accepted 18 February 2021

JEL Classification:

D22, D24, D25

DOI:

10.14414/jbb.v10i2.2445

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen laba terhadap reputasi perusahaan keluarga di Indonesia. Data dikumpulkan dari laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit. Pengambilan sampel dengan metode purposive sampling, dan didapatkan data penelitian sebanyak 264 tahun perusahaan yang listed pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Data reputasi perusahaan berasal dari website corporate image reward. Teknik Analisis data menggunakan regresi logistic. Hasil regresi menunjukkan tidak ada pengaruh antara accrual earnings management (AEM) terhadap reputasi perusahaan keluarga. Sebaliknya, real earnings management (REM) berpengaruh signifikan negatif terhadap perusahaan keluarga. Hasil ini memberi implikasi bahwa manipulasi laba yang dilakukan dengan mengatur operasional perusahaan akan mengakibatkan reputasi yang buruk.

Keyword:

Earnings Management, Reputation, Family Firm.

1. PENDAHULUAN

Manajemen laba, yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan, dapat berdampak pada reputasi perusahaan. Laporan keuangan tersebut merupakan sumber utama pengambilan keputusan bagi pengguna laporan keuangan. Oleh karena itu, manajer cenderung untuk memberikan citra yang menguntungkan kepada pemegang saham. Dengan mempertimbangkan teori agensi, manajer memiliki motivasi yang diperlukan untuk melakukan manajemen laba (Healy & Wahlen, 2005). Adapun Lewis (2001) menyatakan manajemen laba akan membawa konsekuensi negatif pada perusahaan dalam jangka panjang di pasar, Di dalam keadaan seperti itu, perusahaan akan cenderung mengoptimalkan gambaran konseptual dan reputasi perusahaan untuk menyelamatkan diri dari pasar, Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa reputasi memberikan beberapa keuntungan finansial ataupun non-finansial bagi perusahaan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan cenderung untuk membangun reputasi yang baik bagi pemegang saham, Martin et al. (2016) juga menemukan bahwa perusahaan keluarga cenderung mencegah melakukan manajemen laba untuk menjaga reputasi, dan

Journal of
Business and Banking

ISSN 2088-7841

Volume 10 Number 2
November 2020 - April 2021

pp. 265-277

© STIE Perbanas Press
2021

dampak butuk manipulasi laba justru lebih besar terjadi pada perusahaan keluarga. Sementara Lewis (2001) menyatakan, bahwa perusahaan akan memperbaiki reputasi perusahaan daripada manajemen laba karena manajemen laba membawa dampak negatif dalam jangka panjang. Hal tersebut menunjukkan fakta bahwa reputasi memberikan beberapa keuntungan *non-finansial* bagi perusahaan.

Perusahaan keluarga sendiri diartikan sebagai kepemilikan yang terkonsentrasi oleh pihak-pihak yang memiliki kepemilikan sebesar 25% (mayoritas). Kepemilikan mayoritas tersebut membuat suatu pihak dapat memiliki kontrol terhadap perusahaan, atau setidaknya ada satu anggota keluarga pendiri atau pengakuisisi yang menduduki posisi eksekutif (Bertrand & Schoar, 2006). Sementara jumlah perusahaan keluarga di Indonesia lebih dari 95% populasinya adalah perusahaan milik keluarga (PwC, 2014). Sebagai perusahaan keluarga, usaha menjaga reputasi merupakan hal utama bagi perusahaan. Masyarakat umum menyadari bahwa suatu perusahaan dikuasai oleh keluarga cenderung reputasinya menjadi perhatian bagi masyarakat karena keluarga memiliki kekuatan penuh dalam perusahaan untuk mempertahankan kinerja yang baik (Deephouse & Jaskiewicz, 2013). Akan tetapi, justru Chi et al. (2015) menemukan bukti bahwa kepemilikan keluarga dengan manajemen laba berhubungan positif. Pengaruh positif ini mungkin berasal dari dampak *entrenchment* dari perusahaan keluarga

