

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, SALES GROWTH,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN PERENCANAAN
PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN JASA
SEKTOR *PROPERTY & REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA 2016-2020)**

SKRIPSI

Oleh :

ALVIRON KRISNA WIJAYA

20180100094

JURUSAN AKUNTANSI

KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2022

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, SALES GROWTH,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN PERENCANAAN
PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN JASA
SEKTOR *PROPERTY & REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA 2016-2020)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar

Sarjana Pada Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis

Universitas Buddhi Dharma Tangerang

Jenjang Pendidikan Strata 1

Oleh :

ALVIRON KRISNA WIJAYA

20180100094



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2022

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Alviron Krisna Wijaya
NIM : 20180100094
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 21 September 2021

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Jurusan,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN : 0416047001



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NIDN : 0401016810

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Alviron Krisna Wijaya

NIM : 20180100094

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setuju untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi (S.Ak)**.

Tangerang, 28 Desember 2021

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Jurusan,

Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN : 0416047001

Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NIDN : 0401016810

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Etty Herijawati, S.E., M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Alviron Krisna Wijaya

NIM : 20180100094

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

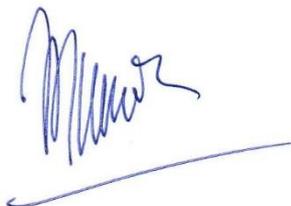
Tangerang, 28 Desember 2021

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Jurusan,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN : 0416047001



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NIDN : 0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Alviron Krisna Wijaya
NIM : 20180100094
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020).

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari senin, tanggal 07 Febuari 2021.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji : **Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.**
NIDN : 0427047303



Penguji I : **Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP.**
NIDN : 0413026706



Penguji II : **Tjong Se Fung, S.E., M.M.**
NIDN : 0405096805



Dekan Fakultas Bisnis,



Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NIDN : 0427047303

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20180100094

Nama : Alviron Krisna Wijaya

Jenjang Studi : Strata 1 (S1)

Jurusan : Akuntansi

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Alviron Krisna Wijaya

NIM : 20180100094

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20180100094

Nama : Alviron Krisna Wijaya

Jenjang Studi : Strata 1 (S1)

Jurusan : Akuntansi

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Alviron Krisna Wijaya
NIM : 20180100094

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, SALES GROWTH,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN PERENCANAAN PAJAK
TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN JASA SEKTOR
PROPERTY & REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA 2016-2020)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *sales growth*, kepemilikan manajerial dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estates* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Masa studi penggunaan adalah 5 tahun, yaitu 2016-2020.

Populasi penelitian ini adalah seluruh sektor *property & real estates* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020. Metode pengambilan sampel menggunakan metode target sampling. 9 perusahaan dari 50 perusahaan dijadikan sampel sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari website Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan, *sales growth* dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan pada saat yang sama, secara simultan ukuran perusahaan, *sales growth*, perencanaan pajak dan kepemilikan manajerial tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial, Manajemen Laba

***THE EFFECT OF COMPANY SIZE, SALES GROWTH,
MANAGERIAL OWNERSHIP AND TAX PLANNING ON
EARNINGS MANAGEMENT IN COMPANIES (EMPIRICAL
STUDY ON PROPERTY & REAL ESTATE SECTOR SERVICE
COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK
EXCHANGE 2016-2020)***

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of firm size, sales growth, managerial ownership and tax planning on earnings management in property & real estate sector service companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The study period of use is 5 years, i.e. 2016-2020.

The population of this study is the entire property & real estate sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2016-2020 period. The sampling method used the target sampling method. 9 companies out of 50 companies were sampled according to the specified criteria. The type of data used is secondary data taken from the website of the Indonesia Stock Exchange (IDX). The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis.

The results of the study partially show that tax planning has a significant effect on earnings management, while company size, sales growth and managerial ownership have no significant effect on earnings management, while simultaneously company size, sales growth, tax planning and managerial ownership do not have a significant impact on earnings management.

Keywords: *Company Size, Sales Growth, Managerial Ownership, Earnings Management*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan puji syukur, penulis panjatkan kehariban Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, bimbingan dan kemudahan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu sebagaimana yang diharapkan. Adapun judul skripsi ini adalah: Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020).

Penulis ini menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mampu diselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Suryadi Winata, S.E., M.M., M.Si., Ak., CA, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi (S1) Universitas Buddhi Dharma.
4. Ibu Etty Herijawati, S.E., M.M., selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen pengajar dan karyawan Universitas Buddhi Dharma yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua dan seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan dukungan baik moral dan materil, dorongan semangat, bantuan serta doa bagi penulis.
7. Seluruh teman yang senantiasa membantu Yolanda Agustiani, Febrina Natalia, Viska Fransisca, Henry, dan teman lainnya yang telah memberikan dukungan, motivasi dan menemani selama penelitian ini berjalan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, mohon diberi kritik dan saran yang bersifat membangun untuk melengkapi kekurangan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun yang membutuhkan.

Tangerang, 27 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Alviron Krisna Wijaya
NIM : 20180100094

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL LUAR

JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

ROKEMANDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
a) Manfaat Teoritis	11

b) Manfaat Praktis.....	11
F. Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Gambaran Umum Teori	14
1. Ukuran Perusahaan.....	14
2. <i>Sales Growth</i>	17
3. Kepemilikan Manajerial	21
4. Perencanaan Pajak	22
5. Manajemen Laba	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Perumusan Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Objek Penelitian.....	44
C. Jenis dan Sumber Data.....	45
D. Populasi dan Sampel	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	48
1. Variabel Dependen	48
2. Variabel Independen.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	53
1. Statistik Deskriptif.....	53
2. Uji Asumsi Klasik	54
3. Uji Hipotesis.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Ukuran Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Sales Growth</i>	Error! Bookmark not defined.
3. Kepemilikan Manajerial	Error! Bookmark not defined.
4. Perencanaan Pajak	Error! Bookmark not defined.
5. Manajemen Laba	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Implikasi	Error! Bookmark not defined.
C. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.
SURAT KETERANGAN RISET	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Kategori Ukuran Perusahaan.....	16
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III.1 Proses Pemilihan Sampel.....	45
Tabel III.2 Daftar Nama Perusahaan.....	46
Tabel III.3 Tabel Operasional Variabel.....	51
Tabel IV.1 Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	59
Tabel IV.2 Perhitungan <i>Sales Growth</i>	62
Tabel IV.3 Perhitungan Kepemilikan Manajerial.....	65
Tabel IV.4 Perhitungan Perencanaan Pajak.....	68
Tabel IV.5 Perhitungan Manajemen Laba.....	71
Tabel IV.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	74
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas Data.....	77
Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel IV.9 Hasil Uji Durbin Watson.....	80
Tabel IV.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	82
Tabel IV.11 Hasil Uji Statistik t.....	84
Tabel IV.12 Hasil Uji Statistik F.....	87
Tabel IV.13 Hasil Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar IV.1 <i>Scatter Plot</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 – Tabel Data Perusahaan Sebagai Sampel Penelitian
- Lampiran 2 – Tabel Data Statistik Pengolahan Sebagai Sampel Penelitian
- Lampiran 3 – Tabel Data Durbin Watson (DW)
- Lampiran 4 – Hasil Uji *Descriptives Statistics*
- Lampiran 5 – Hasil Uji Normalitas Data
- Lampiran 6 – Hasil Uji Multikolonieritas
- Lampiran 7 – Hasil Uji Autokorelasi
- Lampiran 8 – Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9 – Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 10 – Hasil Uji Parsial (Uji t)
- Lampiran 11 – Hasil Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 12 – Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 13 – Perhitungan Masing-masing Variabel

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laba ialah ukuran paling sederhana dari kinerja bisnis. Informasi laba memegang peranan yang sangat penting bagi pihak-pihak yang terkait didalam bisnis. Ketika menganalisis laporan keuangan, pihak internal dan eksternal sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan seperti mengalokasikan kompensasi manajer, mengukur pencapaian atau kinerja manajemen, dan menentukan dasar perpajakan. Oleh karena itu, kualitas laba menjadi perhatian utama bagi investor, kreditur, pembuat kebijakan akuntansi, dan didalam hal ini pemerintah ialah Dirjen Pajak.

Sebagai perusahaan internal, manajemen selalu bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Pendapatan berkualitas tinggi ialah pendapatan yang mencerminkan pendapatan berkelanjutan di masa depan dan ditentukan atas dasar akrual dan mencerminkan kinerja keuangan bisnis yang sebenarnya. Tujuan utama yang harus dicapai manajemen ialah memaksimalkan keuntungan. Hal ini erat kaitannya dengan bonus yang diterima manajemen sebagai manajer langsung perusahaan, yakni semakin besar laba yang diperoleh perusahaan, semakin besar kemungkinan manajemen akan menerima bonus dari perusahaan.

Tata kelola perusahaan yang baik ialah tujuan utama para pemangku kepentingan, mulai dari pemegang saham, pemerintah, bank, dan investor. Hal ini tidak lepas dari kinerja masing-masing manajer di setiap departemen, termasuk

keuangan, dimana laporan keuangan perusahaan harus disajikan setiap periodenya. Laporan keuangan digunakan oleh perusahaan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan informasi yang berkaitan dengan kinerja perusahaan yang berguna bagi pengguna didalam pengambilan keputusan ekonomi. Informasi yang terkandung didalam laporan keuangan harus merupakan gambaran umum tentang hasil ekonomi dan keuangan perusahaan yang sebenarnya. Namun, berdasarkan fakta, perhatian pengguna laporan keuangan seringkali hanya terfokus pada informasi tentang laba, terlepas dari bagaimana hal itu dihasilkan. Hal ini mendorong manajemen perusahaan untuk manajemen laba.

