

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERENCANAAN  
PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP  
MANAJEMEN LABA (Studi Empiris Pada Perusahaan  
Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia 2017-2020)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**TINI KRISTINA**

**20180100116**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**



**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2022**

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERENCANAAN  
PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP  
MANAJEMEN LABA (Studi Empiris Pada Perusahaan  
Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Ynag Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia 2017-2020)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana Pada Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis  
Universitas Buddhi Dharma Tangerang  
Jenjang Pendidikan Strata 1**

**Oleh:**

**TINI KRISTINA**

**20180100116**



**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG  
2022**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Tini Kristina  
NIM : 20180100116  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

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

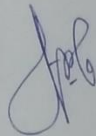
Tangerang, 21 April 2022

Menyetujui,

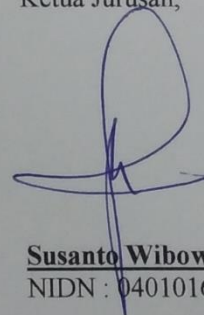
Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Jurusan,



**Lia Dama Yanti, S.E., M.Akt.**  
NIDN : 0401118204



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

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

Disusun oleh,

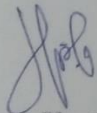
Nama Mahasiswa : Tini Kristina  
NIM : 20180100116  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis

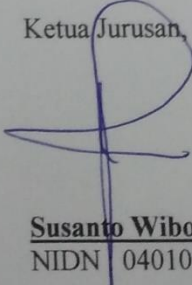
Skripsi ini kami setujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi (S.Ak)**.

Tangerang, 12 Juli 2022

Menyetujui,  
Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

  
**Lia Dama Yanti, S.E., M.Akt.**  
NIDN : 0401118204

  
**Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.**  
NIDN | 0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

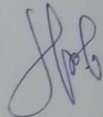
Nama : Lia Dama Yanti, S.E., M.Akt.  
Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Tini Kristina  
NIM : 20180100116  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

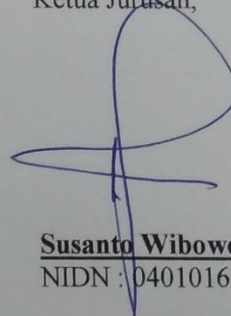
Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,  
Pembimbing,



**Lia Dama Yanti, S.E., M.Akt.**  
NIDN : 0401118204

Tangerang, 12 Juli 2022  
Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



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

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Tini Kristina  
NIM : 20180100116  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**SANGAT MEMUASKAN**” oleh Tim Penguji pada hari Sabtu, tanggal 13 Agustus 2022.

**Nama Penguji**

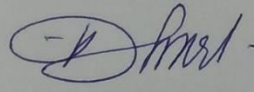
**Tanda Tangan**

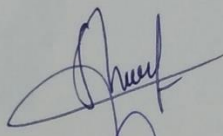
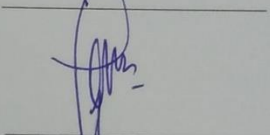
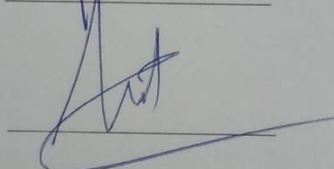
Ketua Penguji : **Dr. Suhendra, S.E., M.M.**  
NIDN : 0401077202

Penguji I : **Jenni, S.E., M.Akt.**  
NIDN : 0411097402

Penguji II : **Sugandha, S.E., M.M.**  
NIDN : 0405127605

Dekan Fakultas Bisnis,

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



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan), data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studi atau pembantu Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaraan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang , 13 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Tini Kristina

20180100116

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20180100116  
Nama : Tini Kristina  
Jejang Studi : Strata 1 (S1)  
Jurusan : Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exlusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul: **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran perusahaan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)”**, beserta perangkat yang diperlukan.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengolah 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 mencatumkan 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, 13 Juli 2022

Penulis



Tini Kristina



# **PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERENCANAAN PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *LEVERAGE* TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)**

## **ABSTRAK**

Manajemen laba merupakan masalah yang sering terjadi di perusahaan dan salah satu upaya perusahaan untuk membuat akun keuangan mereka tampak menarik dengan menyajikannya dengan cara tertentu. Laba menunjukkan bahwa bisnis telah dilakukan dengan baik. Oleh karena itu, manajemen berusaha untuk memenuhi tujuan laba agar dapat memperoleh laba dari apa yang telah dilakukannya. Hal ini menyebabkan tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen untuk menarik investor untuk kepentingan pribadi manajemen. Ada berbagai kasus manajemen laba yang terjadi di Negara ini dan menyebabkan kerugian bagi pihak yang membutuhkan laporan keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran bisnis dan *leverage* terhadap manajemen laba. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 26 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode pengambilan sampel adalah *purpose sampling* dan didapat sampel 11 perusahaan manufaktur berdasarkan kriteria terpilih, sehingga diperoleh 44 laporan keuangan sebagai observasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan untuk pengolahan data menggunakan SPSS Versi 24.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh pada manajemen laba dengan nilai signifikansi 0,010, Perencanaan Pajak tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,869, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi 0,519 dan Leverage tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi 0,191. Dan Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh simultan terhadap Manajemen Laba dengan nilai signifikan 0.023.

**Kata kunci :** Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Leverage, Manajemen Laba

***THE EFFECT OF SALES GROWTH, TAX PLANNING, COMPANY  
SIZE AND LEVERAGE ON PROFIT MANAGEMENT  
(Empirical Study on Manufacturing Companies in the Food and  
Beverage Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2020)***

***ABSTRACT***

*Earnings management is a problem that often occurs in companies and one of the efforts of companies to make their financial accounts look attractive by presenting them in a certain way. Profits show that the business has been well done. Therefore, management strives to meet the profit objective in order to earn a profit from what it has done. This causes earnings management actions taken by management to attract investors for management's personal interests. There are various cases of earnings management that occur in this country and cause losses for those who need financial statements.*

*This study aims to examine the effect of sales growth, tax planning, business size and leverage on earnings management. The object of this research is a manufacturing company in the food and beverage sector which is listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017-2020. The population in this study were 26 food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sampling method is purpose sampling and a sample of 11 manufacturing companies is obtained based on selected criteria, so that 44 financial statements are obtained as observations. The source of data in this study is secondary data. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression and for data processing using SPSS Version 24.*

*Based on the results of the tests conducted, it shows that Sales Growth has an effect on earnings management with a significance value of 0.010, Tax Planning has no effect with a significance value of 0.869, Company Size has no effect with a significance value of 0.519 and Leverage has no effect with a significance value of 0.191. And Sales Growth, Tax Planning, Company Size and Leverage have a simultaneous effect on Earnings Management with a significant value of 0.023.*

***Keywords:*** Sales Growth, Tax Planning, Company Size, Leverage, Earnings Management

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi program S1 (Strata Satu) jurusan Akuntansi Keuangan dan Perpajakan pada Universitas Buddhi Dharma.

Penelitian yang dilakukan penulis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020).

Selama persiapan dan penyusunan skripsi, penulis tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk penulis, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Suryadi Winata, SE, M.M., M.Si., Ak., CA, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang,
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi (S1) Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

4. Ibu Lia Dama Yanti, S.E., M.Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengetahuan kritik dan saran, masukan dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Segenap Dosen dan Staff pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu dan membimbing selama berkuliah di Universitas Buddhi Dharma.
6. Untuk kedua orang tua, dan kakak, yang telah memberikan dukungan penuh dan menjadi penyemangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
7. Keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman penulis yaitu Vani, Wahyuni, Shintiah, Emel, Cynthia, Ega, Ko Adriyan, Ci Lie Tjin yang memberikan dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai masukan bagi penulis agar dapat membuat penulis lebih baik ke depan. Akhir kata,

penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya dan untuk menambah ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Tangerang, 11 Juli 2022



Tini Kristina

NIM: 20180100116



## DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL LUAR	
JUDL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Indentifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
A. Gambaran Teori Umum .....	11
1. Pertumbuhan Penjualan .....	11
2. Perencanaan Pajak .....	14
3. Ukuran perusahaan .....	19
4. <i>Leverage</i> .....	22
5. Manajemen Laba .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	36

	C. Kerangka Pemikiran .....	40
	D. Perumusan Hipotesa .....	41
BAB III	METODE PENELITIAN .....	44
	A. Jenis Penelitian .....	44
	B. Objek Penelitian.....	44
	C. Jenis dan Sumber Data.....	44
	D. Populasi dan Sampel.....	45
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
	F. Operasional Variabel Penelitian.....	47
	1. Variabel Independen .....	47
	2. Variabel Dependen .....	52
	G. Teknik Analisa Data .....	54
	1. Analisis Statistik Deskriptif .....	55
	2. Uji Asumsi Klasik .....	56
	3. Analisis Regresi.....	59
	4. Uji Hipotensis.....	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
	A. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	63
	B. Analisis Hasil Penelitian .....	75
	1. Hasil Statistik Deskriptif .....	76
	2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	77
	3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	81
	C. Pengujian Hipotensis.....	83
	1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	83
	2. Uji Statistik F .....	84
	3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) .....	85
	D. Pembahasan.....	87
BAB V	PENUTUP.....	91
	A. Kesimpulan .....	91
	B. Implikasi .....	92
	1. Implikasi Teoritis .....	92
	2. Implikasi Manajarial .....	92
	3. Implikasi Metodologi .....	94
	C. Saran .....	94
	DAFTAR PUSTAKA .....	96
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
	SURAT KETERANGAN RISET	