Keterlibatan keluarga dalam perusahaan sebagai pemegang saham pengendali dapat memengaruhi perusahaan dalam berbagai aspek. Salah satu aspek tersebut adalah keputusan financial (Andres, 2008). Inilah yang menjadi salah satu faktor terjadinya manajemen laba di dalam perusahaan keluarga dan akhirnya berdampak pula pada reputasi perusahaan itu sendiri. Penelitian yang dilakukan di Turkey tentang reputasi perusahaan dan performa keuangan oleh Caliskan et al., (2011), memberikan bukti empiris bahwa – meskipun reputasi organisasi tidak berkontribusi pada *Return on Equity* (ROE – ROE perusahaan itu sendiri dapat meningkatkan reputasi organisasi. Penelitian Achleitner et al. (2014) membuktikan bahwa perusahaan keluarga menggunakan *accrual earnings management* dan *real earnings manajemen* secara substitusi (*trade off*). Saat banyak melakukan *real earnings management*, perusahaan keluarga akan mengurangi *accrual earnings management*. Ini menandakan perusahaan keluarga lebih cenderung untuk menerapkan manajemen laba secara strategis.

Dalam kegiatan manajemen laba, Salehi et al., (2019) berargumen bahwa ada hubungan negatif antara manajemen laba dan reputasi perusahaan keluarga. Ini menunjukkan adanya perilaku oportunistik yang akibatnya memperburuk reputasi perusahaan di lingkungan bisnis. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rodriguez-ariza et al., (2015) yang menganalisis konsekuensi praktik manajemen laba pada reputasi perusahaan. Bukti empiris mereka menunjukkan dampak negatif dari praktik akuntansi diskresioner ini terhadap citra perusahaan. Adapun temuan yang menguji konsekuensi manajemen laba terhadap reputasi perusahaan menunjukkan tidak ada hubungan dalam hal ini. Ini disebabkan oleh pengaturan laba akuntansi yang bukan merupakan satu-satunya faktor yang mempengaruhi pandangan stakeholder atas perusahaan. Faktor lain yang dapat memengaruhi pandangan stakeholder

adalah tanggungjawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*), dan sebagainya.

JBB
10, 2

Dari beberapa penelitian terdahulu, mereka lebih banyak mengidentifikasi perusahaan keluarga dan motifnya untuk melakukan manajemen laba (Chi et al., 2015; Martin et al., 2016; Paiva et al., 2019). Masih sedikit yang mengeksplorasi benarkah apakah yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan keluarga dilakukan dengan manajemen laba atau tidak. Itu sebabnya, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi untuk melengkapi keterbatasan penelitian sebelumnya dengan menganalisis bagaimana dengan perusahaan keluarga yang ada di Indonesia.

267

2. RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Manajemen laba secara akrual dilakukan karena adanya kelemahan kebijakan dari manajemen dalam menentukan suatu penerapan praktik akuntansi. Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan *adjustment* dalam pelaporan keuangan dan dalam penataan transaksi untuk mengubah laporan keuangan. Pada akhirnya, ini dapat menyesatkan pemahaman *stakeholder* tentang kinerja ekonomi perusahaan (Healy & Wahlen, 1999). Manajemen laba adalah contoh sempurna dari tindakan tidak etis yang melibatkan penilaian moral, karena berada dalam ketidakjelasan antara legitimasi dan fraud (Elias, 2002). Tingkat manajemen laba yang lebih tinggi meningkatkan kemungkinan bahwa perilaku mereka yang mempengaruhi praktik manajemen laba akan dianggap tidak etis. Oleh karena itu, dalam teori agensi, penggunaan manajemen laba yang agresif merupakan tindakan *moral hazard* dimana asimetri informasi dapat menyebabkan top manajer atau pemegang saham mayoritas dapat menipu orang lain tentang kesehatan keuangan perusahaan (Zhang et al., 2008).

Real earnings management adalah sebuah teknik memanipulasi laba melalui aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sehari-hari selama suatu periode akuntansi tersebut berlangsung. Menurut Roychowdhury, (2006), manajer, dalam proses melaporkan kinerja keuangan perusahaan, tidak hanya melalui metode dan estimasi akuntansi saja, tetapi juga melalui keputusan kegiatan operasional.

