

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN,  
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman  
yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar**

**Sarjana Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis**

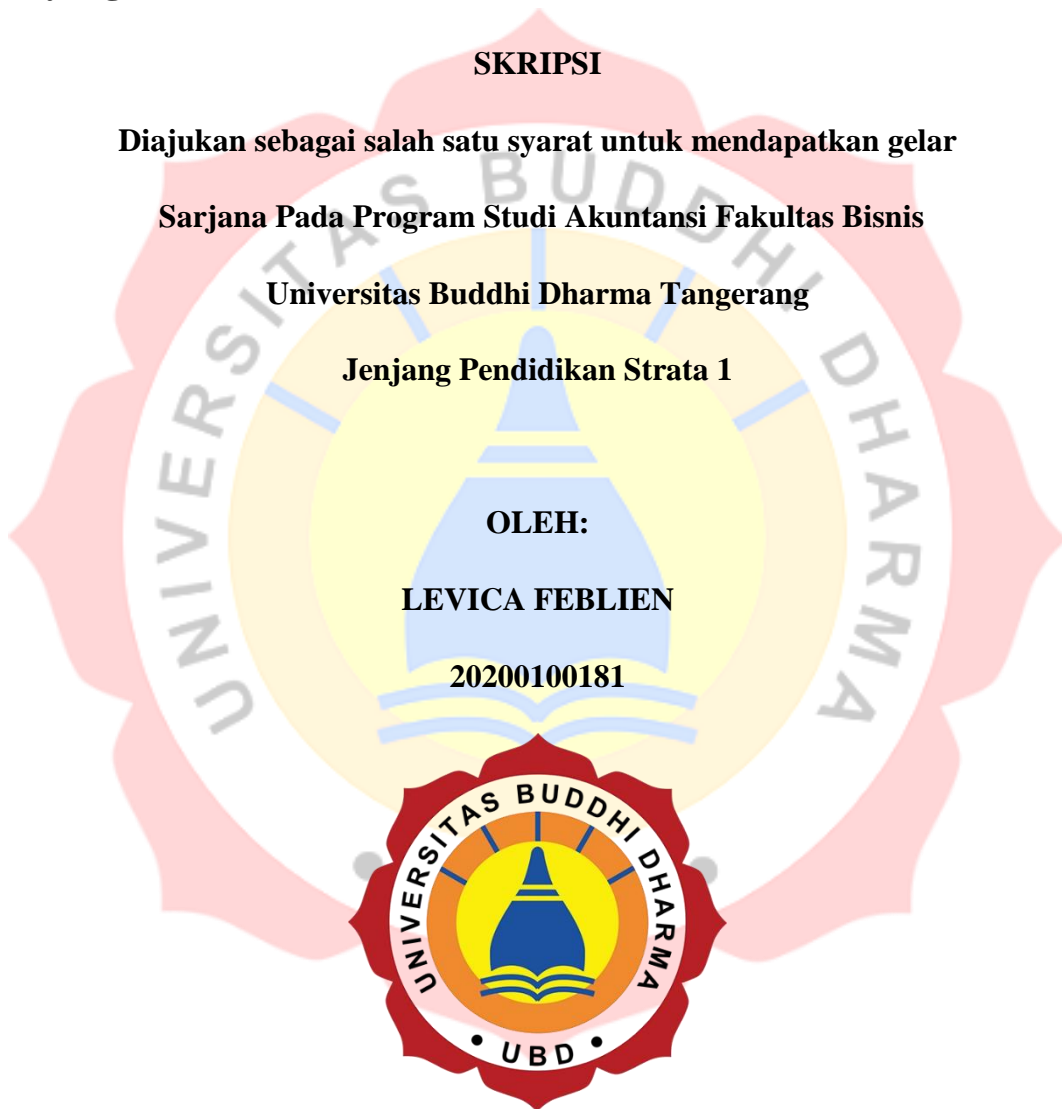
**Universitas Buddhi Dharma Tangerang**

**Jenjang Pendidikan Strata 1**

**OLEH:**

**LEVICA FEBLIEN**

**20200100181**



**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2024**

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN,  
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP MANAJEMEN LABA**

**(Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman  
yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**LEVICA FEBLIEN**

**20200100181**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**



**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2024**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Levica Feblien  
NIM : 20200100181  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)

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

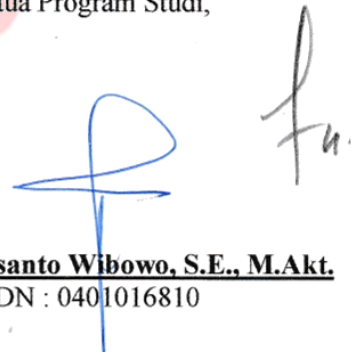
Tangerang, 05 Oktober 2023

Menyetujui,  
Pembimbing,



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

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,



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

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Levica Feblien

NIM : 20200100181

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

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


Tangerang, 11 Januari 2024


Menyetujui,

Pembimbing,

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

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

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



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jenni, S.E., M.Akt.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Levica Feblien