Kasus terjadinya manajemen laba di Indonesia, salah satunya seperti yang dilansir oleh cnbcindonesia.com bahwa:

“Di PT Bank Bukopin Tbk, kasus perubahan laporan keuangan tahunan terbaru terjadi. Perubahan rincian kartu kredit dilakukan selama bertahun-tahun. Dengan perubahan ini, Profil kredit dan pendapatan komisi Bukopin meningkat secara tidak wajar. Perubahan informasi kartu kredit Bukopin terjadi lebih dari lima tahun yang lalu, menurut orang yang akrab dengan masalah di CNBC Indonesia. Lebih dari 100.000 kartu kredit revisi juga cukup besar, dan Bank Bukopin menyesuaikan laba bersih 2016 dari Rp. 1,08 triliun menjadi Rp. 183,56 miliar. Penurunan terbesar terjadi pada pendapatan komisi atau pendapatan kartu kredit. Pendapatan meningkat dari Rp. 1,06 miliar menjadi Rp. 317,8 miliar. Selain penerbitan kartu kredit, juga terjadi perubahan pembiayaan anak usaha Bukopin Syariah (BSB) untuk menutupi saldo penyisihan debitur tertentu. Akibatnya, kerugian aset keuangan meningkat dari Rp. 649,05 miliar menjadi Rp. 797,65 miliar. Sebelum

pihak berwenang bisa menjelaskan, Bukopin "dihukum" atas insiden tersebut. Bukopin menurunkan modalnya sebesar Rp. 2,62 triliun pada akhir 2016, dari Rp. 9,53 triliun menjadi Rp. 6,91 triliun. Penurunan tersebut disebabkan adanya perubahan laba dari Rp. 2,62 triliun menjadi Rp. 5,52 triliun karena laba yang dilaporkan sebelumnya tidak akurat. Adhi menambahkan, untuk mengimbangi kerugian akibat penyimpangan tersebut, permodalan perseroan telah tergerus. Melihat laporan keuangan tahun 2016 sebelum direview, rasio kecukupan modal (CAR) perusahaan berada pada batas aman sebesar 15.03%, namun setelah direview, rasio CAR menurun menjadi 11.62%. Tidak berhenti sampai di situ, CAR bank-bank berkode BBKP ini terus mengalami penurunan di akhir tahun 2017 menjadi 10.52%, meskipun sedikit meningkat pada triwulan I 2018 menjadi 11.09%." (Banjarnahor, 2018)

Lalu ada juga terdapat kasus manajemen laba yang terjadi seperti yang dilansir oleh finance.detik.com bahwa:

“Perselisihan mengenai laporan keuangan Garuda Indonesia dimulai pada 24 April 2019 atau pada saat Rapat Umum Pemegang Saham Garuda Indonesia. Salah satu kegiatannya ialah pengesahan laporan keuangan tahunan 2018. Diketahui, Garuda mencatatkan laba bersih sebesar Rp. 11,33 miliar pada laporan keuangan 2018. Salah satu alasan perolehan keuntungan ini ialah kerjasama diantara Garuda dan PT Mahata Aero Terknologi. Biaya kerjasama tersebut sebesar Rp. 2,98 triliun. Kas masih jatuh tempo tetapi telah diakui sebagai pendapatan. Akibatnya, perusahaan pertama kali mengalami kerugian dan kemudian mendapat untung. PPPK dan OJK akhirnya memutuskan ada yang salah dengan penyampaian laporan keuangan

GIAA 2018. Perusahaan diminta menyampaikan kembali laporan keuangan dan perusahaan didenda Rp. 100 juta. Direksi yang menandatangani laporan keuangan masing-masing dikenai biaya Rp. 100 juta. Ketiga, secara kolektif direksi dan Komisaris yang tidak menandatangani kesepakatan, ada biaya kolektif sebesar Rp. 100 juta jadi itu bukan tanggung jawab yang sulit. BEI, sebagai arbiter di pasar modal, juga telah memberikan sanksi atas hasil audit laporan keuangan GIAA. Sanksi Pemeriksaan Laporan Keuangan Q1 2019 BEI juga menjatuhkan sanksi berupa Teguran Tertulis III dan denda Rp. 250 juta kepada PT Garuda Indonesia Tbk. Sanksi sesuai dengan Pernyataan Sanksi BEI No. I-H. Terakhir, Garuda Indonesia kembali merilis laporan keuangan 2018 hari ini, dengan Garuda Indonesia melaporkan rugi bersih sebesar Rp. 2,4 triliun. Laporan ini berbeda dengan presentasi sebelumnya, yang melaporkan keuntungan sebesar \$5,018 juta. Laporan keuangan revisi 2018 Garuda membukukan laba usaha sebesar \$4,37 miliar, tidak berubah dari laporan laba rugi sebelumnya. Sementara itu, pendapatan operasional lainnya telah disesuaikan menjadi \$38,8 juta dari sebelumnya \$278,8 juta.” (Sugianto, 2019)

Berbagai faktor sudah diteliti untuk mengetahui penyebab terjadinya manajemen laba. Faktor pertama yang diteliti ialah ukuran perusahaan yang diduga dapat mempengaruhi suatu perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Penelitian yang telah dilakukan (Lubis & Suryani, 2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hal yang sama berlaku untuk penelitian (Kusumawardana & Haryanto, 2019a) dengan kesimpulan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

manajemen laba, ini menunjukkan bahwa beberapa perusahaan yang digunakan didalam penelitian ini ialah perusahaan besar, diukur didalam hal jumlah karyawan, total aset, dan nilai total penjualan. Semakin besar perusahaan, semakin banyak peluang yang dimiliki manajer untuk mengelola hasil. Semakin kecil perusahaan, semakin sedikit manipulasi laba oleh manajemen. Saat perusahaan berkembang, kontrol didalamnya menjadi lebih ketat. Untuk meminimalkan upaya penipuan oleh manajemen untuk mendapatkan informasi pendapatan. Perusahaan besar lebih dikenal dan dilihat oleh pemerintah, investor, dan masyarakat umum daripada bisnis kecil. Oleh karena itu, perusahaan besar harus menjaga opini publik yang positif sambil menyampaikan laporan keuangan yang akurat dan menghindari tindakan manajemen laba. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Hakim, 2018), (Arthawan & Wirasedana, 2018) & (Anindya & Yuyetta, 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang dikenal oleh publik tetap ada kemungkinan terjadinya manajemen laba, serta ukuran aktiva yang dimiliki perusahaan menunjukkan modal yang diinvestasikan semakin banyak ternyata tidak meminimalkan terjadinya manajemen laba yang dilakukan oleh manajer perusahaan. Akibatnya, ukuran perusahaan tidak dapat mendikte praktik manajemen laba perusahaan. Hal ini dapat terjadi jika manajemen perusahaan besar terus memanipulasi laba untuk menjaga perusahaan di mata publik dan juga karena perusahaan besar harus dapat memenuhi harapan yang tinggi dari pemegang saham atau investor.

Faktor kedua yang diteliti ialah *sales growth* yang diduga dapat mempengaruhi suatu perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Penelitian (Turot, 2019) menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, karena tingkat pertumbuhan penjualan ialah ukuran sejauh mana *leverage* dapat meningkatkan laba per saham perusahaan. Jika penjualan dan laba meningkat dari tahun ke tahun, pembiayaan utang dengan biaya tetap akan meningkatkan laba bagi pemegang saham. perbandingan perubahan penjualan tahun ini dengan total aset tahun sebelumnya, sehingga manajer dapat mengelola laba sejalan dengan dinamika penjualan perusahaan yang lebih tinggi. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Hakim, 2018), (Anindya & Yuyetta, 2020) & (Destiana dkk, 2020) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan, Hasil ini membuktikan bahwa *sales growth* tidak dapat mengungkapkan praktik manajemen laba perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang rendah tidak menjamin perusahaan melakukan manajemen pendapatan ketika perusahaan menghadapi tantangan untuk mempertahankan tren laba dan tren penjualan.

Faktor ketiga yang diteliti ialah kepemilikan manajerial yang diduga dapat mempengaruhi suatu perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Penelitian yang telah dilakukan (Arthawan & Wirasedana, 2018) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba, hal ini berarti semakin meningkat kepemilikan manajerial akan berdampak pada penurunan manajemen laba. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Kusumawardana & Haryanto, 2019a), (Irfan &

Isyuardhana, 2019) & (Febria, 2020) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan, Tingkat kepemilikan manajerial didalam perusahaan tidak mempengaruhi pengelolaan laba. Artinya tingkat kepemilikan manajemen yang dimiliki oleh perusahaan tidak memaksa perusahaan untuk melakukan tindakan manajemen laba.

Faktor keempat yang diteliti ialah perencanaan pajak yang diduga dapat mempengaruhi suatu perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Penelitian yang telah dilakukan (Lubis & Suryani, 2018), (Lestari dkk, 2015), (Kodriyah & Putri, 2019) & (Prasetyo et al., 2018) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa variabel perencanaan pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi perencanaan pajak maka semakin besar peluang yang dimiliki perusahaan didalam mengelola labanya, begitu pula sebaliknya. Akan tetapi penelitian yang dilakukan (Y. M. Putra & Kurnia, 2019) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, Semakin banyak keuntungan yang diperoleh perusahaan, semakin tinggi pajak yang dibayarkan. Sebaliknya, semakin rendah laba yang diperoleh perusahaan, semakin rendah kewajibannya.

Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya, diketahui bahwa terdapat perbedaan penyimpulan hasil pengaruh ukuran perusahaan, *sales growth*, kepemilikan manajerial dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba. Penelitian ini berusaha menemukan bukti mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *sales growth*, kepemilikan manajerial dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba yang dilakukan dengan memperbaharui tahun pengamatan 2016-2020 yang

digunakan didalam penelitian mempertimbangkan fakta bahwa lebih banyak data baru akan dikumpulkan selama periode ini. Penelitian ini akan fokus pada empat variabel independen yang memiliki pengaruh Manajemen Laba yakni Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor *Property & Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat mengidentifikasi masalah berikut:

1. Manajemen perusahaan memanipulasi laporan keuangan tahunannya untuk memuat fluktuasi laba perusahaan melalui teknik manajemen laba.
2. Persaingan bisnis yang menarik perhatian investor menjadikan manajemen laba sebagai suatu keharusan bagi para pemimpin bisnis.
3. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan memiliki tekanan yang kuat dari investor untuk menghasilkan laba, sehingga menyebabkan pihak perusahaan untuk melakukan manajemen laba agar menghasilkan laporan keuangan yang baik.
4. Perencanaan pajak dapat memicu manajemen laba karena dengan melakukan hal tersebut perusahaan dapat meminimalkan beban pajak perusahaan

5. Kepemilikan manajerial menjadi salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya manajemen laba.
6. Pertumbuhan penjualan dapat membuat perusahaan melakukan manajemen laba untuk mempertahankan tren penjualan dan tren laba.

C. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini ialah:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
2. Apakah *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
3. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
4. Apakah Perencanaan Pajak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
5. Apakah Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial dan Perencanaan Pajak bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth* terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh Perencanaan Pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
5. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial dan Perencanaan Pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi atau pengetahuan bagi bidang akuntansi khususnya manajemen pendapatan, sehingga dapat diduga akan mendukung penelitian serupa di masa yang akan datang.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya sebagai sumber informasi pembelajaran yang dapat memberikan manfaat tambahan kepada pembaca berupa pengetahuan atau pengetahuan di bidang akuntansi khususnya manajemen laba. Sehingga diharapkan dapat mendukung penelitian serupa di masa yang akan datang.

b) Manfaat Praktis

Bedasarkan tujuan penelitian yang disampaikan diatas, diharapkan ada manfaat yang dicapai dengan penelitian ini ialah:

1. Bagi Penulis

Dengan penyusunan penelitian ini, penulis masih belum sepenuhnya memahami permasalahan yang ada, namun penulis bisa mendapatkan wawasan baru dan dapat mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *sales growth*, kepemilikan manajerial dan perencanaan pajak terhadap pengelolaan laba perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai acuan untuk perusahaan lebih berhati-hati dengan manajer dan menambahkan tindakan pengawasan yang lebih ketat didalam penyusunan laporan keuangan untuk menjaga relevansi nilai buku.

3. Bagi Calon Investor dan Investor

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi dan masukan tambahan kepada investor dan calon investor sehingga mereka dapat melihat laba perusahaan yang dilaporkan sebagai kriteria untuk membuat keputusan yang tepat, baik didalam investasi, pinjaman atau keputusan lainnya.

4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan referensi tentang dampak ukuran perusahaan, *sales growth*, kepemilikan manajerial, dan perencanaan pajak terhadap manajemen pendapatan.

F. Sistematika Penelitian

Pembahasan keseluruhan karya ini dibagi menjadi lima bab untuk memberikan gambaran yang lebih jelas. Kelima bab tersebut disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang dan pertanyaan penelitian penulisan disertasi, tujuan dan manfaat penelitian, serta pembahasan yang sistematis didalam bentuk ikhtisar bab-bab skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan perspektif teoritis yang digunakan sebagai dasar untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan variabel independen dan dependen, hasil penelitian sebelumnya, pemikiran

di balik pekerjaan ini, dan rumusan hipotesis yang dibahas didalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran tentang tujuan penelitian, meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, manipulasi variabel, dan teknik analisis data untuk melaksanakan tugas akhir ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan sejarah perusahaan, menganalisis penelitian berdasarkan data penelitian, dan memberikan hasil penelitian setelah melalui proses pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kesimpulan yang dapat penulis ambil dari hasil analisis pembahasan yang sedang berlangsung dan saran yang mungkin berguna di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

1. Ukuran Perusahaan

Menurut (Sujarweni, 2015) menyatakan bahwa:

“Ukuran perusahaan ialah besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset.”

Menurut (Fung, 2019) menyatakan bahwa:

“Menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan dari total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan rata-rata total aktiva. Ukuran besar kecilnya perusahaan ini diukur melalui logaritma natural dari total aset (\ln total aset). Total aset dijadikan sebagai indikator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dibandingkan dengan penjualan.”

Sedangkan (Sumantri dkk, 2021) menyatakan:

“Perusahaan besar memiliki basis *stakeholders* yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi pada prospek arus kas ke depan. Sementara itu, regulator (pemerintah) akan berdampak pada besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran memberikan perlindungan bagi masyarakat luas.”

Dari uraian di atas, ukuran perusahaan ialah ukuran dimana perusahaan

besar dan kecil dapat diklasifikasikan didalam beberapa cara, diantara lain:

total aset, ukuran buku, penjualan, kapitalisasi pasar.

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 3. Tanggal 20 tahun 2008 dibagi menjadi empat kategori: mikro, kecil, menengah dan besar. Pengertian

Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Besar Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Pasal 1(1) ialah sebagai berikut:

- a) Usaha kecil ialah kegiatan ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan hukum yang tidak terkendali atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, menguasai, atau langsung atau tidak langsung bagian dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi permintaan, standar bisnis yang diatur didalam undang-undang ini.
- b) Usaha menengah ialah kegiatan ekonomi produktif perorangan yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan hukum yang tidak langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau dikuasai oleh perusahaan yang merupakan usaha kecil atau menengah dan yang jumlah kekayaan bersihnya merupakan bagian dari usaha kecil dan menengah tersebut. Kekayaan atau pendapatan penjualan tahunan berdasarkan Undang-undang ini
- c) Usaha besar ialah kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan oleh perusahaan dengan kekayaan bersih atau penjualan tahunan yang lebih tinggi dari perusahaan menengah, termasuk perusahaan milik negara didalam negeri, perusahaan swasta, perusahaan patungan, dan perusahaan asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Besar kecilnya perusahaan diatur didalam Undang-Undang Nomor 4 Republik Indonesia. Peraturan 20 Februari 2008 mengungkapkan ukuran

empat perusahaan, yang dapat dinilai berdasarkan penjualan perusahaan dan jumlah aset. Termasuk 4 ukuran:

- a. Satu. Usaha mikro dengan modal Rp. 50.000.000,- (belum termasuk tanah dan bangunan) dan total penjualan Rp. 300.000.000,-.
- b. Perusahaan dengan usaha kecil dengan kekayaan bersih Rp. 50.000.000,- sampai dengan Rp. 500.000.000,- (tidak termasuk tanah dan 24 bangunan) dan penjualan kotor Rp. 300.000.000,- sampai dengan Rp. 2.500.000.000,-.
- c. Perusahaan dengan usaha menengah dengan kekayaan bersih berkisar diantara Rp. 500.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan kotor sebesar Rp. 2.500.000.000,- sampai dengan Rp. 50.000.000.000,-.
- d. Perusahaan dengan badan usaha besar dengan kekayaan bersih Rp. 10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan total penjualan Rp. 50.000.000.000,-.

Tabel II.1

Kategori Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kategori	
	Aset (Rp)	Penjualan (Rp)
Usaha Mikro	Maksimal 50jt	Maksimal 300jt
Usaha Kecil	>50jt – 500jt	>300jt – 2,5m
Usaha Menengah	>500jt – 10m	>2,5m – 50m
Usaha Besar	>10m	>50m

Sumber: UU No.20 Tahun 2008

Variabel ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus total aset (Muiz & Ningsih, 2018).

$$Size = \ln(TotalAsset)$$

Sumber: (Muiz & Ningsih, 2018)

Keterangan:

Size: Ukuran Perusahaan

Ln: *Logaritma Natural*

Total Aset: Total Aktiva yang dimiliki perusahaan.

2. *Sales Growth*

Pertumbuhan penjualan ialah penjualan yang didapatkan perusahaan di setiap periode, serta bisa dihitung dengan membagi penjualan pada akhir periode dikurangi penjualan di awal periode menggunakan penjualan di awal periode. Dengan melihat penjualan tahun lalu, perusahaan bisa lebih mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan penjualan juga mencerminkan tanda-tanda keberhasilan investasi masa lalu serta bisa dipergunakan sebagai asumsi pertumbuhan pada masa depan. Pertumbuhan penjualan ialah indikator permintaan serta daya saing perusahaan pada industri.

Menurut (Sumantri dkk, 2022) menyatakan bahwa:

“Pertumbuhan penjualan menggambarkan sejauh mana perusahaan telah melakukan upaya untuk meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Pertumbuhan penjualan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dan mempertahankan laba untuk membiayai investasi perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai indikator daya saing perusahaan dalam industri.”