Reputasi Perusahaan Keluarga

Reputasi merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya yang berkelanjutan. Dengan reputasi, perusahaan juga dapat menjaga terjadinya hubungan jangka panjang dengan *stakeholder*. Reputasi dapat dikatakan sebagai aset tak berwujud paling berharga yang membantu menopang organisasi sepanjang hidupnya. Selanjutnya, reputasi perusahaan yang baik dianggap melindungi organisasi pada saat krisis. Namun, hanya ada satu insiden negatif yang dapat merusak reputasi (Shamma, 2012). Untuk mengelola risiko investasi seorang investor mempertimbangkan informasi akuntansi yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Ketika informasi tidak tersedia atau tidak dicari oleh investor (yang dalam hal ini investor non-profesional), kehadiran keluarga dan reputasi perusahaan keluarga dapat berfungsi sebagai *proxy*. Ini untuk memberikan sinyal tentang kualitas perusahaan sebagai peluang investasi, karena keluarga (pemilik) biasanya memandang perusahaan keluarga

sebagai perpanjangan dari diri mereka sendiri. Dengan demikian, perusahaan keluarga termotivasi untuk melindungi eputasi perusahaan mereka. Reputasi adalah aset yang kuat, alegasi yang dapat ditransfer dari satu generasi ke generasi lainnya. Reputasi perusahaan keluarga yang positif meningkatkan status sosial keluarga, sementara reputasi perusahaan keluarga yang *negated* mengurangnya. Hal ini mendorong keluarga untuk berperilaku lebih bereputasi untuk memperkuat reputasi perusahaan keluarga (Ward, 1997).

Jika perusahaan-perusahaan keluarga ini memilih untuk sering muncul di media. Oleh sebab itu, kehadiran perusahaan keluarga dan reputasinya akan menjadi relevan bagi investor non-professional yang cenderung dibingungkan oleh berita tentang perusahaan keluarga. Media telah terbukti mempengaruhi daya tarik saham perusahaan dan karenanya bertindak sebagai pengungkit sehingga perusahaan mengelola reputasi mereka dan menghindari harga saham yang menurun karena berita buruk. Karena investor non-profesional mungkin tidak selalu memiliki akses ke penasihat profesional, mereka akan bergantung pada sinyal tentang kualitas kinerja perusahaan melalui berita tentang anggota keluarga (kehadiran keluarga) serta bisnis keluarga (Siikanen et al., 2018).

Earnings Management dan Reputasi Perusahaan

Sebagai perusahaan keluarga, bagi perusahaan, menjaga reputasi adalah hal utama karena masyarakat umum cenderung memerhatikannya. Deephouse dan Jaskiewicz (2013) mengatakan bahwa perusahaan keluarga memiliki reputasi yang lebih baik dibanding perusahaan non-keluarga. Gómez-Mejía et al. (2007) mendeskripsikan *Socioemotional wealth* (SEW) sebagai konstruksi menyeluruh yang menangkap sejumlah afeksi yang diturunkan oleh kepala keluarga sebagai bagian dari posisi kepemilikan mereka di perusahaan. Berbagai aspek yang biasanya dikaitkan dengan kekayaan sosioemosional telah digunakan untuk mempelajari bagaimana keluarga memperoleh rasa diri dan identitas dari perusahaan, rasa kebanggaan, dan sebagainya (Martin et al., 2016).

Dalam kegiatan manajemen laba, Salehi et al., (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh negatif manajemen laba terhadap reputasi perusahaan yang berarti terjadi perilaku oportunistik dari pihak manajemen kepada pengguna informasi, jika berkelanjutan akan memperburuk reputasi perusahaan keluarga. Temuan ini juga didukung oleh Rodriguez-ariza et al., (2015) pada analisis pekerjaan konsekuensi praktik manajemen laba pada reputasi perusahaan. Bukti empiris mereka menunjukkan dampak negatif dari praktik akuntansi diskresioner ini terhadap citra perusahaan. Adapun temuan Retna et al., (2017) –yang menguji konsekuensi manajemen laba terhadap reputasi perusahaan– menunjukkan tidak ada hubungan dalam hal ini karena manajemen laba bukan merupakan satu-satunya faktor yang mempengaruhi pandangan stakeholder atas perusahaan. Factor lain yang mempengaruhi pandangan stakeholder adalah tanggungjawab sosial perusahaan (CSR), tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*), dll.

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa hasil penelitian mengenai manajemen laba dan reputasi perusahaan belum konsisten, dan hanya menggunakan *accrual earnings management*. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: *Accrual Earnings Management* berpengaruh pada reputasi perusahaan keluarga.
 H2: *Real Earnings Management* berpengaruh pada reputasi perusahaan keluarga.