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Contoh Kasus Manajemen Laba.....	5
Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel III.1 Perusahaan Manufaktur Sub sektor Makanan dan Minuman ....	46
Tabel IV.1 Tahap Seleksi Kriteria Metode Purposive Sampling.....	64
Tabel IV.2 Daftar Perusahaan Sampel .....	65
Tabel IV.3 Hasil Perhitungan Manajemen Laba .....	66
Tabel IV.4 Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan.....	68
Tabel IV.5 Hasil Perhitungan Perencanaan Pajak.....	70
Tabel IV.6 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan .....	72
Tabel IV.7 Hasil Perhitungan <i>Leverage</i> .....	74
Tabel IV.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	76
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas Data.....	77
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	78
Tabel IV.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	80
Tabel IV.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	83
Tabel IV.14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	84
Tabel IV.15 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	40
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sampel

Lampiran 2 Hasil *Output* SPSS Versi 24

Lampiran 3 Hasil Perhitungan Manajemen Laba

Lampiran 4 Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan

Lampiran 5 Hasil Perhitungan Perencanaan Pajak

Lampiran 6 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan

Lampiran 7 Hasil Perhitungan *Leverage*

Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel

Lampiran 9 Laporan Keuangan Sampel



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pasang surut penjualan di antara perusahaan-perusahaan di sektor industri barang konsumsi. Perusahaan akan mengalami penjualan yang sangat kuat sepanjang liburan, termasuk Natal dan Tahun Baru. Namun, perekonomian memiliki sedikit penjualan selain hari perayaan libur besar Natal dan Tahun Baru. Fenomena ini dikenal sebagai siklus musiman karena akan meningkat disaat hari perayaan. Pendapatan dalam akun keuangan akan berfluktuasi jika perusahaan memiliki siklus musiman, yang akan mempengaruhi penjualan dalam periode tersebut dan akan mempengaruhi pilihan yang sudah dibuat oleh pihak berkepentingan. Dalam menangani keadaan ini, pihak berkepentingan membuat laporan keuangan atau prosedur manajemen laba yang mengarah pada stabilitas perusahaan yang berkelanjutan (Andini dan Amboningtyas, 2020).

Untuk mengukur laba, karena untuk kepentingan pihak-pihak yang memerlukan hasil pengukuran tersebut. Memungkinkan bagi Perusahaan membuat akun keuangan mereka tampak menarik dengan menyajikannya dengan cara tertentu. Laporan keuangan merupakan metode dimana manajemen memberitahu pihak ketiga tentang keterlibatannya dalam berinvestasi di perusahaan. Dari laporan keuangan merupakan laporan yang sangat diperhatikan oleh pihak yang membutuhkannya contoh investor. Laporan laba rugi memberikan rincian tentang indikator kinerja perusahaan,

yang ditampilkan sebagai laba atau rugi. Laba menunjukkan bahwa bisnis telah dilakukan dengan baik. Oleh karena itu, manajemen berusaha untuk memenuhi tujuan laba agar dapat memperoleh laba dari apa yang telah dilakukannya (Achyani dan Lestari, 2019). Manajemen laba diperbolehkan selama tidak melanggar persyaratan akuntansi yang relevan. Perusahaan besar biasanya menggunakan manajemen laba untuk memaksimalkan pendapatan bagi organisasi dan manajer. Karena dorongan ini, manajer menggunakan berbagai taktik untuk mencapai tujuan mereka. Untuk mengelola pendapatan perusahaan, manajer bertujuan untuk menangkap peluang dalam berbagai usaha atau kesempatan (Achyani dan Lestari, 2019).

Manajemen laba merupakan masalah yang sering terjadi di tempat kerja. Dimulai dengan konflik keagenan atau konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang bertindak sebagai prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen pendekatan manajemen untuk mengelola laba digunakan. Untuk memaksimalkan tingkat pengembalian saham, pemilik yang tertarik menerima keuntungan yang selalu meningkat. Agar berhasil, agen yang tertarik menerima kompensasi kontrak yang cukup besar. Akibatnya, organisasi memiliki dua kepentingan yang berbeda di mana masing-masing pihak ingin mencapai tingkat tertentu. Ini memotivasi perwakilan untuk mempraktikkan manajemen pendapatan (Andini dan Amboningtyas, 2020).

Pertumbuhan penjualan adalah sebuah tolok ukur yang menunjukkan persentase tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan

yang meningkat mungkin memberi manajer gambaran tentang pendapatan yang juga tumbuh sehingga mereka dapat membangun pola pikir tentang berbagai metode untuk meningkatkan kinerja. Satu-satunya tujuan manajemen laba adalah membuat laba perusahaan tampak bernilai minimal atau lebih rendah dari yang sebenarnya (Anindya *et al.*, 2020). Penelitian sebelumnya pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba (Zakia *et al.*, 2019) dan (Anindya *et al.*, 2020).

Salah satu tugas manajemen pajak adalah perencanaan pajak, yang membantu menentukan berapa pajak yang harus dibayar dan bagaimana cara menurunkannya. Tujuan dari perencanaan pajak perusahaan adalah menggunakannya untuk penghematan pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan (Achyani dan Lestari, 2019). Penelitian sebelumnya (Achyani dan Lestari, 2019) menyatakan tidak adanya pengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan adanya pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba (Lestari *et al.*, 2018).

Ukuran perusahaan adalah sistem untuk mengkategorikan bisnis berdasarkan total aset, ukuran log, penjualan, dan nilai pasar saham, di antara faktor-faktor lainnya. Menurut teori bahwa organisasi kecil lebih mungkin untuk mengelola laba dari pada perusahaan besar, jumlah manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen menurun dengan meningkatnya ukuran perusahaan, sedangkan meningkat ketika ukuran perusahaan menurun (Purnama, 2017). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Anindya

*et al.*, 2020) dan (Purnama, 2017) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

*Leverage* merupakan perbandingan total aset dan kewajiban perusahaan. Kepercayaan kreditur akan dipengaruhi oleh risiko perusahaan tidak mampu membayar hutangnya, yang meningkat dengan rasio *leverage* yang lebih besar. Diperkirakan nilai rasio *leverage* yang tinggi menunjukkan utang luar negeri yang cukup besar. Keadaan ini memotivasi manajemen organisasi untuk melakukan perataan laba (Purnama, 2017). Hasil penelitian sebelumnya menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (Purnama, 2017), (Zakia *et al.*, 2019) dan (Anindya *et al.*, 2020) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Sebagian besar waktu, kelalaian dan kesalahan manajer setiap yang dilakukan dikarenakan faktor-faktor, baik pihak berkepentingan di dalam perusahaan atau pihak diluar lingkungan perusahaan seperti investor menyebabkan fenomena yang terkait dengan manajemen laba. Contoh situasi manajemen laba adalah yang berikut.



**Tabel I.1 Contoh Kasus Manajemen Laba**

No	Perusahaan	Keterangan
1.	PT Garuda Indonesia Tbk  Sumber :  (Giri Hartomo, 2019)  (Kompas, 2020)	<p>Laporan Keuangan 2018 dikritik karena memuat PT. Keuntungan Mahata Aero Technology. Garuda Indonesia Group melaporkan laba bersih sebesar USD 809,85 ribu atau Rp. 11,33 miliar, dalam laporan keuangan. Dibandingkan dengan tahun 2017 yang mengalami kerugian sebesar USD 216,5 juta, jumlah ini meningkat drastis. Karena kerja sama kedua perusahaan tersebut dikatakan telah berlangsung selama 15 tahun, PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk tidak dapat menerima transaksi berdasarkan norma SAK. Transaksi tersebut berkaitan dengan hiburan dalam penerbangan dan manajemen konten serta layanan internet dalam penerbangan.</p> <p>Standar Akuntansi Keuangan mengatur bahwa pengakuan dan pengukuran penghasilan yang diperoleh dari manfaat yang diterima dibayar atas penggunaan aset Garuda oleh Mahata harus mengikuti aturan yang digariskan dalam PSAK 23 yang dikategorikan sebagai pendapatan royalti. Ini termasuk pengakuan pendapatan sekaligus dalam satu tahun atau tersebar selama periode waktu tertentu. waktu untuk kesepakatan transaksi.</p> <p>Sanksi diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan, Kementerian Keuangan dan Bursa Efek Indonesia</p>
2.	PT Hanson International Tbk  Sumber :  (Kompas, 2020)	<p>Penjualan kavling siap bangun dengan nilai bruto Rp. 732 miliar dimanipulasi dalam penyajian akuntansi, yang menyebabkan pendapatan perusahaan meningkat dengan cepat. Hanson International melanggar Standar Akuntansi Keuangan 44 tentang Akuntansi untuk Aktivitas Real Estat dalam jual beli. OJK menegaskan bahwa pendapatan pada neraca keuangan 2016 dlebih-lebihkan secara material sebesar Rp. 613 miliar dengan memberikan PPJB kepada auditor yang mereview laporan keuangan PT Hanson International Tbk. Otoritas Jasa Keuangan memberikan sanksi.</p>

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah, seperti yang telah didefinisikan sebelumnya, berfungsi sebagai dasar untuk identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu,

1. Masih terdapatnya praktik manajemen laba oleh manajemen perusahaan untuk memanipulasi laba perusahaan.
2. Tindakan manajemen laba merupakan sebuah keputusan manajemen perusahaan yang dapat merugikan investor dan pengguna informasi keuangan.
3. Laporan yang disajikan perusahaan tidak sesuai dengan Standar Akuntansi dapat memungkinkan timbulnya kesalahan informasi yang diterima stakeholder.
4. Adanya perbedaan pengakuan akuntansi dalam Standar Akuntansi Keuangan yang bisa menjadi celah bagi manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba.

## **C. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang diangkat sebelumnya, maka masalah dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:

1. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap manajemen Laba?
2. Apakah Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap manajemen Laba?
3. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen Laba?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen Laba?
5. Apakah Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh terhadap Manajemen Laba?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba.
2. Untuk mengetahui pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba.