Menurut (Karina & Sutandi, 2019) menyatakan bahwa:

“Penjualan merupakan pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Pertumbuhan penjualan yang tinggi, dapat mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan masa yang akan datang sehingga menyebabkan pendapatan perusahaan juga meningkat. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perubahan penjualan tahun sebelum dan tahun periode selanjutnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten didalam aktivitas utama operasinya.”

Sedangkan menurut (Anindya & Yuyetta, 2020) menyatakan bahwa:

“*Sales Growth* adalah sebuah tolok ukur yang menunjukkan persentase tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Peningkatan *Sales Growth* dapat memberi gambaran tentang laba yang mengalami peningkatan pula sehingga terbentuk pola pikir manajer mengenai berbagai cara mengoptimalkan hasil.”

Dari uraian diatas, bisa disimpulkan bahwa *sales growth* ialah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau berasal waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga semakin tinggi.

Penjualan terbagi menjadi 2 jenis, yakni:

- a. Penjualan Tunai

Menurut (Kushardiyanto, 2020), penjualan tunai ialah suatu sistem yang diterapkan oleh suatu perusahaan pada saat menjual barang, yang mewajibkan pembeli untuk membayar harga sebelum menyerahkan barang tersebut kepada pembeli. Setelah pembeli membayar, barang dikirim, dan transaksi penjualan dicatat.

b. Penjualan Kredit

Penjualan kredit dilakukan oleh perusahaan yang mengirimkan barang sesuai pesanan yang diterima dari pembeli dan menagih pembeli didalam jangka waktu tertentu. (Kushardiyanto, 2020).

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan:

1. Kondisi dan kemampuan penjual.

Transaksi penjualan melibatkan dua pihak yakni penjual dan pembeli. Didalam hal ini penjual harus dapat memberikan kepercayaan kepada pembeli untuk membeli barang yang disediakan.

2. Kondisi pasar

Pasar mempengaruhi penjualan sebagai sekelompok pembeli atau pihak sebagai sarana penjualan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan ialah jenis pasar, kelompok atau segmen pembeli, daya beli, frekuensi pembelian, permintaan.

3. Modal

Untuk menjual suatu produk, perusahaan harus mengimpor produk tersebut. Anda membutuhkan uang untuk memperkenalkan mereka.

Jika perusahaan memiliki modal yang cukup, dapat memberikan pendanaan.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Di perusahaan besar, penjualan biasanya ditangani oleh departemen lain, departemen penjualan, yang mencakup spesialis penjualan.

5. Faktor lain

Faktor lain termasuk iklan, demonstrasi, kampanye dan donasi. Faktor-faktor tersebut seringkali mempengaruhi tingkat penjualan produk suatu perusahaan.

Tujuan dari distribusi ialah untuk meningkatkan penjualan atau nilai penjualan, menghasilkan keuntungan, dan mendukung pertumbuhan bisnis. Penjualan merupakan sumber pendapatan utama perusahaan. Perusahaan pasti menginginkan penjualan yang stabil atau ingin terus berkembang dari tahun ke tahun. Peningkatan penjualan mempengaruhi keuntungan perusahaan. Perusahaan yang menguntungkan pasti menarik investor. Investasi investor dapat digunakan untuk memperluas ruang lingkup usahanya.

Setiap bisnis memiliki satu tujuan utama, dan salah satunya ialah memaksimalkan keuntungan. Jadi, cara terbaik ialah meningkatkan penjualan produk Anda. Pertumbuhan penjualan memainkan peran positif didalam menghasilkan pendapatan. Pertumbuhan laba juga mencerminkan kinerja investasi yang berhasil selama periode yang lalu dan dapat digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan di masa depan.

Untuk dapat menghitung tingkat pertumbuhan penjualan, dapat menampilkannya dengan rumus berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}(t) - \text{Sales}(t-1)}{\text{Sales}(t-1)} \times 100\%$$

Sumber: (Anindya & Yuyetta, 2020)

Keterangan:

Sales Growth: tingkat pertumbuhan penjualan

Sales (t): total penjualan periode berjalan

Sales (t-1): total penjualan periode yang lalu

3. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajemen ialah suatu bentuk saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan dan direksi, dan saham yang dimiliki tidak sama dengan saham yang dimiliki di pasar. Tujuan kepemilikan saham oleh manajemen atau agen ialah buat mempengaruhi kinerja operasi bisnis. Kinerja bisnis yang baik sangat cocok untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut (Liana, 2020) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan manajerial ialah pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut didalam pengambilan keputusan didalam perusahaan, misalnya direktur dan komisaris.”

Menurut (Rais & Santoso, 2018) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan dimana adanya keterlibatan diantara para pemegang saham yakni para komisaris dan direksi yang berperan aktif didalam pengambilan keputusan untuk

mendapatkan kesetaraan dengan para pemegang saham lainnya yang cenderung membayarkan dividen dengan tujuan utama yakni berbisnis.”

Sedangkan menurut (Irfan & Isyuardhana, 2019) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan manajerial ialah jumlah kepemilikan atas saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial ialah dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dengan seluruh modal saham perusahaan yang beredar.”

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen, termasuk komisaris dan direksi, yang berperan aktif didalam pengambilan keputusan perusahaan.

Indikator yang dipergunakan buat mengukur kepemilikan manajerial merupakan jumlah kepemilikan saham oleh manajemen dibagi jumlah keseluruhan saham yang dikelola perusahaan (Muiz & Ningsih, 2018).

$$KM = \frac{\text{Saham Manajerial, Direktur, Komisaris}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Sumber: (Muiz & Ningsih, 2018)

4. Perencanaan Pajak

Menurut (Pohan, 2018) menyatakan bahwa:

“Perencanaan pajak (*tax planning*) ialah proses mengorganisasi usaha wajib pajak orang pribadi ataupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan didalam koridor ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku (*loopholes*) agar perusahaan dapat membayar pajak didalam jumlah minimum.”

Menurut (Prasetyo, dkk, 2018) menyatakan bahwa:

“Perencanaan pajak ialah langkah awal didalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan yang akan dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak ialah untuk meminimumkan kewajiban pajak.”

Sedangkan (Kodriyah & Putri, 2019) mendefinisikan:

“Perencanaan pajak (*tax planning*) sebagai proses mengorganisasi usaha wajib pajak atau sekelompok wajib pajak sedemikian rupa sehingga utang, baik PPh maupun beban pajak yang lainnya berada pada posisi yang seminimal mungkin.”

Dari uraian di atas, bisa disimpulkan bahwa perencanaan pajak ialah upaya wajib pajak buat meminimalkan beban pajaknya secara sah serta tidak melawan hukum. Ukuran efektivitas pengelolaan pajak yang dimaksud pada penelitian ini ialah ukuran efektivitas perencanaan pajak.

Terdapat motivasi perencanaan pajak (*tax planning*) yang memengaruhi perilaku wajib pajak untuk meminimumkan kewajiban pembayaran pajaknya secara legal ataupun ilegal (Pohan, 2018) sebagai berikut:

1. Taraf kerumitan suatu peraturan. Makin rumit peraturan perpajakan yang ada, maka ada kecenderungan buat menghindarinya sebab biaya buat mematuhi (*compliance cost*) menjadi tinggi.
2. Jumlah pajak yang harus dibayar. Semakin besar jumlah pajak yang terutang, semakin berkelanjutan upaya wajib pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang terutang. Perlu juga dicatat bahwa tarif pajak di Indonesia bersifat progresif.
3. Biaya transaksi. Disengaja atau tidak, wajib pajak terkadang melakukan negosiasi didalam pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakannya.

4. Risiko deteksi. Risiko deteksi ini terkait dengan terdeteksinya pelanggaran terhadap undang-undang perpajakan ini. Semakin rendah risiko deteksi, semakin besar kemungkinan wajib pajak melanggar undang-undang perpajakan. Di sisi lain, jika pelanggaran pajak mudah dideteksi, wajib pajak memilih posisi konservatif dengan tidak melanggar aturan.

Secara umum, motivasi perencanaan pajak ialah untuk memaksimalkan laba setelah pajak. Hal ini karena perpajakan mempengaruhi keputusan suatu tindakan didalam operasi perusahaan investee dengan menganalisis secara cermat dan memanfaatkan peluang atau peluang yang ada didalam regulasi.

Juga dengan menggunakan:

- a. Perbedaan tarif pajak (*tax rates*);
- b. Perbedaan perlakuan atas objek pajak sebagai dasar pengenaan pajak (*tax base*);
- c. *Loopholes, shelters, havens*

Menurut (Pohan, 2018) ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari pelaksanaan perencanaan pajak, yakni:

- a) Menghemat kas karena beban pajak sebagai elemen biaya dapat dikurangi.
- b) Merekonsiliasi arus kas masuk dan arus kas keluar (*cash flow*), karena dengan perencanaan pajak yang matang, kebutuhan kas untuk pajak dapat diperkirakan dan waktu pembayaran dapat

ditentukan sehingga perusahaan dapat lebih akurat menganggarkan kas.

Jika ingin mencapai perencanaan yang baik, maka tujuan utama perencanaan pajak ialah:

- a) Meminimalkan kewajiban pajak yang terutang.
- b) Memaksimalkan keuntungan setelah pajak.
- c) Meminimalkan terjadinya kecelakaan perpajakan didalam hal pemeriksaan pajak yang dilakukan oleh fiskus
- d) Memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, efisien dan efektif sesuai dengan peraturan perpajakan, meliputi:
 - i. Sebuah generasi. Mematuhi semua peraturan administrasi untuk menghindari pengenaan sanksi, termasuk sanksi administratif dan pidana seperti bunga, kenaikan, denda dan kurungan atau kurungan.
 - ii. Secara efektif menegakkan semua ketentuan undang-undang perpajakan yang terkait dengan pemasaran, pengadaan dan fungsi keuangan, seperti pemotongan pajak (PPh 21, 22 dan 23).