JBB
10, 2

3. METODE PENELITIAN

Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive judgemental sampling* dan diperoleh sebanyak 264 data. Berikut merupakan kriteria pengambilan sampel:

- Perusahaan harus terdaftar di sektor industri manufaktur dalam BEI berturut-turut selama periode 2017-2019.
- Memiliki laporan keuangan lengkap selama periode penelitian.
- Perusahaan menggunakan mata uang rupiah (Rp) dalam penulisan laporan keuangan.
- Perusahaan menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor independen dan periode akuntansinya berakhir pada 31 desember.
- Perusahaan telah tercatat di BEI (listing) minimal 1 tahun sebelum periode penelitian.
- Merupakan perusahaan keluarga yang diukur dengan cara yang sejalan dengan (Kashmiri & Mahajan, 2010) dan (Landry, Deslandes, & Fortin, 2013) variabel penjelas konsentrasi kepemilikan digunakan sebagai indeks *FAMILY*.

Hipotesis 1 menduga terdapat hubungan antara manajemen laba akrual dengan reputasi perusahaan keluarga. Hipotesis 1 diterima jika Uji *Wald* (Variabel in the Equation Enter) nilai signifikansi $<0,05$ dan ditolak jika nilai signifikansi $>0,05$. Pengujian dengan model regresi logistik digunakan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variable independen terhadap variable dependen pada hipotesis 1. Dengan persamaan:

$$\text{REPUTATION}_{it} = \beta_1 \text{AEM} + \beta_2 \text{WOC}_{it} + \beta_3 \text{FIP}_{it} + \beta_4 \text{EPS} + \beta_5 \text{QAF}_{it}$$

Hipotesis 2 menduga terdapat hubungan antara manajemen laba akrual dengan reputasi perusahaan keluarga. Hipotesis 1 diterima jika Uji *Wald* (Variabel in the Equation Enter) nilai signifikansi $<0,05$ dan ditolak jika nilai signifikansi $>0,05$. Pengujian dengan model regresi logistic digunaka untuk mengetahui pengaruh dari setiap variable independen terhadap variable dependen pada hipotesis 1. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{REPUTATION}_{it} = \beta_1 \text{REM} + \beta_2 \text{WOC}_{it} + \beta_3 \text{FIP}_{it} + \beta_4 \text{EPS} + \beta_5 \text{QAF}_{it}$$

Catatan:

- REP_{it} = Reputasi perusahaan keluarga
 AEM_{it} = Manajemen laba akrual
 REM_{it} = Manajemen laba nyata
 WOC_{it} = Working capital
 FIP_{it} = Kinerja keuangan
 EPS_{it} = Laba per saham
 QAF_{it} = Perputaran auditor

Pengukuran Variabel.

Variabel Dependen. Reputasi perusahaan keluarga (REP): data berasal dari website *corporate image reward* untuk periode 2017-2019. Jika perusahaan tersebut ada dalam daftar website, perusahaan ditandai dengan 1, dan 0 sebaliknya.

Variabel Independen. Manajemen Laba (EM): terdiri dari perubahan dalam laporan keuangan yang menyimpang dari laporan pada kinerja utama perusahaan yang dibagi menjadi dua jenis yaitu manajemen laba akrual dan manajemen laba nyata.

Pengukuran Manajemen Laba Akrual (AEM). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rodriguez-Ariza et al., (2016), model Jones yang disesuaikan (1991) adalah model terbaik untuk menggambarkan dan memperkirakan EM. Model ini digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung *discretionary accruals* (DA). Dalam model Jones yang disesuaikan, pertama, total item akrual dihitung sebagai berikut:

$$TA = \Delta CA_{it} - \Delta CL_{it} - \Delta CASH_{it} - \Delta STD_{it} - \Delta EP_{it}$$

- TA_{it} = total akrual i pada tahun t
- ΔCA_{it} = selisih aset lancar antara tahun t dan t-1
- ΔCL_{it} = selisih hutang saat ini antara tahun t dan t - 1
- $\Delta CASH_{it}$ = selisih dalam kas antara tahun t dan t - 1
- ΔSTD_{it} = perubahan bagian saat ini dari hutang jangka panjang antara tahun t dan t - 1
- ΔEP_{it} = biaya penyusutan pada tahun t.