5. Untuk mengetahui Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini harus menjelaskan bagaimana faktor-faktor termasuk pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan leverage mempengaruhi manajemen laba, khususnya dalam konteks akuntansi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjaga penerapan nilai akuntansi, temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai panduan untuk lebih berhati-hati dengan manajer dan menambahkan prosedur pengawasan yang lebih ketat saat membuat laporan keuangan

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini sebagai bentuk memberikan informasi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian tambahan pada subjek yang sama, serta bagi investor dan calon investor, yang memungkinkan mereka untuk menggunakan laba perusahaan yang dilaporkan sebagai salah satu tolok ukur untuk membuat keputusan investasi dan investasi yang bijaksana.

## **F. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab. Agar mendapat arahan dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis. Seperti contoh berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Latar belakang berisi tentang, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi semuanya disertakan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori berisi gambaran umum teori terkait variabel independen dan dependen hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan masalah.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi deskripsi data hasil penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan, implikasi dan saran.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Gambaran Teori Umum

##### 1. Pertumbuhan Penjualan

###### a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Kasmir, 2019, p. 107) :

“Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi keuangannya dalam menghadapi ekspansi ekonomi dan industri yang signifikan diukur dengan rasio yang dikenal sebagai rasio pertumbuhan..“

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah pandangan tentang prospek komersial yang harus diraih perusahaan di pasar. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang cepat cenderung membutuhkan lebih banyak dana dari pihak luar yang signifikan. Penjualan yang tinggi pada suatu perusahaan akan mampu mendongkrak pendapatan yang akan mampu mendongkrak nilai perusahaan dan mendukung ekspansinya.

Tingkat pertumbuhan penjualan adalah ukuran seberapa besar leverage dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Jika penjualan dan laba meningkat setiap tahun, pembiayaan utang ditambah dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemegang saham. Untuk mendorong manajer mengelola profitabilitas seiring dengan pertumbuhan penjualan perusahaan yang meningkat (Anindya *et al.*, 2020). Oleh karena itu, tujuan manajer dalam



mengelola laba adalah menjaganya pada tingkat minimum atau membuatnya tampak lebih rendah dari yang sebenarnya..

**b. Strategi *Cross-Selling***

Menurut (Lengkong, 2015, p. 117):

“Salah satu cara paling ampuh dan berhasil untuk memperbanyak adalah dengan mendongkrak penjualan “.

Beberapa strategi *cross-selling* sering digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan.

1) Strategi produk yang mirip

Menawarkan produk yang sama, misalnya: ketika pelanggan sudah membeli susu kacang kedelai, penjual bisa menawarkan susu kacang ijo.

2) Strategi produk pelengkap

Contoh seseorang membeli kacamata, maka diagram, *cross-selling*-nya adalah penjual akan menawarkan juga cairan pembersih, kotak penyimpanan.

3) Strategi jual terpisah

Misalnya: bohlam yang dijual terpisah dari lampunya, atau baterai yang dijual terpisah dari mainan *remote control*.

4) Strategi jasa instalasi

Misalnya: menawarkan jasa pemasangan atau instalasi yang terpisah dari harga pokok, misalnya jasa instalasi pintu *shower*, jasa instalasi antena atau parabola.

5) Strategi cita rasa pilihan

Misalnya: penjual menawarkan produk yang mirip dengan cita rasa pilihan pelanggan/klien.

6) Strategi belanja penampilan

Misalnya: idenya adalah mendandani manekin sedemikian rupa sehingga ketika pelanggan tertarik dengan kombinasinya maka kemungkinan besar dia akan membeli semuanya

7) Strategi *cross-selling* otomatis

Strategi ini dipakai oleh *amazon*, sebagai perusahaan *online* terbesar di dunia. Secara otomatis, fitur ini mencari kesamaan atau kemiripan berdasarkan histori pembelian dan kebiasaan membeli pelanggan, individu per individu.

**c. Prinsip Dasar *Cross-selling***

Menurut (Lengkong, 2015, p. 120) ada beberapa prinsip dasar *cross-selling*

- 1) Verifikasi bahwa perusahaan sudah memiliki sejumlah produk pelengkap.
- 2) Bundel produk yang akan dipasarkan, misalkan perusahaan bias menawarkan paket ayam *kentucky plus* kentang dan ice cream dengan harga rendah dibandingkan membeli terpisah.
- 3) Integrasikan dengan minimum nilai yang ingin dicapai, misalnya dengan menawarkan pengiriman gratis atau diskon setelah konsumen mencapai ambang batas tertentu untuk pembelian.

4) Menurut pedoman 25%, cross-selling tidak boleh bernilai lebih dari Rp. 250.000 jika produk pelanggan seharga Rp. 1.000.000. Bahkan jika seseorang memiliki sesuatu, mereka masih memiliki langit-langit keuangan di kepala mereka.

#### **d. Rumus Pertumbuhan Penjualan**

Tingkat pertumbuhan dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$G = \frac{S1 - S0}{S0}$$

Sumber : (Fahmie, 2018)

Keterangan :

$G$  = *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)

$S1$  = *Total Current Sales* (total penjualan selama periode berjalan)

$S0$  = *Total Sales For Last Period* (total penjualan periode sebelumnya)

## **2. Perencanaan Pajak**

### **a. Pengertian Perencanaan Pajak**

Menurut (Pohan, 2017, p. 8) menyatakan bahwa :

“Terdiri dari kumpulan tindakan yang dibutuhkan untuk mengelola akuntansi dan keuangan perusahaan dalam menurunkan kewajiban perpajakan dengan cara yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan perpajakan (secara hukum). Ini secara luas membahas proses manajemen pajak penuh merupakan perencanaan pajak.”

Menurut (Lestari *et al.*, 2018) menyatakan bahwa Perencanaan pajak, yang menekankan pada pengendalian setiap transaksi yang memiliki implikasi pajak, adalah tindakan penataan yang dicatat karena potensi efek pajaknya..

Menurut (Achyani dan Lestari, 2019) menyatakan bahwa perencanaan pajak merupakan tahap awal sebelum bisnis membayar pajak, yang dibebankan kepada bisnis. Untuk mencapai laba operasional yang tinggi, perusahaan terus berupaya untuk mengeluarkan sejumlah biaya minimum.

Menurut (Lestari *et al.*, 2018) menyatakan bahwa tahap pertama dalam manajemen pajak adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak diperlukan untuk memastikan bahwa mereka dibayar secara proporsional dan sesuai dengan peraturan yang sudah ada. Salah satu contoh pemanfaatan celah yang menguntungkan bisnis dengan pajak yang relatif tidak efisien untuk menyelesaikan masalah dan bersaing dengan yang lebih efisien pajak adalah perencanaan pajak..

Definisi tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa perencanaan pajak adalah tahap pertama dari pengelolaan pajak, dengan fokus pada pengelolaan setiap transaksi dengan dampak pajak. Untuk mengefisienkan jumlah pajak yang dibayarkan kepada pemerintah, pada tahap ini dilakukan penghindaran pajak daripada penyelundupan pajak yang merupakan kejahatan fiskal yang tidak dapat ditolerir. Aturan pajak sedang dikumpulkan dan diteliti.

#### **b. Tujuan Perencanaan Pajak**

Secara umum menurut (Pohan, 2017, p. 21) berikut ini adalah tujuan utama yang dapat dicapai dengan manajemen dan perencanaan pajak yang baik::

1. Mengurangi jumlah pajak yang terutang

Perencanaan pajak memerlukan langkah-langkah untuk mengurangi beban pajak dengan cara yang legal dan sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan perpajakan.

2. Meningkatkan keuntungan setelah pajak
3. Meminimalisasi kemungkinan pemeriksaan pajak oleh otoritas pajak yang mengarah pada kejutan pajak
4. Memenuhi kewajiban perpajakan dengan baik, efektif, dan efisien sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

#### **c. Manfaat Perencanaan Pajak**

Ada beberapa manfaat menurut (Pohan, 2017, p. 20) manfaat yang dapat diberikan oleh perencanaan pajak yang cerdas :

1. Dapat menurunkan beban pajak, yang merupakan elemen biaya di karena penghematan kas keluar.
2. Mengontrol arus kas (*cash flow*) sehingga bisnis dapat lebih tepat menyusun anggaran kas. Dengan perencanaan pajak yang matang, dimungkinkan untuk mengantisipasi uang tunai yang dibutuhkan untuk pajak serta waktu pembayaran.

#### **d. Persyaratan Perencanaan Pajak yang baik**

Perencanaan pajak yang baik mensyaratkan beberapa hal : (Pohan, 2017, pp. 21–22)

1. Tidak bertentangan dengan undang-undang perpajakan.
2. Masuk akal secara komersial

3. Didukung dengan data pendukung yang memadai

#### **e. Motivasi Perencanaan Pajak**

Menurut (Pohan, 2017, pp. 18–19) berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi bagaimana wajib pajak bertindak untuk mengurangi kewajiban pembayaran pajaknya:

1. Kompleksitas peraturan
2. Jumlah pajak yang dibayarkan
3. Biaya untuk negosiasi
4. Risiko deteksi
5. Besarnya denda
6. Nilai nilai social

#### **f. Jenis Perencanaan Pajak**

Menurut (Pohan, 2017, p. 23) Pajak dapat digunakan dengan tiga cara berbeda untuk menurunkan jumlah total pajak yang terutang, yaitu :

##### *1. Tax Avoidance*

strategi perencanaan pajak tidak melanggar hukum, strategi tersebut legal dan aman untuk digunakan wajib pajak merupakan *tax avoidance*.

##### *2. Tax Evasion*

Dengan memanipulasi tentang pendapatan mereka, wajib pajak berusaha untuk menghindari membayar pajak melalui penghindaran pajak.

### 3. *Tax Saving*

*Tax saving* adalah wajib pajak berusaha untuk menjaga agar penghasilannya tetap rendah agar tidak membayar pajak penghasilan yang besar. Wajib pajak mungkin melakukan ini dengan memilih barang-barang yang tidak dikenakan pajak pertambahan nilai atau dengan memilih untuk bekerja dengan jam kerja yang lebih sedikit atau dengan upah yang lebih rendah.