Variabel perencanaan pajak dapat diukur dengan menggunakan rumus tarif pemotongan pajak, yang membantu menganalisis ukuran efektivitas administrasi perpajakan didalam laporan keuangan tahun berjalan:

$$TRR = \frac{\text{Net Income}}{\text{Pretax Income (EBIT)}}$$

Sumber: (Kodriyah & Putri, 2019)

Keterangan:

TRRit: Tax Retention Rate (tingkat retensi pajak) perusahaan *i* pada tahun *t*.

Net Incomeit: Laba bersih perusahaan *i* pada tahun *t*.

Pretax Income (EBIT)*it*: Laba sebelum pajak perusahaan *i* pada tahun *t*.

5. Manajemen Laba

Menurut (Turot, 2019) menyatakan manajemen laba merupakan:

“Pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan.”

Menurut (Destiana et al., 2020) menyatakan manajemen laba merupakan:

“Manajemen laba merupakan suatu kondisi dimana manajemen melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat menurunkan, meratakan bahkan menaikkan labanya.”

Sedangkan (Irfan & Isyuardhana, 2019) menyatakan bahwa manajemen laba ialah:

“Upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi didalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.”

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen laba ialah upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk campur tangan didalam penyusunan laporan keuangan dengan tujuan menguntungkan dirinya sendiri yakni perusahaan yang bersangkutan.

Menurut (Eliana Saragih, 2017), Scott mengemukakan beberapa motivasi terjadinya Manajemen Laba, diantara lain:

a) Motivasi program bonus

Manajer dengan informasi laba bersih perusahaan akan bertindak oportunistik untuk mengelola laba dengan memaksimalkan laba saat ini. Tindakan ini bertujuan untuk memaksimalkan bonus mereka di bawah rencana kompensasi perusahaan.

b) Motivasi politik

Perusahaan yang kegiatannya relevan dengan publik atau perusahaan besar di industri strategis mudah dipantau. Perusahaan seperti ini cenderung mengelola keuntungannya. Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan perusahaan publik.

c) Motivasi perpajakan

Masalah perpajakan menjadi salah satu alasan mengapa manajemen perusahaan berusaha untuk menurunkan tingkat laba bersih yang dilaporkan guna meminimalkan nilai pajak yang harus ditanggung. Motif penghematan pajak ialah motif yang paling jelas untuk manajemen laba.

d) Motivasi pergantian CEO

Adanya pergantian CEO biasanya diikuti dengan fenomena manajemen laba dimana seorang CEO yang mendekati masa akhir jabatannya biasanya berusaha memaksimalkan laba yang dilaporkan agar tingkat bonus yang mereka terima bisa lebih tinggi.

e) *Initial Public Offering* (IPO)

Perusahaan yang melakukan penawaran saham untuk pertama kalinya biasanya dihadapkan pada masalah penentuan harga saham yang ditawarkan, karena perusahaan tersebut belum mempunyai harga pasar. Untuk itu perusahaan cenderung melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga saham yang sesuai dengan keinginannya, dengan cara memanajemen tingkat laba bersih.

f) Motivasi perjanjian utang

Kontrak jangka panjang merupakan perjanjian yang dibuat diantara kreditur dan debitur dengan tujuan untuk melindungi kepentingan kreditur atas tindakan-tindakan yang dilakukan manajer perusahaan. Tindakan-tindakan yang dapat menurunkan tingkat keamanan atau menaikkan resiko kreditur seperti pembagian deviden yang berlebihan, pemberian pinjaman ataupun modal kerja yang berlebihan kepada pemilik diatas perjanjian yang telah ditetapkan.

g) Pentingnya memberi informasi kepada investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut didalam kinerja yang baik.

Menurut (Y. M. Putra & Kurnia, 2019) tindakan manajemen laba dapat digolongkan didalam beberapa bentuk manajemen laba, yakni:

- a) *Taking a bath*, Teknik ini dapat digunakan ketika ada tekanan selama reorganisasi, seperti perubahan manajemen. Jika teknik ini digunakan,

semua biaya yang terjadi pada periode mendatang dicatat pada periode berjalan. Tentu keuntungan akan tinggi pada periode yang akan datang, bahkan jika kondisinya kurang menguntungkan karena semua biaya yang dikeluarkan pada periode berjalan, yang tentu saja mahal pada periode berjalan;

- b) *Income minimization*, ialah teknik yang digunakan untuk meminimalkan keuntungan, baik politik atau motivasi untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar kepada pemerintah. Teknik ini digunakan ketika bisnis sangat menguntungkan. Kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan yang menggunakan teknik ini dapat dilakukan dengan menghilangkan modal dan aset tidak berwujud, meneliti dan membebaskan biaya iklan;
- c) *Income maximization*, teknik ini digunakan untuk memaksimalkan keuntungan. Teknik ini sering digunakan untuk mendapatkan bonus yang lebih tinggi. Atau bisa juga dilakukan untuk menghindari pelanggaran kontrak utang jangka panjang perusahaan;
- d) *Income smoothing*, teknik ini melibatkan sinyal pertumbuhan tren yang stabil kepada pemangku kepentingan atau pihak eksternal yang membutuhkannya, daripada sinyal perubahan pendapatan yang meningkat atau sebaliknya menurun secara signifikan. Teknik ini sangat populer di kalangan investor karena sebagian besar investor sangat menyukai return yang relatif stabil;

- e) *Timing revenue dan expenses recognition*, Teknik ini dicapai dengan menerapkan kebijakan tertentu mengenai waktu transaksi, misalnya pengakuan pendapatan dini.

Ada beberapa proksi didalam menghitung manajemen laba, salah satunya diukur dengan menggunakan pendekatan distribusi laba yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Scaled Earnings Changes } It = \frac{\text{Net Income } it - \text{Net Income } i(t-1)}{\text{Market Value Equity } i(t-1)}$$

Sumber: (Lubis & Suryani, 2018)

Keterangan:

Net Income it: Laba bersih periode berjalan

Net Income i (t-1): Laba bersih periode sebelumnya

Market Value Equity: Jumlah saham beredar x harga saham

Manajemen laba dengan penggunaan proksi *discretionary accruals* menggunakan model *Modified Jones*, sebagai berikut:

- a) *Total Accruals*

$$\text{TACCit} = \text{EBXTit} - \text{OCFit}$$

Keterangan:

TACCit: *Total accruals* pada tahun t

EBXTit: Laba bersih perusahaan pada tahun t

OCFit: Arus kas dari aktivitas operasi (*operating cash flow*) perusahaan pada tahun

Estimasi dari parameter spesifik perusahaan, diperoleh melalui model analisis regresi OLS (*Ordinary Least Squares*) berikut ini:

$$\text{TACCit}/\text{TAi,t-1} = \beta_1 (1/\text{TAi,t-1}) + \beta_2 (\Delta\text{REVit} / \text{TAi,t-1}) + \beta_3 (\text{PPEit}/ \text{TAi,t-1})$$

Keterangan:

TACCit: *Total accruals* pada tahun t

TAi,t-1: *Total assets* untuk sampel perusahaan pada akhir tahun t-1

ΔREVit : Perubahan pendapatan (*revenue*) perusahaan dari tahun t-1 ke tahun t

PPEit: *Gross property, plant and equipment* perusahaan pada tahun t

b) *Non-Discretionary Accruals*

$$\text{NDACCit}/\text{TAi,t-1} = \beta_1 (1/\text{TAi,t-1}) + \beta_2 ((\Delta\text{REVit} - \Delta\text{RECit})/\text{TAi,t-1}) + \beta_3 (\text{PPEit}/\text{TAi,t-1})$$

Keterangan:

NDACCit: *Non discretionary accruals* pada tahun t

TAi,t-1: *Total assets* untuk sampel perusahaan pada akhir tahun t-1

ΔREVi : Perubahan pendapatan (*revenue*) perusahaan dari tahun t-1 ke tahun t

ΔRECit : Perubahan piutang bersih (*net receivable*) perusahaan dari tahun t-1

ke tahun t

PPEit: *Gross property, plant and equipment* perusahaan i pada tahun t

c) *Discretionary Accruals*

$$\text{DACCit} = (\text{TACCit}/\text{TA}_{i,t-1}) - \text{NDACCit}$$

Keterangan:

DACCit: *Discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini melanjutkan penelitian sebelumnya yang juga menggunakan variabel bebas dan terikat, kali ini terkait penelitian. Di bawah ini ialah penelitian-penelitian sebelumnya yang penulis gunakan sebagai referensi saat melakukan penelitian ini:

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	(Destiana, dkk, 2020)	Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur	1. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh Negatif terhadap Manajemen Laba 2. <i>Leverage</i> berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba 3. Profitabilitas tidak berpengaruh	Variabel Independen: 1. Pertumbuhan Penjualan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas 4. Beban Pajak Tangguhan Variabel Dependen: 1. Manajemen Laba