Setelah menghitung TA selanjutnya akan menghitung non-DA melalui rumus berikut:

$$\frac{TA}{A_{it-1}} = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC}{A_{it-1}} \right) + \alpha \left(\frac{PPE}{A_{it-1}} \right)$$

- ΔREV_{it} = selisih dalam penjualan antara tahun t dan t - 1
- ΔREC_{it} = selisih dalam piutang dagang antara tahun t dan t - 1
- PPE_{it} = properti bruto, mesin, dan peralatan dari perusahaan tersebut
- A_{it-1} = total nilai buku dari aset perusahaan i di tahun t-1

Kemudian masukan kedalam rumus berikut:

$$NDA = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC}{A_{it-1}} \right) - \alpha \left(\frac{PPE}{A_{it-1}} \right)$$

Setelah menemukan non-DA, peneliti menghitung DA/AEM sebagai berikut:

$$DA = \left(\frac{TA}{A_{it-1}} \right) - NDA$$

Pengukuran Manajemen Laba Nyata (REM). Seperti yang dilakukan oleh Roehowdhury (2006), tiga kriteria tingkat abnormal arus kas operasional, tingkat abnormal biaya produksi dan tingkat abnormal biaya diskresi digunakan untuk mengukur tingkat manipulasi kegiatan nyata.

Hitungan tingkat abnormal arus kas operasional sebagai berikut:

$$\frac{CFO}{A_{it-1}} = \beta \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta \left(\frac{SALES}{A_{it-1}} \right) + \beta \left(\frac{\Delta SALES}{A_{it-1}} \right)$$

CFO_{it} = arus kas operasional pada akhir tahun t
A_{it} = total nilai buku dari aset di tahun t
A_{it-1} = nilai buku dari aset di tahun t-1
SALES_{it} = penjualan di tahun t
ΔSALES_{it} = perubahan penjualan perusahaan

Hitungan biaya produksi abnormal sebagai berikut:

$$\frac{PROD}{A_{it} - 1} = \beta \left(\frac{1}{A_{it}} \right) + \beta \left(\frac{SALES}{A_{it} - 1} \right) + \beta \left(\frac{\Delta SALES}{A_{it} - 1} \right) + \beta \left(\frac{SALES_{t-1}}{A_{it} - 1} \right)$$

PROD_{it} = biaya produksi pada akhir tahun t, yang sama dengan HPP + selisih inventaris.

A_{it} = total nilai buku dari aset di tahun t
A_{it-1} = total nilai buku dari aset di tahun t-1
SALES_{it} = penjualan di tahun t
SALES_{it-1} = penjualan di tahun t-1
ΔSALES_{it} = perubahan penjualan perusahaan

Hitungan biaya diskresi abnormal sebagai berikut:

$$\frac{DISEXP}{A_{it} - 1} = \beta \left(\frac{1}{A_{it}} \right) + \beta \left(\frac{SALES}{A_{it} - 1} \right)$$

DISEXP_{it} = biaya diskresioner perusahaan i pada akhir tahun t, yang sama dengan biaya kantor dan penjualan.

A_{it} = total nilai buku dari aset di tahun t
A_{it-1} = total nilai buku dari aset di tahun t-1
SALES_{it} = penjualan di tahun t

Setelah semuanya dihitung, maka untuk menghitung variable manajemen laba nyata, komponen residual dari 3 persamaan regresi akan distandarisasi dan dijumlahkan bersama untuk mendapatkan manajemen laba nyata.

$$REM = (-OCF) + (-DISEXP) + (PROD)$$

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Tabel 1, menunjukkan statistik deskriptif yang menjelaskan mengenai gambaran karakteristik-karakteristik sampel penelitian yang mewakili populasinya. Nilai rata-rata AEM sebesar 0.0762 ini menunjukkan bahwa rata-rata praktik *accrual earnings management* seluruh badan usaha yang menjadi sampel penelitian sebesar 7.62%. Adapun rata-rata praktik *real earnings management* di seluruh badan usaha yang menjadi sampel penelitian justru minus 19.86%.

Tabel 2, menjelaskan variabel Reputasi Perusahaan keluarga selama periode 2017-2019 pada seluruh sampel penelitian. Perusahaan yang memperoleh Reputasi (1) terdapat 75 perusahaan atau perusahaan yang memiliki nilai-nilai reputasi perusahaan pada nilai indeks perhitungan (*corporate image index*) yang dihitung oleh team survei *Frontier Consulting Group*. Perusahaan yang tidak memiliki reputasi (0) terdapat 189 perusahaan atau perusahaan yang tidak memiliki nilai-nilai reputasi perusahaan pada nilai indeks perhitungan (*corporate image index*) yang dihitung oleh team survei *Frontier Consulting Group*.