#### g. Rumus Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak dapat dievaluasi dengan menggunakan perhitungan tarif retensi pajak (*tax retention rate*):.

$$TRR_{it} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Pretax Income (EBIT)}_{it}}$$

Sumber : (Achyani dan Lestari, 2019)

Keterangan :

$TRR_{it}$  = *Tax Retention Rate* (tingkat retensi pajak perusahaan I pada tahun t

Net Income I t = Laba bersih perusahaan I pada tahun t.

Pretax Income (EBIT)<sub>it</sub> = Laba sebelum pajak perusahaan I tahun t



### 3. Ukuran Perusahaan

#### a. Pengertian Ukuran perusahaan

(Hery, 2017, p. 93) menyatakan bahwa :

“Skala yang disebut ukuran perusahaan memungkinkan ukuran perusahaan dibagi menjadi beberapa area, termasuk total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain.”

Ukuran perusahaan adalah sistem yang membagi bisnis ke dalam kategori besar dan kecil berdasarkan berbagai faktor, termasuk ukuran aset, nilai pasar saham, total aset, dan banyak lagi. Kemampuan organisasi untuk mengelola risiko yang dapat timbul dari berbagai keadaan akan dipengaruhi oleh ukurannya. Dibandingkan dengan usaha kecil, perusahaan besar kurang berisiko. Bisnis besar dapat bersaing di pasar karena biasanya yang dapat bersaing itu adalah bisnis besar yang memiliki modal yang besar. Selain itu, bisnis yang lebih besar lebih mudah dalam mencari akses ke lapangan atau sumber informasi dibandingkan dengan bisnis yang lebih kecil, memberi mereka lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilainya (Zakia *et al.*, 2019).

ukuran perusahaan adalah membandingkan bisnis, sangat penting untuk memperhitungkan ukurannya dalam hal total aset, ukuran log, dan harga pasar saham mereka (Purnama, 2017).

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah representasi dari kapitalisasi pasar yang juga dapat berdampak pada penjualan perusahaan, total aset, dan

manajemen laba. Dibandingkan dengan usaha kecil, organisasi besar dan menengah di bawah tekanan yang lebih besar dari pemangku kepentingan mereka untuk tampil sesuai dengan harapan dari investor. Keadaan ini dapat memotivasi manajemen untuk dapat memenuhi harapan investor, yang dapat mengarahkan manajemen untuk melakukan manajemen laba yang signifikan.

Ukuran perusahaan mengacu pada seberapa besar suatu perusahaan ketika dapat diukur dalam hal total penjualan bersih atau total aset. Ukuran perusahaan tumbuh seiring dengan total aset atau penjualannya. Ukuran aset meningkatkan jumlah modal yang diinvestasikan, sedangkan jumlah penjualan meningkatkan jumlah uang yang hilang dari perusahaan.

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi membutuhkan lebih banyak sumber daya bisnis untuk membantu mereka. Di sisi lain, dalam bisnis dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang lambat, sumber daya yang lebih sedikit juga diperlukan. Jadi, ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai ukuran atau kuantitas asetnya.

Perusahaan yang besar memiliki motivasi yang cukup kuat untuk mengelola labanya karena antara lain harus mampu memenuhi harapan pemegang saham atau investor. Selain itu, bisnis yang lebih besar biasanya memainkan peran yang lebih kuat sebagai pemangku kepentingan. Ini menyiratkan bahwa kebijakan perusahaan besar

akan lebih mempengaruhi kepentingan publik daripada perusahaan kecil. Karena bisnis yang lebih besar akan lebih terlihat oleh publik, mereka akan lebih memperhatikan saat menyelesaikan pelaporan keuangan, membutuhkan lebih banyak akurasi dalam keadaan laporan keuangan seperti yang disajikan.

**b. Kategori Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan pembelian skala untuk menentukan ukuran suatu perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Menurut Badan Standarisasi Nasional menguraikan kategori perusahaan menurut (Hery, 2017, p. 97) adalah sebagai berikut

1) Perusahaan Kecil

Suatu perusahaan dianggap sebagai perusahaan kecil jika memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan Rp 2.500.000.000 atau nilai bersih lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000, tidak termasuk real estate yang digunakan sebagai tempat usaha.

2) Perusahaan Menengah

Suatu perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan menengah jika memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 500.000.000 sampai dengan maksimal Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk bangunan yang digunakan sebagai tempat

komersial, atau pendapatan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50,000,000,000.

3) Perusahaan Besar

Suatu perusahaan dikatakan besar jika penjualan tahunannya melebihi Rp. 50.000.000.000 atau kekayaan bersih nya melebihi Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk lokasi operasinya.

**c. Rumus Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{ukuran perusahaan} = \log n (\text{total aset})$$

**4. Leverage**

**a. Pengertian Leverage**

Menurut (Kasmir, 2019, p. 153) menyatakan bahwa :

“Rasio yang digunakan untuk menghitung seberapa besar hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan dikenal dengan rasio solvabilitas atau rasio leverage.”

Menurut (Hery, 2017, p. 16) menyatakan bahwa:

“Leverage adalah rencana keuangan yang berkaitan dengan pilihan bisnis untuk membiayai investasinya. perusahaan yang menggunakan hutang harus menutupi biaya bunga dan pokok. Karena tingginya risiko gagal bayar yang terkait dengan penggunaan utang (*external financing*), perhatian harus diberikan untuk memastikan bahwa bisnis dapat membayar utang.”

Menurut (Fahmie, 2018) menyatakan bahwa *leverage* adalah pemanfaatan sumber daya oleh perusahaan dengan biaya tetap dalam upaya untuk meningkatkan kemungkinan keuntungan bagi pemegang saham.

Menurut (Purnama, 2017) menyatakan bahwa total kewajiban dan total aset perusahaan dibandingkan untuk menentukan leverage-nya. Kepercayaan kreditur akan dipengaruhi oleh risiko perusahaan dalam kemampuan membayar utangnya, yang meningkat dengan rasio leverage yang lebih besar. Diperkirakan nilai rasio leverage yang tinggi menunjukkan utang eksternal yang cukup besar.

Menurut (Kodriyah dan Fitri, 2017) menyatakan bahwa rasio Leverage adalah ukuran dari jumlah pembiayaan hutang yang dimiliki sebuah perusahaan. Bahwa perusahaan menggunakan hutang dalam batas jumlah yang berlebih, mengakibatkan menderita karena akan masuk dalam kategori leverage ekstrim, artinya akan terperangkap dengan banyak hutang dan sulit untuk keluar dari bawahnya. Karena ketidakmampuan perusahaan untuk melakukan pembayaran utang tepat waktu, yang telah menempatkannya pada risiko gagal bayar, dapat diharapkan untuk melakukan manajemen laba.

**b. Tujuan *leverage***

Menurut (Kasmir, 2019, p. 155) menyatakan bahwa ada beberapa tujuan *leverage* :

1. Untuk memahami posisi perusahaan sehubungan dengan permintaan yang dibuat dari organisasi lain.

2. Untuk menunjukkan kemampuan bisnis untuk memenuhi tuntutan yang sedang berlangsung.
3. Untuk menilai situasi secara holistik, mempertimbangkan nilai tukar, khususnya nilai tukar tetap dan modal.
4. Untuk memahami bagaimana aset perusahaan dimanfaatkan oleh suatu hutang
5. Untuk menentukan seberapa besar hutang organisasi mempengaruhi manajemen aset
6. Tentukan besarnya masing-masing rupiah dari modal itu sendiri yang diperuntukan sebagai jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menentukan seberapa sering modal itu sendiri akan digunakan untuk menentukan berapa banyak uang yang akan segera dibayarkan melalui kredit.

**c. Manfaat *Leverage***

Menurut (Kasmir, 2019, p. 156) ada beberapa manfaat *leverage*:

1. Menilai kesesuaian posisi perusahaan untuk menjalankan tugas kepada organisasi lain.
2. Untuk menunjukan kapasitas bisnis untuk menjalankan kewajiban tetap.
3. Untuk menilai bagaimana nilai modal dan aset khususnya aset tetap dibandingkan.

4. Untuk menilai sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai dampak utang pada manajemen aset bagi organisasi.
6. Menentukan atau menghitung persentase setiap rupiah dari modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Ada beberapa kali modal sendiri untuk menganalisis berapa banyak dana pinjaman yang akan ditagih dalam waktu dekat.

**d. Implikasi *Leverage***

*Leverage* adalah penggunaan hutang *leverage* untuk keuangan, yang memiliki konsekuensi signifikan sebagai berikut: (Hery, 2017, p. 99)

1. Meminjam uang memungkinkan pemegang saham untuk tetap dapat mengendalikan bisnis.
2. Ekuitas kepemilikan dan kas yang disetor oleh pemilik dipandang oleh kreditur sebagai margin pengaman, oleh karena itu kreditur akan paling berisiko jika pemegang saham hanya memberikan sebagian kecil dari total pembiayaan perusahaan.



#### e. Rata rata Rasio Industri

- a) Rata-rata industri untuk DAR adalah 35%. Total hutang sebagai persentase dari total aset (Debt to Asset Ratio/DAR). Rasio ini digunakan untuk menilai rasio antara total hutang dan total aset (Margaretha et al., 2021).
- b) Rasio total hutang terhadap total ekuitas (Debt to Equity/DER), yang menggunakan rasio untuk mengukur utang dan ekuitas, rata-rata adalah 81 persen untuk sektor ini (Margaretha et al., 2021).