		Periode 2016-2018	terhadap Manajemen Laba 4. Beban Pajak Tangguhan berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba	
2	(Y. M. Putra & Kurnia, 2019)	Pengaruh Aset Pajak Tangguhan, Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan <i>Food & Beverage</i> yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017	1. Aset Pajak Tangguhan berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba 2. Beban Pajak Tangguhan berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba 3. Perencanaan Pajak tidak berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: 1. Aset Pajak Tangguhan 2. Beban Pajak Tangguhan 3. Perencanaan Pajak Variabel Dependen: 1. Manajemen Laba
3	(Arthawan & Wirasedana, 2018)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: 1. Kepemilikan Manajerial 2. Kebijakan Utang 3. Ukuran Perusahaan

		pada Perusahaan Jasa Non Keuangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2015	2. Kebijakan Utang berpengaruh Negatif terhadap Manajemen Laba 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh Negatif terhadap Manajemen Laba	Variabel Dependen: 1. Manajemen Laba
4	(Anindya & Yuyetta, 2020)	Pengaruh <i>Leverage, Sales Growth</i> , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2018	1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba 2. <i>Sales Growth</i> berpengaruh Positif terhadap Manajemen Laba 3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba 4. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: 1. <i>Leverage</i> 2. <i>Sales Growth</i> 3. Ukuran Perusahaan 4. Profitabilitas Variabel Dependen: 1. Manajemen Laba
5	(Lestari, dkk, 2015)	Pengaruh Perencanaan Pajak	1. Perencanaan Pajak	Variabel Independen:

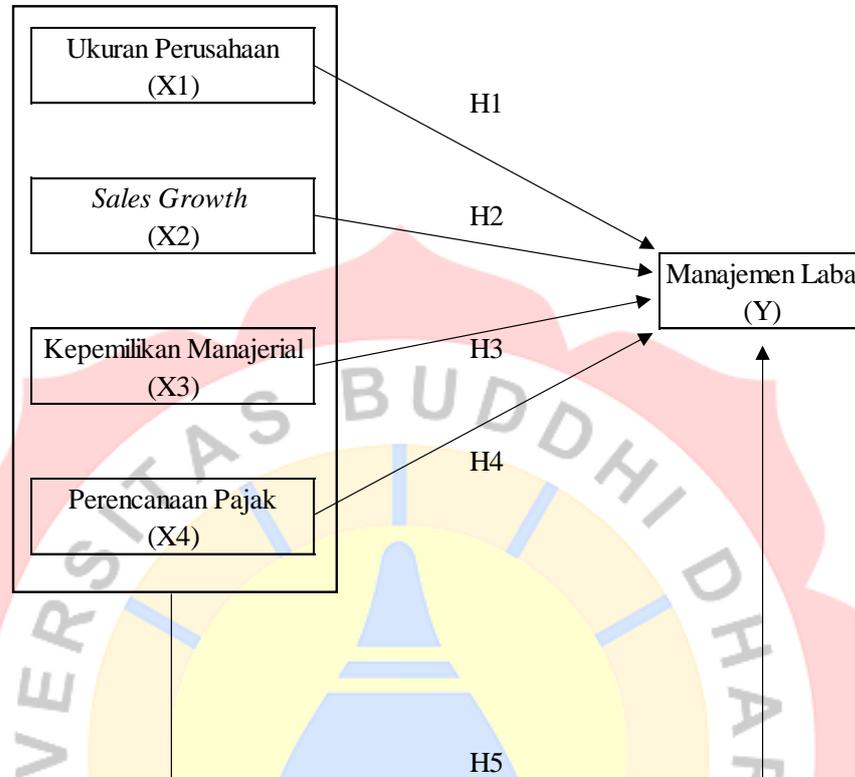
		dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017	berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba 2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba	1. Perencanaan Pajak 2. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: 1. Manajemen Laba
6	(Agustia & Suryani, 2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016	1. Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba 2. Umur Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba 3. <i>Leverage</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Umur Perusahaan 3. <i>Leverage</i> 4. Profitabilitas Variabel Dependen: 1. Manajemen Laba

			terhadap Manajemen Laba 4. Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba	
7	(Lubis & Suryani, 2018)	Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Beban Pajak Tangguhan dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi di BEI Tahun 2012-2016	1. <i>Tax Planning</i> berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba 2. Beban Pajak Tangguhan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: 1. <i>Tax Planning</i> 2. Beban Pajak 3. Ukuran Perusahaan Dependen: 1. Manajemen Laba
8	(Karina & Sutandi, 2019)	Pengaruh <i>Return On Asset (ROA)</i> ,	1. <i>Return On Asset (ROA)</i>	Variabel Independen:

		<p>Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>), dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar & Kimia di BEI Tahun 2014-2017</p>	<p>tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba</p> <p>2. Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba</p> <p>3. <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba</p> <p>4. Pengaruh <i>Return On Asset</i> (ROA), Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>) dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba</p>	<p>1. <i>Return On Asset</i> (ROA)</p> <p>2. Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>)</p> <p>3. <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen:</p> <p>1. Manajemen Laba</p>
--	--	---	---	---

Sumber: diolah untuk penelitian (2021)

C. Kerangka Pemikiran



Gambar II.1

Gambar Kerangka Pemikiran

Sumber: diolah untuk penelitian (2021)

D. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan ialah contoh kapitalisasi pasar, yang juga dapat mempengaruhi manajemen laba, total aset, dan penjualan perusahaan. Perusahaan besar dan menengah telah meningkatkan tekanan dari pemangku kepentingan mereka untuk memastikan bahwa kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil sesuai dengan harapan investor. Situasi

ini dapat mendorong manajemen untuk memenuhi harapan investor, sehingga manajemen cenderung melakukan manajemen pendapatan yang signifikan.

Hal ini didukung oleh penelitian (Lubis & Suryani, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, ini menunjukkan bahwa beberapa perusahaan yang digunakan didalam penelitian ini ialah perusahaan besar, diukur didalam hal jumlah karyawan, total aset, dan nilai total penjualan. Semakin besar perusahaan, semakin banyak peluang yang dimiliki manajer untuk mengelola hasil. Semakin kecil perusahaan, semakin sedikit manipulasi laba oleh manajemen.

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

2. Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Manajemen Laba

Perusahaan dengan tingkat laba dan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung menggunakan *leverage* sebagai sumber eksternal yang lebih penting daripada perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang rendah. Perusahaan dengan penjualan yang meningkat membutuhkan lebih banyak modal untuk memperluas operasinya, yang mungkin tidak ditanggung oleh sumber pendanaan internal, sehingga perusahaan membutuhkan dana pihak ketiga. Tingginya penjualan perusahaan dapat meningkatkan laba perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan dan mendukung perkembangan perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian (Anindya & Yuyetta, 2020) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, karena tingkat pertumbuhan penjualan ialah ukuran sejauh mana *leverage* dapat meningkatkan laba per saham perusahaan. Jika penjualan dan laba meningkat dari tahun ke tahun, pembiayaan utang dengan biaya tetap akan meningkatkan laba bagi pemegang saham. perbandingan perubahan penjualan tahun ini dengan total aset tahun sebelumnya, sehingga manajer dapat mengelola laba sejalan dengan dinamika penjualan perusahaan yang lebih tinggi.

H2: *Sales Growth* berpengaruh terhadap Manajemen Laba perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

3. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba

Adanya kepemilikan manajemen yang mereka kendalikan dapat meningkatkan potensi praktik manajemen laba suatu perusahaan. Kegagalan manajemen sebagai pemilik ekuitas untuk meningkatkan kualitas dan proses pelaporan keuangan disebabkan oleh proporsi kepemilikan saham manajemen yang relatif kecil dibandingkan dengan total modal rata-rata investor. Akibatnya, manajer yang juga memegang saham di perusahaan cenderung mengikuti kebijakan pendapatan mereka dari perspektif kesediaan investor.

Hal ini didukung oleh penelitian (Febria, 2020) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap manajemen laba, tingkat kepemilikan manajerial suatu perusahaan tidak mempengaruhi manajemen labanya. Dengan kata lain, hanya karena perusahaan memiliki hak manajemen

tidak memaksa perusahaan untuk mengambil tindakan untuk mengelola keuntungannya.

H3: Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Manajemen Laba perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

4. Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba

Perencanaan pajak muncul dari disparitas diantara kepentingan bisnis dan pemerintah, dengan bisnis berusaha untuk menjaga pajak seminimal mungkin agar tidak memotong keuntungan, dan pemerintah mengandalkan pajak yang dibayarkan oleh bisnis untuk mendanai pengeluaran publik. Perusahaan yang ingin melakukan perencanaan pajak untuk meringankan beban pajak mereka secara otomatis meninjau keuntungan mereka sebagai dasar perpajakan.

Hal ini didukung oleh penelitian (Prasetyo et al., 2018) yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi perencanaan pajak maka semakin besar peluang yang dimiliki perusahaan didalam mengelola labanya, begitu pula sebaliknya.