Berdasarkan hasil pengujian *Hosmer and Lemeshow's test* pada Tabel 3, terlihat bahwa model penelitian sudah tepat dan dapat digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan. Pada Tabel 4 disajikan hasil pengujian regresi logistic dari kedua model. Berdasarkan Tabel tersebut, variabel AEM menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari lima persen (> 0.05), artinya Hipotesis 1 ditolak. Adapun variabel REM menunjukkan nilai signifikansi 0.027 ($< 5\%$), artinya Hipotesis 2 diterima.

Sejalan dengan penelitian Retna et al. (2017), hasil penelitian ini tidak memberikan bukti empiris adanya pengaruh antara *accrual earnings management* terhadap reputasi perusahaan keluarga. Hasil yang tidak signifikan ini dapat dijelaskan dengan beberapa argumen. Pertama, berdasarkan statistic deskripsi pada Tabel 1, terlihat bahwa nilai *accrual earnings management* tidak terlalu tinggi, artinya perusahaan sampel tidak banyak melakukan manajemen laba akrual, sehingga mungkin tidak memberi dampak pada reputasi perusahaan keluarga. Kedua, perusahaan dalam sampel lebih banyak melakukan *real earnings management* dibanding *accrual earnings management*, sejalan dengan hasil penelitian (Achleitner et al., 2014) yang menyatakan bahwa perusahaan keluarga melakukan manajemen laba secara strategis, dimana saat REM tinggi maka AEM akan ditekan. Ketiga, manajemen laba yang dilakukan dengan mengatur akrual bukan merupakan faktor yang mempengaruhi pandangan stakeholder atas reputasi perusahaan di Indonesia.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Dev.
AEM	264	0.0002	0.8658	0.0762	0.0577
REM	264	-15.4471	2.0476	-0.1986	1.7300
WOC	264	-5,398	29,096	1,643	4,972
FIP	264	-10.5712	0.9488	-0.0068	0.7712
EPS	264	-1625,9	35,303	540.660	3,591.85

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 2
Statistik Deskriptif - Reputasi

	Frequency	Percent	Cummulative Percent
Tidak Bereputasi	189	71.6	71.6
Bereputasi	75	28.4	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 3
Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*

Evaluasi	Kriteria	<i>Hosmer and Lemeshow test</i>	Evaluasi Model
Model 1	>0.05	0.122	Good Fit
Model 2	>0.05	0.197	Good Fit

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

	Model 1		Model 2	
	B	Sig	B	Sig
AEM	5.258	0.224		
REM			-0.245	0.027
QAF	20.496	0.997	21.289	0.997
FIP	-0.3	0.229	-0.322	0.197
WOC	0	0.717	0	0.14
EPS	0	0.273	0	0.234
Constant	-21.193	0.997	-22.382	0.997
Nagelkerke R Square	0.187		0.212	

Sumber: Data Diolah, 2020

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pandangan stakeholder seperti tanggung jawab sosial dan lingkungan dan tata kelola perusahaan yang baik. Faktor yang digunakan oleh Lembaga *Survey Frontier Group* dalam mengukur reputasi perusahaan yang artinya stakeholder juga akan memerhatikan hal tersebut sebagai faktor-faktor lain yang mempengaruhi reputasi perusahaan keluarga seperti kualitas perusahaan dalam melayani konsumen, kualitas produk, inovasi yang dilakukan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, *dream workplace company*, *company with high quality employees*. Hal ini juga ditunjukkan dari nilai Nagelkerke R Square sebesar 18.7% yang artinya manajemen laba akrual memengaruhi reputasi perusahaan keluarga sebesar 18.7% sedangkan 81.3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti yang disebutkan diatas. Keempat, hasil penelitian di negara berkembang mungkin berbeda dengan negara maju karena literatu budaya dan tindakan hukum yang berbeda (Liu & Tsai, 2016).

Berdasarkan Tabel 4, uji pengaruh variabel secara parsial, *real earnings management*. Ini menunjukkan pengaruh signifikan negatif terhadap reputasi perusahaan keluarga. Hasil penelitian ini sejalan dengan Salehi et al. (2019) yang menjelaskan pengaruh negatif tersebut karena pengguna informasi laporan perusahaan mengevaluasi kualitas laporan keuangan, terutama laporan laba rugi, dalam proses pengambilan keputusan mereka. Jika angka dalam laporan dimanipulasi, maka mereka cenderung tidak menggunakan untuk pertimbangan keputusan, yang pada akhirnya merusak reputasi perusahaan di antara pemegang saham. Dengan kata lain, terjadinya dampak negatif praktik akuntansi yang tidak etis (REM yang tinggi) terhadap nilai perusahaan, reputasi, dan citra perusahaan. Selain itu, rusaknya reputasi perusahaan seringkali menyebabkan peningkatan pengawasan oleh kelompok kepentingan dan badan pembuat regulasi.