#### f. Rumus Leverage

Leverage dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : (Purnama, 2017)

### 5. Manajemen Laba

#### a. Pengertian Manajemen Laba

Menurut (Sulistyanto, 2014, p. 6) menyatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan untuk manajemen bisnis strategi mengubah atau mempengaruhi data laporan keuangan upaya untuk mengelabui pihak yang berkepentingan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kinerja dan kondisi perusahaan merupakan manajemen laba.”

Menurut (Hery, 2017, p. 85) menyatakan bahwa:

“Laba merupakan hasil dari pencocokan pendapatan dengan biaya. Untuk menghindari kerugian bagi perusahaan, manajemen harus dapat memperkirakan jumlah pendapatan yang harus diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan membutuhkan keuntungan untuk bertahan

hidup dan menentukan tingkat keberhasilannya. Keputusan investasi masa depan dapat didasarkan pada keuntungan tahun berjalan.”

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan aturan akuntansi memang menawarkan sejumlah metode dan prosedur tambahan yang dapat digunakan, tindakan manajer untuk memanipulasi komponen akrual diskresioner untuk memperkirakan tingkat keuntungan perusahaan.

Menurut (Andini dan Amboningtyas, 2020) Pengelolaan laba merupakan tantangan yang sering muncul di tempat kerja. Konflik keagenan, atau konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang bertindak sebagai prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen, adalah langkah pertama dalam metode manajemen untuk mengendalikan laba. Pemilik yang tertarik untuk berinvestasi memperoleh peningkatan keuntungan untuk meningkatkan pengembalian saham mereka. Agen yang berhasil diberikan remunerasi kontrak yang signifikan

#### **b. Teori Akuntansi Positif**

Menurut (Sulistyanto, 2014, p. 63) Dalam teori akuntansi positif, ada tiga hipotesis::

##### 1) *Bonus plan hypothesis*

Ini menegaskan bahwa skema insentif atau bonus sering memilih dan menggunakan teknik akuntansi yang

dirancang untuk meningkatkan pendapatan yang dilaporkan.

2) *Debt equity hypothesis*

Menyatakan bahwa pengaturan pinjaman harus dihentikan jika manfaat dan keuntungan tertentu dapat diperoleh, dan bahwa bisnis dengan rasio utang terhadap ekuitas yang lebih tinggi lebih memilih dan menggunakan teknik akuntansi yang menghasilkan laporan laba rugi yang lebih besar.

3) *Political cost hypothesis*

Menyatakan bahwa teknik akuntansi yang digunakan oleh bisnis sering dapat mengubah profitabilitas yang dilaporkan.

**c. Fungsi Laba**

Menurut (Hery, 2017, p. 85) fungsi laba antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai penentu untuk menghitung tarif pajak penghasilan.
- 2) Untuk menilai efektivitas usaha operasional bisnis.
- 3) Salah satu elemen yang diperhitungkan saat menetapkan kebijakan dividen
- 4) Mengukur efektivitas manajemen dalam menjalankan bisnis

#### **d. Motivasi Manajemen Laba**

Menurut (Gustin Yateno & Padawa Sari, 2016, pp. 7–9), menyajikan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba, antara lain:

##### 1) Motivasi program bonus

Mengetahui laba bersih perusahaan akan membantu manajer mengelola laba dengan memaksimalkan laba saat ini. Mereka bermaksud untuk memaksimalkan bonus mereka di bawah ketentuan kebijakan bonus perusahaan dengan melakukan manajemen laba.

##### 2) Motivasi Politik

Perusahaan dengan operasi yang berhubungan dengan publik atau yang beroperasi dalam skala besar di area strategis mudah untuk diawasi. perusahaan ini sering mengontrol pendapatan mereka. Manajemen laba adalah teknik yang digunakan oleh perusahaan publik untuk menurunkan laba yang dilaporkan.

##### 3) Motivasi perpajakan

Salah satu alasan manajemen bisnis mencoba menurunkan laba bersih yang dilaporkan adalah untuk menurunkan jumlah pajak yang harus dibayar. Faktor lainnya adalah masalah pajak. Pembenaan yang paling jelas untuk

mengendalikan pendapatan adalah untuk mengurangi kewajiban pajak.

#### 4) Motivasi pergantian CEO

Pergantian CEO biasanya diikuti oleh fenomena manajemen laba, yang terjadi ketika CEO mendekati akhir masa kerjanya dan berusaha memaksimalkan laba yang dilaporkan untuk meningkatkan tingkat bonus yang mereka terima.

#### 5) *Initial Public Offering (IPO)*

Karena perusahaan belum memiliki harga pasar, memilih harga di mana saham akan diterbitkan biasanya sulit bagi bisnis yang mengeluarkan penawaran umum pertama mereka. Akibatnya, bisnis sering mengelola pendapatan mereka untuk mengontrol tingkat laba bersih dan karenanya mencapai harga saham yang mereka inginkan.

#### 6) Motivasi perjanjian utang

Untuk melindungi kepentingan kreditur sehubungan dengan keputusan yang dibuat oleh eksekutif bisnis, perjanjian jangka panjang dinegosiasikan antara kreditur dan debitur. Tindakan seperti membagikan dividen yang berlebihan, mengambil hutang yang berlebihan, atau memberi pemilik modal operasi atas apa yang telah disepakati dapat

menurunkan tingkat keamanan atau meningkatkan risiko kreditur.

7) Pentingnya memberi informasi kepada investor

Untuk menawarkan pelaporan laba kepada investor dan untuk menjaga kepercayaan mereka terhadap kinerja perusahaan, investor harus diberitahu tentang kinerja perusahaan.

**e. Bentuk Manajemen Laba**

menurut (Gustin Yateno & Padawa Sari, 2016, pp. 12–13) manajemen laba memiliki beberapa bentuk, antara lain:

1) *Taking a Bath atau Big Bath*

Selama periode organization stress atau reorganisasi, teknik ini sering digunakan. Dalam keadaan ini, manajemen biasanya melaporkan reorganisasi namun, jika manajemen diharuskan melaporkan kerugian, manajemen pasti melaporkannya dalam jumlah besar. Dengan hal ini, manajemen ingin meningkatkan keuntungan di masa depan dan, jika ada perubahan manajemen, biarkan manajer sebelumnya menanggung kerugian perusahaan.

2) *Income Minimization* (menurunkan laba)

Untuk berbagai alasan, termasuk menghindari keharusan perusahaan membayar pajak kepada pemerintah, manajer lini akan meminimalkan pengeluaran untuk menurunkan

pendapatan. karena pajak yang harus dibayar akan lebih kecil dari pajak yang harus dibayar oleh bisnis.

3) *Income Maximization* (meningkatkan laba)

Strategi ini melibatkan manajer yang berusaha meningkatkan pendapatan untuk mencapai tujuan tertentu. Misalnya, manajemen akan berupaya menggenjot penjualan sebelum IPO untuk mendapatkan respon positif dari pasar.

4) *Income Smoothing* (perataan laba)

Untuk mencapai pelaporan eksternal, terutama bagi investor yang menghindari risiko yang mencari hasil yang cukup konsisten, hal ini dilakukan dengan samaratakan laba yang dilaporkan.

5) *Cookie Jar*

Pada masa booming, manajemen cenderung menumbuhkan cadangan agar dapat dimanfaatkan pada saat perusahaan mengalami kerugian atau pengurangan laba sehingga saat perusahaan mengalami kerugian atau mengurangi laba sehingga perusahaan tidak terlihat buruk. Cadangan ini kemudian digunakan untuk menyebarkan keuntungan di masa-masa sulit.

6) *Revenue Recognition*

Untuk meningkatkan laba tahun berjalan atau menurunkan laba, penjualan pada periode mendatang agar diakui sebagai



penjualan pada periode berjalan dan beban penjualan periode berjalan dipindahkan ke periode mendatang.

#### **f. Teknik Rekayasa Laba**

Menurut (Suryani, 2017, p. 110) ada tiga teknik yang dapat dilakukan untuk merekayasa laba yakni:

1) Melakukan estimasi akuntansi

Keuntungan dari kesempatan untuk membuat estimasi dalam akuntansi, seperti jumlah piutang tak tertagih, durasi penyusutan atau amortisasi aset tetap, atau harga garansi.

2) Memodifikasi prosedur akuntansi

Mengubah proses akuntansi yang digunakan untuk mencatat transaksi, seperti mengubah metode garis lurus dari strategi angka-tahun untuk penyusutan aset tetap

3) Ubah periode waktu untuk pengeluaran atau pendapatan.

Kelola penjualan aset tetap yang tidak dibutuhkan, percepat atau tunda investasi pada R&D hingga kuartal berikutnya, dan percepat atau tunda pengeluaran untuk pemasaran.