H4: Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Manajemen Laba perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

5. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba

Perusahaan besar dan menengah telah meningkatkan tekanan dari pemangku kepentingan mereka untuk memastikan bahwa kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil sesuai dengan harapan investor. Situasi ini dapat mendorong manajemen untuk memenuhi harapan investor, sehingga manajemen cenderung melakukan manajemen pendapatan yang signifikan. Hal ini didukung oleh penelitian (Lubis & Suryani, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

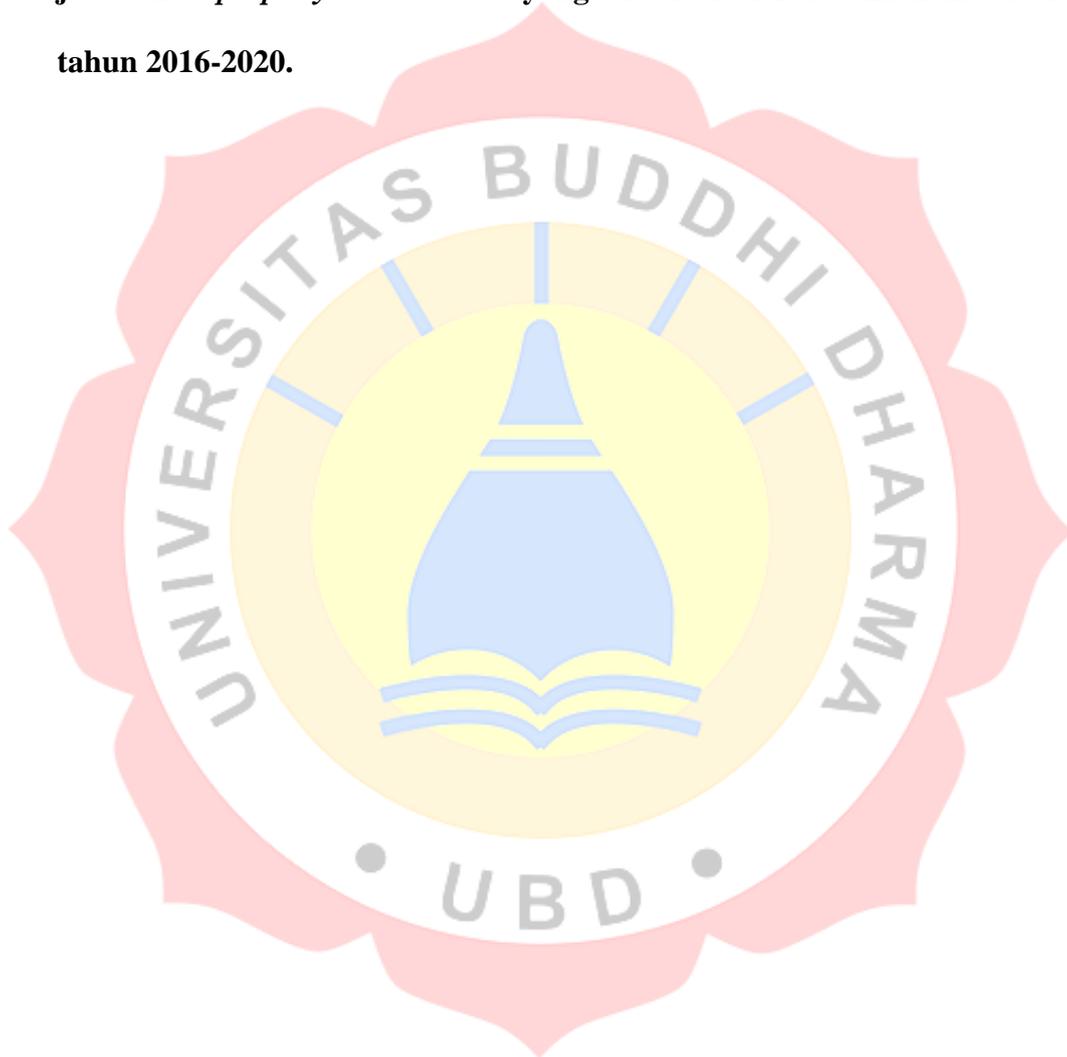
Penjualan yang tinggi didalam suatu perusahaan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, sehingga nilai perusahaan dapat meningkat dan pertumbuhan perusahaan dapat didukung. Hal ini didukung oleh penelitian (Anindya & Yuyetta, 2020) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Kehadiran kepemilikan manajerial yang mereka kuasai dapat meningkatkan potensi praktik manajemen pendapatan di suatu perusahaan. Kegagalan manajemen yang juga pemilik modal saham untuk meningkatkan kualitas dan proses pelaporan keuangan disebabkan oleh proporsi kepemilikan saham manajer yang relatif kecil dibandingkan dengan total modal investor umum. Hal ini didukung oleh penelitian (Febria, 2020) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Perusahaan yang ingin melakukan perencanaan pajak untuk mengurangi beban pajak secara otomatis akan meninjau kembali labanya, karena laba tersebut merupakan dasar pengenaan pajak. Hal ini didukung oleh penelitian

(Prasetyo, dkk, 2018) yang menyatakan perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

H5: Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial dan Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Manajemen Laba perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Untuk keperluannya, penelitian ini tergolong penelitian pengembangan karena merupakan penelitian yang mengembangkan penelitian yang sudah ada. Jenis penelitian yang digunakan didalam penelitian ini ialah kuantitatif karena semua data yang akan diteliti sudah tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang dilakukan didalam bentuk data dan analisis numerik dengan bantuan statistik. Data penelitian menunjukkan nilai kuantitas atau variabel yang diwakilinya didalam bentuk laporan keuangan.

B. Objek Penelitian

Objek Penelitian menurut (Verninda, 2020) menyatakan bahwa:

“Objek penelitian ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”

Penelitian ini merupakan suatu bentuk penelitian yang dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang baik tentang fenomena perhatian dan melengkapi pengetahuan dengan memajukan teori melalui pengujian hipotesis, yakni menguji apakah asosiasi yang diprediksi benar-benar terbukti dan memberikan jawaban atas riset.

Objek penelitian yang digunakan didalam penelitian ini ialah perusahaan-perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah menerbitkan laporan keuangan. Laporan keuangan yang digunakan ialah laporan keuangan *audited* pada periode 2016-2020 dengan periode tutup buku pada 31 desember. Data di peroleh melalui *website* Bursa Efek Indonesia yang resmi, yakni www.idx.co.id dan mengunduh laporan keuangan melalui situs resmi perusahaan terkait.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan didalam penelitian ini ialah jenis data kuantitatif dan sumber data yang digunakan ialah data sekunder. Data sekunder didalam penelitian ini berupa Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Kepemilikan Manajerial, Perencanaan Pajak dan Manajemen Laba dimana data-data tersebut bersumber dari laporan keuangan perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sujarweni, 2015) menyatakan bahwa:

“Populasi ialah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulannya.”

Populasi didalam penelitian ini ialah perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia sejumlah 50 perusahaan. Penelitian

ini menggunakan data keuangan dari tahun 2016 – 2020 yang merupakan data terbaru perusahaan yang dapat menggambarkan kinerja perusahaan.

2. Sampel

Menurut (Sujarweni, 2015) menyatakan bahwa:

“Sampel ialah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.”

Penentuan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Untuk mendapatkan sampel yang akurat dan tepat, peneliti harus memiliki pemahaman dasar tentang sampel. Fitur pengambilan sampel meliputi:

1. Perusahaan jasa sektor *property & real estate* yang berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020.
2. Perusahaan yang menyajikan data lengkap mengenai variabel saham manajerial yang digunakan didalam penelitian ini selama periode 2016-2020.
3. Perusahaan yang laporan keuangannya tidak mengalami kerugian sama sekali dalam periode 2016-2020.
4. Perusahaan yang memenuhi kriteria didalam penelitian dan bukan merupakan data *outlier*.

Tabel III.1
Proses Pemilihan Sampel

Sumber: BEI, data diolah 2021

No	Kriteria	Data
1	Perusahaan sektor <i>property & real estate</i> yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020	50
2	Perusahaan sektor <i>property & real estate</i> yang tidak ada saham manajerial untuk kebutuhan analisis periode 2016-2020	(2)
3	Perusahaan sektor <i>property & real estate</i> yang laporan keuangannya mengalami rugi di salah satu periode 2016-2020	(34)
4	Perusahaan sektor <i>property & real estate</i> yang tidak memenuhi kriteria dalam penelitian (<i>Data Outlier</i>)	(5)
Jumlah Sampel per Tahun		9
Total Sampel 2016-2020		45

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, peneliti mengambil sampel sebanyak 9 perusahaan jasa *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Tabel III.2
Daftar Nama Perusahaan

No	Kode>Nama Perusahaan	Nama
1	KIJA	Kawasan Industri Jababeka Tbk.
2	PWON	Pakuwon Jati Tbk.
3	MTLA	Metropolitan Land Tbk.
4	RDTX	Roda Vivatex Tbk
5	APLN	Agung Podomoro Land Tbk.
6	CTRA	Ciputra Development Tbk.
7	JRPT	Jaya Real Property Tbk.
8	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
9	MKPI	Metropolitan Kentjana Tbk.

Sumber: BEI, data diolah 2021

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan Teknik kuantitatif dilakukan dengan menguji laporan keuangan sampel, jenis pengumpulan data yang dilakukan dengan menghitung nilai numerik. Perhitungan angka ini terkait dengan perhitungan dengan SPSS. Data yang digunakan didalam penelitian ini ialah data sekunder berupa data perusahaan dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor *property & real estate* untuk tahun 2016-2020. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari orang lain. Data sekunder berasal dari kumpulan laporan keuangan tahunan yang tersedia di www.idx.co.id.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

1. Manajemen Laba

Manajemen laba ialah upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk campur tangan didalam penyusunan laporan keuangan dengan tujuan menguntungkan dirinya sendiri yakni perusahaan yang bersangkutan.