Aktivitas *real earnings management* lebih sulit dibedakan dari keputusan bisnis secara optimal yang dilakukan perusahaan dan lebih sulit pendeteksiannya daripada *accrual earnings management*. Hal ini memberikan keuntungan sendiri bagi manajemen dalam mengimplementasikannya. Namun, ini juga sekaligus menjadi persoalan sendiri ketika aktifitas operasional yang dimanipulasi itu terdeteksi dan menjatuhkan reputasi perusahaan yang telah lama dibangun. Hasil

penelitian ini melengkapi teori *Socioemotional wealth* yang menyatakan bahwa perusahaan keluarga akan lebih membatasi aktifitas yang tidak beretika untuk menjaga kelangsungan hidup dan *image*, karena ketika *real earnings management* yang dilakukan terlalu tinggi akan merusak reputasi perusahaan keluarga.

Salah satu tindakan untuk mencegah atau mendeteksi manajemen laba melalui operasional perusahaan adalah dengan menggunakan auditor independen dengan tenure panjang yang dapat melihat melalui arus kas operasi, biaya produksi, dan biaya diskisioner. Penelitian Luh et al., (2016) membuktikan kualitas audit dalam memoderasi pengaruh manajemen laba pada reputasi perusahaan, dapat memperlemah pengaruh antara manajemen laba nyata pada reputasi perusahaan. Hal ini terbukti Auditor merupakan salah satu faktor dalam membongkar manajemen laba nyata yang dilakukan manajemen.

5. SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen laba yang dilakukan dengan mengatur akrualnya tidak akan memengaruhi reputasi perusahaan keluarga. Sebaliknya, jika manajemen laba dilakukan secara nyata, dengan mengatur operasional perusahaan, maka akan berdampak buruk bagi reputasi perusahaan keluarga. Penelitian ini memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu. Misalnya, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai dampak dari penerapan manajemen laba terhadap reputasi perusahaan keluarga yang terdapat di Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pandangan terhadap manajemen perusahaan agar dapat mempertimbangkan potensial rusaknya reputasi perusahaan akibat dari manajemen laba. Implikasinya, perusahaan keluarga diharapkan untuk menghindari tingkat manajemen laba yang lebih tinggi karena bisa berisiko. Sebaliknya, perusahaan sebaiknya bertindak dengan lebih hati-hati.

Beberapa keterbatasan dan kendala dalam penelitian ini yaitu ketika mendefinisikan perusahaan keluarga. Dalam penelitian ini, perusahaan dikatakan milik keluarga apabila jika salah satu anggota keluarga pendiri memiliki setidaknya 20% kepemilikan dan atau anggota keluarga pendiri memiliki wewenang untuk pengambilan keputusan perusahaan. Ini merupakan pendekatan yang umum digunakan. Akan tetapi, tidak ada definisi universal sehingga hasilnya bisa saja berbeda dengan penelitian yang menggunakan pendekatan lain untuk mendefinisikan perusahaan keluarga. Saran untuk penelitian selanjutnya, agar peneliti memasukkan karakteristik perusahaan lainnya dan mengidentifikasi faktor-faktor potensial yang dapat memengaruhi hubungan antara manajemen laba dengan reputasi perusahaan, seperti kualitas auditor dan kemampuan manajerial.