### g. Rumus Manajemen laba

Manajemen laba dalam penelitian ini diukur *discretionary accrual* pada model jones dimodifikasi (Bagian 2). *Total Accrual I* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TAC_{it} = Nit - CFO_{it}$$

Keterangan :

TAC : Total akrual perusahaan pada periode t

Nit : Laba bersih perusahaan i pada tahun t

CFO<sub>it</sub> : Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada tahun t

Total accrual (TA) diestimasi dengan persamaan regresi linear berganda berbasis *ordinary least square* (OLS) sebagai berikut:

$$TAC_{it} / A_{it-1} = \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2 \left( \frac{REV_{it}}{A_{it-1}} - REV_{it-1}/A_{it-1} \right) + \beta_3(PPE_{it}/A_{it-1})$$

Keterangan :

TAC<sub>it</sub> : Total akrual perusahaan pada periode t

A<sub>it-1</sub> : Total asset perusahaan I pada periode t-1

REV<sub>it</sub> : Pendapatan perusahaan I pada tahun t

REV<sub>it-1</sub> : Pendapatan perusahaan I dari tahun t-1

PPE<sub>t</sub> : Aset tetap perusahaan pada tahun t

β<sub>1</sub>, β<sub>2</sub>, β<sub>3</sub> : Koefisien regresi

Nilai *non discretionary accruals* (NDA) dapat dihitung dengan rumus:

$$NDA_{it} = \beta_1 \left( \frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left( (REV_{it} - REV_{it-1} - \frac{1}{A_{it-1}}) \right) - \left( (REC_{it} - REC_{it-1} - \frac{1}{A_{it-1}}) \right) + \beta_3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Keterangan :

$NDA_{it}$  : Non Discretionary Accruals perusahaan I pada tahun t

$A_{it-1}$  : Total asset perusahaan I pada periode t-1

$\Delta REV_t$  : Perubahan pendapatan perusahaan I dari tahun t-1 ke tahun t

$\Delta REC_t$  : Perubahan piutang perusahaan I dari tahun t-1 ke tahun t

$PPE_t$  : Aset tetap perusahaan pada tahun t

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi

*Discretionary accrual* (DA) dapat dihitung dengan rumus:

$$DA_{it} = \frac{T_{Ait}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

$D_{ait}$  : Discretionary Accruals perusahaan pada periode t

$T_{ait}$  : Total akrual perusahaan I pada tahun t

$A_{it-1}$  : Total asset perusahaan I pada periode t-1

$NDA_{ait}$  : Non Discretionary Accruals perusahaan I pada tahun t

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel II.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Fahmie, 2018)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014)	Variabel Independen: - <i>Leverage</i> -Struktur Kepemilikan -Pertumbuhan Penjualan -Komisaris Independen  Variabel Dependen: -Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, Struktur Kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, sedangkan Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.
2.	(Zakia <i>et al.</i> , 2019)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen	Variabel Independen: -Kepemilikan Manajerial -Kepemilikan Institusional -Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i>	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan <i>Leverage</i> semuanya berdampak negatif terhadap manajemen laba, sedangkan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan

		Laba Dengan <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Moderating	-Profitabilitas -Pertumbuhan Penjualan  Variabel Dependen: Manajemen Laba	memiliki dampak positif. Terhadap Manajemen Laba.
3.	(Achyani dan Lestari, 2019)	Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)	Variabel Independen: -Perencanaan Pajak  Variabel Dependen: -Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
4.	(Purnama, 2017)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: - <i>Leverage</i> -Ukuran Perusahaan -Kepemilikan Institusional -Kepemilikan Manajerial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba. <i>Leverage</i> dan Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba, sedangkan Ukuran perusahaan dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh

			Variabel Dependen:  Manajemen Laba	negatif terhadap Manajemen Laba.
5.	(Kristiana dan Rita, 2021)	Pengaruh Siklus Hidup Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: -Siklus Hidup Perusahaan - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i>  Variabel Dependen: Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan Siklus Hidup Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba, sedangkan Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
6.	(Anindya et al., 2020)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba	Variabel Independen: - <i>Leverage</i> - <i>Sales Growth</i> -Ukuran Perusahaan - Profitabilitas  Variabel Dependen: Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan
7	(Kodriyah dan Fitri,	Pengaruh <i>Free Cash Flow</i> dan	Variabel Independen:	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

	2017)	<i>Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di BEI</i>	- <i>Free Cash Flow</i> - <i>Leverage</i> Variabel Independen: -Manajemen Laba	<i>Free Cash Flow dan Leverage</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
8	(Yunietha dan Palupi A., 2017)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Publik Non Keuangan	Variabel Independen: - <i>Corporate Governance</i> -Faktor Lainnya Variabel Dependen: -Manajemen Laba	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Board of Director, Board of Independence, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Leverage,</i> dan Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

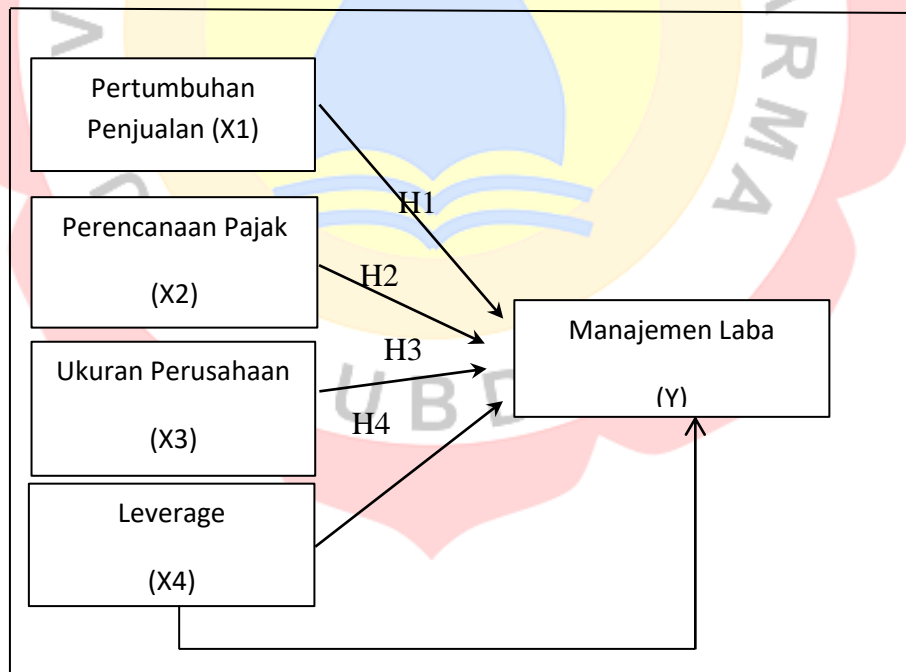
Dari data hasil penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan perbedaan penelitian yang sebelumnya dengan penelitian yang sekarang peneliti lakukan yaitu: Perbedaan penelitian (Fahmie, 2018) dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel independen lain seperti struktur kepemilikan dan komisaris independen, penelitian (Zakia *et al.*, 2019) menggunakan variabel independen lain seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan profitabilitas, penelitian (Purnama, 2017) menggunakan variabel independen lain seperti profitabilitas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial, penelitian (Kristiana dan Rita, 2021) menggunakan variabel independen lain seperti siklus hidup perusahaan. (Anindya *et al.*, 2020) menggunakan variabel independen lain



seperti profitabilitas, (Kodriyah dan Fitri, 2017) menggunakan variabel independen lain seperti *free cash flow*, (Yunietha dan Palupi A., 2017) menggunakan variabel independen lain seperti *board of director*, *board of independence*, kualitas audit, kepemilikan manajerial, dan umur perusahaan, profitabilitas.

### C. Kerangka Pemikiran

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan *leverage* mempengaruhi manajemen laba. Berikut ini adalah uraian kerangka penelitian untuk penelitian ini agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan terorganisir.



**Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**

## **D. Perumusan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba**

Pertumbuhan penjualan merupakan tentang peluang bisnis yang tersedia dipasar yang harus diambil oleh suatu perusahaan. Pertumbuhan. Penjualan adalah sebuah tolak ukur yang menunjukkan presentase tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Peningkatan dalam penjualan dapat memberikan indikasi laba yang mengalami pertumbuhan, sehingga membantu membentuk perspektif manajer tentang berbagai metode untuk memaksimalkan hasil. Salah satu tujuan manajemen laba adalah membuat laba perusahaan tampak bernilai minimal atau lebih rendah dari yang sebenarnya. (Anindya *et al.*, 2020). Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H1** : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Manajemen laba

### **2. Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba**

Perencanaan pajak merupakan langkah awal sebelum perusahaan membayar pajak, yang merupakan biaya untuk bisnis, ini adalah tahap pertama. Untuk mencapai laba operasional yang tinggi, perusahaan terus berupaya untuk mengeluarkan biaya yang seminimal mungkin. Perencanaan pajak menggunakan berbagai teknik untuk mengurangi kewajiban pajak dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Manajemen laba adalah strategi yang digunakan manajer untuk mengurangi pembayaran pajak. (Achyani dan Lestari, 2019). Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H2** : Perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong perusahaan melakukan manajemen laba. Tingginya total aset perusahaan menunjukkan bahwa usaha kecil mengelola pendapatan mereka untuk menarik investor untuk menginvestasikan saham mereka, sementara bisnis besar mengontrol pendapatan mereka untuk mencegah perubahan pendapatan. Semakin besar perusahaan, semakin mudah menarik investor dan pemerintah untuk menanamkan saham, memungkinkan perusahaan untuk memanipulasi pendapatan dengan cara melakukan manajemen laba. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H3 :** Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba

### 4. Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

*Leverage* merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total aset perusahaan. Risiko perusahaan tidak dapat memenuhi komitmennya meningkat seiring dengan rasio leverage, Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin tinggi risiko perusahaan dalam membayar kewajibannya sehingga hal ini akan kan berpengaruh pada kepercayaan kreditur. Nilai rasio *leverage* yang tinggi dianggap mempunyai banyak utang kepada pihak eksternal. Dari kondisi tersebut dapat mendorong terjadinya manajemen laba untuk melakukan *income smoothing* (Purnama, 2017). Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H4 :** Leverage berpengaruh terhadap manajemen laba .

## **5. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba**

Di dalam dunia usaha, perusahaan akan melakukan manajemen laba memperhatikan pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan *leverage*. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi membuat perusahaan perlu mengumpulkan lebih banyak dana dari sumber luar yang signifikan. Dan juga dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, yang akan meningkatkan nilai bisnis dan mendukung pertumbuhan penjualan. Perencanaan pajak merupakan untuk mengurangi beban pajak untuk tahun-tahun sekarang dan yang akan datang, tindakan yang dilakukan dengan manajemen laba, yaitu proses pengaturan laporan keuangan untuk memperoleh laba. Ukuran perusahaan Kapasitas perusahaan untuk menanggung risiko yang muncul dari berbagai keadaan akan tergantung pada ukurannya. *Leverage* timbul dikarenakan perusahaan dalam operasinya menggunakan aktiva serta sumber dana yang menimbulkan beban tetap bagi perusahaan.