Manajemen laba dengan penggunaan proksi *discretionary accruals* menggunakan model *Modified Jones*, sebagai berikut:

a) *Total Accruals*

$$\text{TACCit} = \text{EBXTit} - \text{OCFit}$$

Keterangan:

TACCit: *Total accruals* pada tahun t

EBXTit: Laba bersih perusahaan pada tahun t

OCFit: Arus kas dari aktivitas operasi (*operating cash flow*) perusahaan pada tahun

Estimasi dari parameter spesifik perusahaan, diperoleh melalui model analisis regresi OLS (*Ordinary Least Squares*) berikut ini:

$$\text{TACCit}/\text{TAi,t-1} = \beta_1 (1/\text{TAi,t-1}) + \beta_2 (\Delta\text{REVit} / \text{TAi,t-1}) + \beta_3 (\text{PPEit} / \text{TAi,t-1})$$

Keterangan:

TACCit: *Total accruals* pada tahun t

TAi,t-1: *Total assets* untuk sampel perusahaan pada akhir tahun t-1

ΔREVit : Perubahan pendapatan (*revenue*) perusahaan dari tahun t-1 ke tahun t

PPEit: *Gross property, plant and equipment* perusahaan pada tahun t

b) *Non Discretionary Accruals*

$$\text{NDACCit}/\text{TAi,t-1} = \beta_1 (1/\text{TAi,t-1}) + \beta_2 ((\Delta\text{REVit} - \Delta\text{RECit})/\text{TAi,t-1}) + \beta_3 (\text{PPEit}/\text{TAi,t-1})$$

Keterangan:

NDACCit: *Non discretionary accruals* pada tahun t

TAi,t-1: *Total assets* untuk sampel perusahaan pada akhir tahun t-1

ΔREVit : Perubahan pendapatan (*revenue*) perusahaan dari tahun t-1 ke tahun t

ΔRECit : Perubahan piutang bersih (*net receivable*) perusahaan dari tahun t-1

ke tahun t

PPEit: *Gross property, plant and equipment* perusahaan i pada tahun t

c) *Discretionary Accruals*

$$\text{DACCit} = (\text{TACCit}/\text{TAi,t-1}) - \text{NDACCit}$$

Keterangan:

DACCit: *Discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t

2. Variabel Independen

Didalam penelitian ini terdapat 4 variabel independen, yakni:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah skala di mana perusahaan besar dan kecil dapat diklasifikasikan didalam berbagai cara, termasuk: total aset, ukuran buku besar, penjualan, dan kapitalisasi pasar.

Variabel ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus total aset (Muiz & Ningsih, 2018).

$$\text{Size} = \text{Ln}(\text{TotalAsset})$$

Sumber: (Muiz & Ningsih, 2018)

Keterangan:

Size: Ukuran Perusahaan

Ln: *Logaritma Natural*

Total Aset: Total Aktiva yang dimiliki perusahaan.

2. *Sales Growth*

Sales growth merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat.

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}(t) - \text{Sales}(t-1)}{\text{Sales}(t-1)} \times 100\%$$

Sumber: (Anindya & Yuyetta, 2020)

Keterangan:

Sales Growth: tingkat pertumbuhan penjualan

Sales (t): total penjualan periode berjalan

Sales (t-1): total penjualan periode yang lalu

3. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen, termasuk komisaris dan direksi, yang berperan aktif didalam pengambilan keputusan perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial ialah jumlah kepemilikan saham oleh manajemen dibagi jumlah keseluruhan saham yang dikelola perusahaan (Muiz & Ningsih, 2018).

$$\text{KM} = \frac{\text{Saham Manajerial, Direktur, Komisaris}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Sumber: (Muiz & Ningsih, 2018)

4. Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan upaya wajib pajak untuk meminimalkan beban pajaknya secara legal dan tidak melawan hukum. Ukuran efektivitas pengelolaan pajak yang dimaksud didalam penelitian ini ialah ukuran efektivitas perencanaan pajak.

Variabel perencanaan pajak dapat diukur dengan menggunakan rumus *tax retention rate* (tingkat retensi pajak), yakni dimana menganalisis suatu ukuran dari efektifitas manajemen pajak pada laporan keuangan pada tahun berjalan:

$$TRR = \frac{\text{Net Income}}{\text{Pretax Income (EBIT)}}$$

Sumber: (Kodriyah & Putri, 2019)

Keterangan:

TRRit: *Tax Retention Rate* (tingkat retensi pajak) perusahaan i pada tahun t.

*Net Income*it: Laba bersih perusahaan i pada tahun t.

*Pretax Income (EBIT)*it: Laba sebelum pajak perusahaan i pada tahun t.

Tabel III.3

Tabel Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Manajemen Laba (Y)	1. $TACCit = EBXTit - OCFit$ 2. $TACCit/TAi,t-1 = \beta_1 (1/TAi,t-1) + \beta_2 (\Delta REVit/TAi,t-1) + \beta_3 (PPEit/TAi,t-1)$ 3. $NDACCit = \beta_1(1/TAi,t-1) + \beta_2((\Delta REVit - \Delta RECit)/TAi,t-1) + \beta_3(PPEit/TAi,t-1)$	Rasio

		$4. \text{DACCit} = (\text{TACCit} / \text{TAi,t-1}) - \text{NDACCit}$	
2.	Ukuran Perusahaan (X1)	$\text{SIZE} = \text{Ln}(\text{TotalAsset})$	Rasio
3.	Sales Growth (X2)	$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}(t) - \text{Sales}(t-1)}{\text{Sales}(t-1)} \times 100\%$	Rasio
4.	Kepemilikan Manajerial (X3)	$\text{KM} = \frac{\text{Saham Manajerial, Direktur, Komisaris}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$	Rasio
5.	Perencanaan Pajak (X4)	$\text{TRR} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Pretax Income (EBIT)}}$	Rasio

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pada umumnya pendekatan kuantitatif lebih menitikberatkan pada tujuan generalisasi ketika melakukan uji statistik dan bersifat independen dari pengaruh subjektif peneliti. Penelitian ini menganalisis ukuran perusahaan, sales growth, kepemilikan manajerial dan pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Beberapa langkah yang dilakukan didalam masing-masing analisis tersebut dijelaskan di bawah ini:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ialah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa bermaksud menarik kesimpulan bagi publik. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau

deskripsi data untuk nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, *varians*, minimum maksimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness* (kemencengan distribusi).

2. Uji Asumsi Klasik

Karena data yang digunakan ialah data sekunder, maka harus dilakukan pengujian untuk menguji ketepatan model dan untuk mengetahui apakah model yang digunakan didalam regresi benar-benar memiliki korelasi yang signifikan, model yang digunakan harus memenuhi uji penerimaan klasik. Tes penerimaan klasik meliputi:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak ialah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,5$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,5$ maka variabel tidak berdistribusi normal (Sujarweni, 2015)

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi telah menemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel

independen mana yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai toleransi yang rendah sesuai dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cutoff* yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas ialah nilai toleransi $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Sujarweni, 2015). Dasar keputusannya ialah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolonieritas.
- b) Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikoloniertas.

c) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas ialah suatu keadaan di mana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik ialah tidak terjadi heteroskedasitas (Sujarweni, 2015).

Didalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama, disebut homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteorskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi didalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series*

autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan Durbin Watson dengan kriteria (Sujarweni, 2015):

1. Jika nilai DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika nilai DW terletak diantara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak adanya autokorelasi.
3. Jika nilai DW terletak diantara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti atau adanya keragu-raguan.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ialah teknik yang membuat persamaan yang menghubungkan variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) sekaligus menentukan nilai prediksi. Variabel terikat yang digunakan didalam penelitian ini ialah manajemen laba, sedangkan variabel bebasnya ialah ukuran perusahaan, *sales growth*, kepemilikan manajerial dan perencanaan pajak. Persamaan regresi linier berganda didalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$ML = a + b1UP + b2SG + b3KM + b4PP$$

Keterangan:

ML = Manajemen Laba

a = Konstanta

b1-b2-b3-b4 = Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas

UP = Ukuran Perusahaan

SG = *Sales Growth*

KM = Kepemilikan Manajerial

PP = Perencanaan Pajak

b. Uji Paramater Individual (Uji Statistik t)

Uji-t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap penjelasan variabel dependen. Kesimpulan diambil dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel pada taraf signifikansi 5% maka variabel tersebut berpengaruh signifikan. Sebaliknya, jika angka t lebih kecil dari t tabel pada taraf signifikansi 5%, maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang dapat diabaikan. Bila menggunakan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada kriteria berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Artinya variabel independen terkadang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka koefisien regresinya signifikan. Artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan jika semua variabel independen yang disebutkan didalam model bekerja pada variabel dependen pada waktu yang sama. Jika F hitung lebih besar dari F tabel pada taraf signifikansi 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan diantara variabel independen terhadap variabel dependen dan hipotesis dapat diterima. Sebaliknya jika F hitung lebih kecil dari F tabel pada taraf signifikansi 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan diantara variabel bebas dan variabel terikat dan hipotesis tidak dapat diterima atau ditolak. Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Syarat untuk menerima atau menolak hipotesis ialah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti kedua variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara bersamaan.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka koefisien regresinya signifikan. Artinya kedua variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara bersamaan.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ialah ukuran untuk menentukan kesesuaian atau ketepatan diantara nilai taksiran atau garis regresi dengan data sampel. Jika semua data pengamatan berada pada garis regresi maka diperoleh garis regresi yang baik atau sempurna, tetapi jika data pengamatan jauh dari nilai prediksi atau garis regresi maka nilai taksiran kurang sesuai.

Jadi, Koefisien determinasi ialah kemampuan variabel X (variabel bebas) untuk mempengaruhi variabel Y (variabel terikat). Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin baik X dapat menjelaskan Y.