DAFTAR RUJUKAN

Achleitner, A. K., Günther, N., Kaserer, C., & Siciliano, G. (2014). Real earnings management and accrual-based earnings management in family firms. *European Accounting Review*, 23(3), 431–461. <https://doi.org/10.1080/09638180.2014.895620>

- Andres, C. (2008). Large shareholders and firm performance-An empirical examination of founding-family ownership. *Journal of Corporate Finance*, 14(4), 431-445. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2008.05.003>
- Bertrand, M., & Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 73-96. <https://doi.org/10.1257/jep.20.2.73>
- Caliskan, E. N., Icke, B. T., & Ayturk, Y. (2011). Corporate Reputation and Financial Performance: Evidence from Turkey. *Journal of International Studies*, 18(18), 73-85.
- 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>
- Deephouse, D. L., & Jaskiewicz, P. (2013). Do Family Firms Have Better Reputations Than Non-Family Firms? An Integration of Socioemotional Wealth and Social Identity Theories. In *Journal of Management Studies* (Vol. 50). <https://doi.org/10.1111/joms.12015>
- Elias, R. Z. (2002). Determinants of earnings management ethics among accountants. *Journal of Business Ethics*, 40(1), 33-45. <https://doi.org/10.1023/A:1019956821253>
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106-137. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.1.106>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383. <https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.4.365>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (2005). A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setting. *SSRN Electronic Journal*, (November). <https://doi.org/10.2139/ssrn.156445>
- Kashmiri, S., & Mahajan, V. (2010). What's in a name? An analysis of the strategic behavior of family firms. *International Journal of Research in Marketing*, 27(3), 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.04.001>
- Landry, S., Deslandes, M., & Fortin, A. (2013). Tax aggressiveness, corporate social responsibility, and ownership structure. *Journal of Accounting, Ethics and Public Policy*, 14(3), 611-645. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2304653>
- Lewis, S. (2001). Measuring corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 31-35. <https://doi.org/10.1108/13563280110381198>

- Liu, J., & Tsai, C. (2016). *Board Member Characteristics and Ownership Structure Impacts on Real Board Member Characteristics and Ownership Structure Impacts on Real Earnings Management : Evidence from Taiwan*. (October 2015). <https://doi.org/10.5430/afr.v4n4p84>
- Luh, N., Mita, P., & Rasmini, N. K. (2016). *Kata kunci: Dampak Interaksi Kualitas Audit Pada Pengaruh Manajemen Laba Riil Pada Nilai Perusahaan*. 7, 2011–2036.
- Martin, G., Campbell, J. T., & Gomez-Mejia, L. (2016). Family Control, Socioemotional Wealth and Earnings Management in Publicly Traded Firms. *Journal of Business Ethics*, 133(3), 453–469. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2403-5>
- Paiva, I. S., Lourenço, I. C., & Dias Curto, J. (2019). Earnings management in family versus non-family firms: the influence of analyst coverage. *Revista Espanola de Financiacion y Contabilidad*, 48(2), 113–133. <https://doi.org/10.1080/02102412.2018.1463764>
- PwC. (2014). *Survey Bisnis Keluarga 2014*. (November).
- Retna, S., Husnaini, W., Erlina, E., Effendy, L., & Robith Hudaya. (2017). Vol. 16, No. 2, Desember 2017. *Konsekuensi Manajemen Laba, Tata Kelola Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Reputasi Perusahaan*, 16(2), 51–66.
- Rodriguez-ariza, L., Martínez-ferrero, J., & Bermejo-sánchez, M. (2015). *Consequences of earnings management for corporate reputation*. 29(4), 457–474. <https://doi.org/10.1108/ARJ-02-2015-0017>
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335–370. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2006.01.002>
- Salehi, M., Hoshmand, M., & Rezaei Ranjbar, H. (2019). The effect of earnings management on the reputation of family and non-family firms. *Journal of Family Business Management*, 10(2), 128–143. <https://doi.org/10.1108/JFBM-12-2018-0060>
- Shamma, H. M. (2012). Toward a Comprehensive Understanding of Corporate Reputation: Concept, Measurement and Implications. *International Journal of Business and Management*, 7(16), 151–169. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n16p151>
- Siikanen, M., Baltakys, K., Kannianen, J., Vatrapi, R., Mukkamala, R., & Hussain, A. (2018). Facebook drives behavior of passive households in stock markets. *Finance Research Letters*, 27(March), 208–213. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2018.03.020>

Ward, J. L. (1997). Growing the family business: Special challenges and best practices. *Family Business Review*, 10(4), 323-337. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1997.00323.x>.

JBB
10, 2

Zhang, X., Bartol, K. M., Smith, K. G., Pfarrer, M. D., & Khanin, D. M. (2008). Ceos on the edge: Earnings manipulation and stock-based incentive misalignment. *Academy of Management Journal*, 51(2), 241-258. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2008.31767230>.

277

***Koresponden Penulis**

Penulis dapat dikontak pada e-mail: rizky.eriandani@staff.ubaya.ac.id