**H5:** Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Semua data dibutuhkan untuk penelitian ini saat ini terdapat di Bursa Efek Indonesia. Penelitian yang melibatkan angka dan analisis data statistik dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Dalam bentuk laporan keuangan tahunan data penelitian menggambarkan nilai penjumlahan atau variabel yang diwakilinya.

#### **B. Objek Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2014, p. 41) menyatakan bahwa:

“Sifat, kualitas, atau nilai seseorang, benda, atau aktivitas yang memiliki beberapa varian adalah objek penelitian. Peneliti telah memilih untuk meneliti objek penelitian dan menarik kesimpulan tentangnya.”

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menjadi objek penelitian ini, yang menggunakan data laporan keuangan tahunan yang dikumpulkan secara berkesinambungan dari tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Desember untuk tahun 2017 sampai dengan tahun 2020.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Data sekunder dan kuantitatif adalah metode yang digunakan. Sumber data sekunder meliputi catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet, dan sumber informasi lain yang melayani kebutuhan data primer.

Karena peneliti menggunakan media perantara, data sekunder diperoleh secara tidak langsung. Untuk data sekunder penelitian ini, yang meliputi pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, leverage, dan manajemen laba, laporan keuangan Bursa Efek Indonesia perusahaan

manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar untuk tahun 2017 hingga 2020 yang terdapat dalam situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **D. Populasi dan Sample**

Perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di [www.sahamu.com](http://www.sahamu.com) dan Bursa Efek Indonesia dipilih sebagai populasi penelitian.

Perusahaan di bidang makanan and minuman dipilih oleh peneliti karena memegang peranan penting dalam mengarahkan peneliti untuk mempelajari perusahaan tersebut.

Meskipun sampel adalah bagian dari populasi, namun tetap mengandung fitur atau data yang relevan. *Purposive sampling* adalah pendekatan pengambilan sampel yang digunakan, dan melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang disesuaikan dengan tujuan penelitian dan masalah penelitian yang dihasilkan. Dalam penelitian ini, kriteria sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020
2. Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2017-2020
3. Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
4. Perusahaan yang memiliki informasi dan lengkap untuk kebutuhan analisis

**Table III.1****Perusahaan Manufaktur Sub sektor Makanan dan Minuman**

No	Kode	Nama
1	AISA	Tiga pilar Sejahtera Food Tbk, PT
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk, PT
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk, PT
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk, PT
6	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk, PT
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk, PT
8	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk, PT
9	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk, PT
10	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, PT
11	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk, PT
12	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
13	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk, PT
14	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
15	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk, PT
16	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT
17	MYOR	Mayora Indah Tbk, PT
18	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk, PT
19	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk, PT
20	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk, PT
21	PSGO	Palma Serasih Tbk, PT
22	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
23	SKBM	Sekar Bumi Tbk, PT
24	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT
25	STTP	Siantar Top Tbk, PT



26	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT
----	------	---

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah tujuan utama penelitian, teknik pengumpulan data merupakan fase penting dalam prosesnya (Sugiyono, 2018, p. 270).

Menganalisis catatan keuangan perusahaan, sampel penelitian adalah salah satu cara teknik pengumpulan data kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan informasi. Menggunakan SPSS untuk pengelolaan data.

Informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dengan menggunakan metode ini, penulis mengumpulkan data laporan keuangan perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman dari tahun 2017 hingga 2020, dengan mempertimbangkan karakteristik seperti pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Data tersebut dapat dilihat dari kumpulan laporan keuangan yang terdapat pada [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **F. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Peneliti menggunakan variabel independen dan dependen dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, dan didasarkan pada masalah dan hipotesis yang telah dikembangkan:

##### **1. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel prediktor, anteseden, dan stimulus. Hal ini sering disebut sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel bebas adalah faktor yang

mempengaruhi, memberikan kontribusi, atau mengakibatkan perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2017, p. 29). Empat variabel pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan *leverage* digunakan sebagai variabel independen penelitian.

a. Variabel Independen (X1)

Variabel pertama adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan adalah ekspansi penjualan adalah gagasan bahwa bisnis harus menangkap peluang komersial tergantung pada pertumbuhan penjualannya. Bisnis yang tumbuh cepat biasanya membutuhkan modal tambahan dari sumber luar yang besar. Penjualan yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan, yang kemudian dapat mendorong pertumbuhan perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan (Zakia *et al.*, 2019). Tingkat laju perubahan penjualan dari tahun ke tahun ditunjukkan dengan laju pertumbuhan penjualan. Korporasi akan lebih bergantung pada modal luar karena penjualan meningkat lebih cepat. Sebuah bisnis dengan penjualan yang umumnya stabil mungkin akan lebih mudah mendapatkan lebih banyak pinjaman dan memiliki biaya tetap yang lebih besar daripada bisnis dengan penjualan yang tidak menentu. (Fahmie, 2018).

Tingkat laju pertumbuhan penjualan adalah ukuran seberapa besar leverage dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Jika penjualan dan laba meningkat setiap tahun,

pembiayaan utang ditambah dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemegang saham. Untuk mendorong manajer mengelola profitabilitas seiring dengan pertumbuhan penjualan perusahaan yang meningkat (Anindya *et al.*, 2020). Oleh karena itu manajemen laba yang dilakukan manajer tidak lain halnya supaya laba perusahaan bernilai minimum atau tampak lebih rendah dibandingkan laba sesungguhnya.

Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus :

$$G = \frac{S1 - S0}{S0}$$

Sumber : (Fahmie, 2018)

Keterangan :

$G$  = *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)

$S1$  = *Total Current Sales* (total penjualan selama periode berjalan)

$S0$  = *Total Sales For Last Period* (total penjualan periode yang lalu)

b. Variabel Independen (X2)

Variabel kedua adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak adalah kumpulan tindakan yang digunakan untuk mengelola akuntansi dan keuangan perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajak dengan cara yang tidak melanggar aturan perpajakan (secara hukum). Ini mencakup seluruh proses pengelolaan pajak dalam arti luas (Pohan, 2017, p. 8).

Perencanaan pajak merupakan langkah awal dalam manajemen pajak, fokus tahap pertama dalam pengelolaan pajak adalah mengelola setiap transaksi yang memiliki dampak perpajakan. Untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah harus digunakan penghindaran pajak, bukan penyelundupan pajak, yang merupakan kejahatan keuangan yang tidak akan diterima. Oleh karena itu, peraturan perpajakan harus dikumpulkan dan diteliti pada titik ini.

Tahap pertama manajemen pajak, yang dikenal sebagai perencanaan pajak, berkaitan dengan penanganan setiap transaksi yang dapat mempengaruhi pajak. Penghindaran pajak harus dimanfaatkan untuk menurunkan jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah daripada penyelundupan pajak, yang merupakan kejahatan keuangan yang tidak akan ditolerir. Akibatnya, informasi tentang peraturan perpajakan harus dikumpulkan sekarang.

Perencanaan pajak dapat dihitung dengan rumus :

$$TRR_{it} = \frac{Net\ Income}{Pretax\ Income\ (EBIT)_{it}}$$

Sumber (Achyani dan Lestari, 2019)

Keterangan :

$TRR_{it}$  = *Tax Retention Rate* ( tingkat retensi pajak perusahaan I pada tahun t ).

Net Income  $I_t$  = Laba bersih perusahaan  $I$  pada tahun  $t$ .

Pretax Income (EBIT $_t$ ) = Laba sebelum pajak perusahaan  $I$  tahun  $t$

c. Variabel Independen (X3)

Variable ketiga adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala yang memungkinkan ukuran bisnis untuk dikategorikan dalam beberapa kategori, seperti total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. (Hery, 2017, p. 93).

Ukuran perusahaan, yang dapat dinyatakan dalam total aset atau total penjualan bersih, mengacu pada ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan meningkat dengan keseluruhan aset atau penjualannya.

Jumlah modal yang diinvestasikan meningkat dengan ukuran aset, sementara volume penjualan meningkatkan jumlah uang yang diserahkan perusahaan.

Bisnis yang mengalami pertumbuhan penjualan yang pesat memerlukan dukungan ekstra dari sumber daya bisnis. Di sisi lain, sumber daya yang lebih sedikit juga dibutuhkan di perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang sedang. Oleh karena itu, jumlah atau jumlah kekayaan suatu perusahaan dapat digunakan untuk mengkaraktisasinya..

Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus

$$\text{ukuran perusahaan} = \log n (\text{total aset})$$

d. Variabel Independen (X4)

Variabel keempat adalah *leverage*. *Leverage* merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan pilihan bisnis untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang menggunakan utang wajib membayar bunga dan biaya pokok. Penggunaan utang atau pembiayaan eksternal memiliki risiko tidak terbayarnya utang yang besar, oleh karena itu harus diperhatikan agar pelaku usaha dapat melunasinya (Hery, 2017, p. 16).

*Leverage* dapat dihitung dengan rumus :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai output, kriteria, dan konsekuensi adalah nama umum untuk variabel dependen. Variabel bebas mempengaruhi atau menghasilkan variabel terikat. (Sugiyono, 2017, p. 39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Manajemen laba merupakan variabel terikat dalam penelitian ini. Untuk mempengaruhi pemangku kepentingan yang tertarik untuk mempelajari kinerja dan keadaan perusahaan, manajer perusahaan dapat mengintervensi atau mengubah informasi yang terkandung dalam laporan keuangan (Sulistyanto, 2014, p. 6). Manajemen laba dalam penelitian ini diukur *discretionary accrual* pada model jones dimodifikasi (Bagian 2). *Total Accrual I* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TAC_{it} = Nit - CFO_{it}$$

Keterangan :

TAC : Total akrual perusahaan pada periode t

Nit : Laba bersih perusahaan I pada tahun t

CFO<sub>it</sub> : Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan I pada tahun t

Total accrual (TA) diestimasi dengan persamaan regresi linear berganda berbasis *ordinary least square* (OLS) sebagai berikut:

$$TAC_{it} / A_{it-1} = \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2 \left( \frac{REV_{it}}{A_{it-1}} - REV_{it-1}/A_{it-1} \right) + \beta_3(PPE_{it}/A_{it-1})$$

Keterangan :

TAC<sub>it</sub> : Total akrual perusahaan pada periode t

A<sub>it-1</sub> : Total aset perusahaan i pada periode t-1

REV<sub>it</sub> : Pendapatan perusahaan I pada tahun t

REV<sub>it-1</sub> : Pendapatan perusahaan I dari tahun t-1

PPE<sub>t</sub> : Aset tetap perusahaan pada tahun t

β<sub>1</sub>, β<sub>2</sub>, β<sub>3</sub> : Koefisien regresi

Nilai *non discretionary accruals* (NDA) dapat dihitung dengan rumus

$$NDA_{it} = \beta_1 \left( \frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left( (REV_{it} - REV_{it-1} - \frac{1}{A_{it-1}}) \right) - \left( \left( REC_{it} - REC_{it-1} - \frac{1}{A_{it-1}} \right) \right) + \beta_3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$



$NDA_{it}$  : *Non Discretionary Accruals* perusahaan  $i$  pada tahun  $t$

$A_{it-1}$  : Total asset perusahaan  $i$  pada periode  $t-1$

$\Delta REV_t$  : Perubahan pendapatan perusahaan  $I$  dari tahun  $t-1$  ke tahun  $t$

$\Delta RECT$  : Perubahan piutang perusahaan  $I$  dari tahun  $t-1$  ke tahun  $t$

$PPE_t$  : Aset tetap perusahaan pada tahun  $t$

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi

*Discretionary accrual (DA)* dapat dihitung dengan rumus:

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Keterangan:

$DA_{it}$  : *Discretionary Accruals* perusahaan pada periode  $t$

$TA_{it}$  : Total akrual perusahaan  $i$  pada tahun  $t$

$A_{it-1}$  : Total aset perusahaan  $i$  pada periode  $t-1$

$NDA_{it}$  : *Non Discretionary Accruals* perusahaan  $i$  pada tahun  $t$

#### G. Teknik Analisa Data

Analisis kuantitatif data digunakan dalam penelitian ini. Analisis ini menggunakan sejumlah teknik analisis, termasuk perhitungan statistik untuk menguji hipotesis. Untuk membuat tabel dan penjelasan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang temuan analisis, analisis data kuantitatif dimulai dengan mengumpulkan data yang secara akurat mewakili sampel penelitian. Data ini kemudian diolah kembali menggunakan SPSS ver. 24 (*statistical Package for the Social Sciences*). Menurut (Ghozali, 2018, p. 15) SPSS adalah perangkat lunak yang bekerja pada platform *windows* untuk

menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik untuk statistik parametrik dan non-parametrik. Berikut adalah metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Ada analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum dari data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam topik analisis deskriptif, akan dikaji dan dibahas penentuan mean, nilai terendah, nilai tertinggi, dan standar deviasi dari variabel-variabel yang diteliti. Nilai-nilai yang ditunjukkan di bawah ini menggambarkan hasil analisis statistik deskriptif:

#### a) Nilai Rata-rata (Mean)

Hasil pembagian jumlah total nilai ( $X$ ) dengan jumlah total individu ( $N$ ) adalah mean (mean).

#### b) Nilai Minimum

Hasil terendah atau hasil terkecil yang dapat ditentukan dari seluruh kumpulan data yang dijadikan sampel adalah nilai minimum.

#### c) Nilai Maksimum adalah nilai paling signifikan atau tertinggi yang ditemukan di seluruh kumpulan data yang digunakan sebagai sampel.

#### d) Standar deviasi

Standar deviasi mengukur seberapa akurat nilai rata-rata menggambarkan data ditentukan oleh standar deviasi. Semakin

mendekati mean data, semakin kecil standar deviasi nya. Semakin jauh data menyimpang dari mean, semakin besar standar deviasi nya. Rata-rata semua data adalah identik jika standar deviasi sama dengan nol.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel residual atau confounding dalam model regresi berdistribusi normal. Uji t dan F, seperti pengetahuan umum, mengandaikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua metode, analisis grafis dan analisis statistik, untuk menentukan apakah residual berdistribusi teratur atau tidak (Ghozali, 2018, p. 161).

Pengujian ini mencoba untuk mengevaluasi variabel independen (X), variabel terkait (Y) pada persamaan regresi dan model regresi yang dihasilkan. Jika anggapan ini rusak, uji statistik untuk ukuran sampel kecil tidak valid (Ghozali, 2018, p. 161).

- 1) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal
- 2) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menentukan apakah korelasi antara variabel independen ditemukan oleh model regresi. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai (Ghozali, 2018, p. 107).

Nilai toleransi dan faktor inflasi varians dapat digunakan untuk melihat hasil uji multikolinearitas (VIF). Variabel independen mana yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya dapat ditentukan dengan menggunakan dua metrik ini. Oleh karena itu, nilai VIF yang tinggi dan nilai toleransi yang rendah adalah ekuivalen. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  (Ghozali, 2018, pp. 107–108). Dasar pengambilan keputusan tersebut sebagai berikut:

- 1) Meskipun nilai R<sup>2</sup> yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris relatif tinggi, banyak variabel independen secara individual tidak memiliki dampak yang substansial terhadap variabel dependen.
- 2) Meneliti Matriks Korelasi Variabel Independen Tanda multikolinearitas adalah korelasi yang cukup kuat antara variabel independen (seringkali di atas 0,90).

Bahkan ketika ada sedikit atau tidak ada korelasi antara variabel independen, multikolinearitas masih bisa ada.

3) Nilai toleransi dan kebalikannya, serta faktor inflasi varians, keduanya menunjukkan multikolinearitas (VIF). Kedua pengukuran ini menunjukkan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap penjelasan keseluruhan. (Karena  $VIF = 1/\text{Tolerance}$ ), nilai toleransi yang rendah setara dengan angka VIF yang tinggi. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:

a) Tidak terjadi masalah multikolinearitas jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

b) Masalah multikolinearitas muncul jika nilai toleransi kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih tinggi dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah ada ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dan residual pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas merupakan model regresi yang sesuai. Apabila residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya tetap sama, disebut

homoskedastisitas, dan jika berubah disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018, p. 137).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah untuk melihat apakah kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode t-1 berkorelasi menggunakan model regresi linier (Ghozali, 2018, p. 111). Metode uji *Durbin-watson* digunakan untuk mengidentifikasi autokorelasi. Uji *Durbin-Watson* hanya berlaku untuk autokorelasi orde pertama (*first order autocorrelation*) memerlukan konstan dalam model regresi, dan tidak menyertakan variabel lag antar variabel independen.

3. Analisis Regresi

Analisis regresi bermaksud menggambarkan hubungan antara variabel dependen dan independen untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Pada intinya, analisis ini menunjukkan pembelajaran tentang hubungan antara variabel dan satu atau lebih variabel dengan tujuan untuk memperkirakan nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Rumus untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 SG + \beta_2 TRR + \beta_3 FM + \beta_4 LEV + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Manajemen Laba

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien variabel independen pertumbuhan penjualan

$\beta_2$  : Koefisien variabel independen perencanaan pajak

SG : *Sales Growth* atau pertumbuhan penjualan

TRR : *Tax Retention Rate* atau perencanaan pajak

FM : *Firm Size* atau Ukuran Perusahaan

LEV : *Leverage*

$\epsilon$  : Standar *Error*

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Kemampuan variabel dependen sangat dibatasi oleh nilai  $R^2$  yang rendah. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel bebas hampir seluruhnya memenuhi kebutuhan akan variasi dalam variabel terikat. Nilai Adjusted  $R^2$  menentukan



hasil uji koefisien determinasi. Nilai yang disesuaikan R<sup>2</sup> berkisar dari 0 hingga 1. Ketika nilai Adjusted R<sup>2</sup> mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen hampir seluruhnya memenuhi persyaratan untuk memprediksi variabel dependen, dan ketika nilai Adjusted R<sup>2</sup> mendekati 0, menunjukkan kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat dibatasi. Nilai R<sup>2</sup> dapat digunakan jika nilai Adjusted R<sup>2</sup> sama dengan 0.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistic F digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen dan variabel dependen mempunyai pengaruh yang bersamaan (Ghozali, 2018, p. 98). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%), kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan F kurang dari 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak. Terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan F lebih dari 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima. Semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Tujuan dari uji t statistik adalah untuk menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel independen atau penjelas memberikan kontribusi untuk penjelasan varians dependen. (Ghozali, 2018, p. 98). Variabel dianggap memiliki pengaruh yang cukup besar jika t-hitung melebihi t-tabel pada tingkat signifikansi 5%. Variabel berpengaruh besar jika t-hitung lebih kecil dari data pada t-tabel pada tingkat 5%, dan sebaliknya jika selisihnya lebih kecil. Dengan menghitung nilai statistik t menggunakan titik krusial yang ditentukan dalam tabel, maka dilakukan uji statistik t.

Tingkat signifikansi yang diberikan bahwa:

- 1)  $H_0$  diterima, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari satu variabel independen terhadap variabel dependen, diterima jika nilai signifikansinya adalah  $t > 0,05$ .
- 2)  $H_0$  ditolak jika  $t < 0,05$  yang menunjukkan bahwa terdapat interaksi yang cukup besar antara satu variabel dengan variabel terikat

Kriteria pengujian :

- 1) Jika  $t(\text{hitung}) < t(\text{tabel})$  , maka  $H_0$  diterima
- 2) 2) Jika  $t(\text{hitung}) > t(\text{tabel})$  , maka  $H_0$  ditolak