NIM : 20200100181

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,  
Pembimbing,



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

Tangerang, 11 Januari 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,



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



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Levica Feblien  
NIM : 20200100181  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Sabtu, tanggal 24 Februari 2024

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

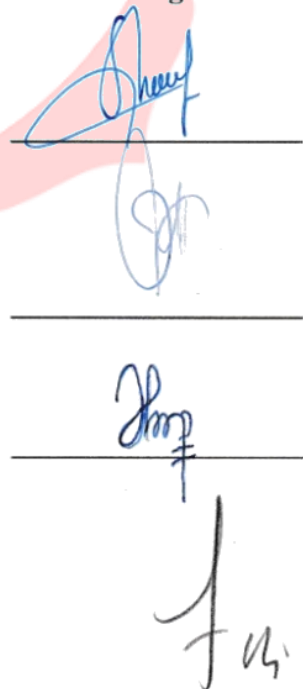
Ketua Penguji : **Dr. Suhendra, S.E., M.M**  
NIDN : 0401077202

Penguji I : **Dr. David Kiki Baringin MT Samosir, SE., MM., CMA**  
NIDN : 0401026903

Penguji II : **Yunia Oktari, S.E., M.Akt**  
NIDN : 0405109002

Dekan Fakultas Bisnis,

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



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis, skripsi 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 dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti : buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studia tau 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 ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena tulisan ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 05 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Levica Feblien

Nim : 20200100181

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dibuat oleh,

NIM : 20200100181

Nama : Levica Feblien

Jenjang Studi : Strata 1

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty -Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul : “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

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

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 25 Maret 2024

Penulis,

  
(Levica Feblien)

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS DAN  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA (STUDI  
EMPIRIS PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019 –  
2022)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 dan dalam menentukan jumlah sampel menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 30 perusahaan menjadi sample penelitian sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 25 dengan metode analisa data yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap Manajemen Laba, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Manajemen Laba serta Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Manajemen Laba.

**Kata Kunci : Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba**

***THE EFFECT OF SALES GROWTH, PROFITABILITY AND COMPANY SIZE ON EARNINGS MANAGEMENT (EMPIRICAL STUDY OF FOOD AND BEVERAGE SUB SECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2019-2022)***

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of Sales Growth, Profitability and Company Size on Earnings Management of the Food and Beverage Sub Sector Companies Listed on The IDX in 2019-2022.*

*This research uses quantitative research methods. The population used in this research is Food and Beverage Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2022 period and in determining the number of samples using a purposive sampling method so that 30 companies were obtained as research samples in accordance with predetermined criteria. This research uses SPSS version 25 software with data analysis methods used, namely descriptive statistical tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis tests.*

*The results of the research analysis show that Sales Growth has a significant negative effect on Earnings Management, Profitability has a significant positive effect on Earnings Management and Company Size has a significant negative effect on Earnings Management and Sales Growth, Profitability and Company Size have a simultaneous or joint effect on Earnings Management.*

***Keyword : Sales Growth, Profitability, Company Size and Earnings Management***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Rahmat Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)”**. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi program S1 Konsentrasi Akuntansi Keuangan dan Perpajakan di Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Buddhi Dharma.
4. Ibu Jenni, S.E., M.Akt selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi

kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama berkuliah di Universitas Buddhi Dharma.
6. Kedua orang tua dan Biggy Julien selaku kakak penulis yang selama ini selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, dan motivasi kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis sangat menghargai dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Tangerang, 05 Oktober 2023

Penulis,

Levica Feblien

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL LUAR	
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan Skripsi .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
A. Gambaran Umum Teori .....	14
1. Teori Keagenan (Agency Theory) .....	14
2. Pertumbuhan Penjualan.....	16
3. Profitabilitas .....	19
4. Ukuran Perusahaan.....	23
5. Manajemen Laba.....	27

B.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
C.	Kerangka Pemikiran .....	39
D.	Perumusan Hipotesa .....	40
	1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba..	40
	2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba .....	41
	3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba .....	42
	4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
A.	Jenis Penelitian .....	44
B.	Objek Penelitian.....	45
C.	Jenis dan Sumber Data.....	45
D.	Populasi dan Sampel.....	46
	1. Populasi .....	46
	2. Sampel.....	47
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
F.	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	49
	1. Variabel Independen (X).....	49
	2. Variabel Dependen (Y) .....	51
G.	Teknik Analisis Data .....	53
	1. Uji Statistik Deskriptif .....	54
	2. Uji Asumsi Klasik .....	54
	3. Uji Statistik .....	59
	4. Uji Hipotesis .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>63</b>
A.	Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	63
	1. Manajemen Laba .....	66
	2. Pertumbuhan Penjualan.....	69
	3. Profitabilitas .....	73
	4. Ukuran Perusahaan.....	76
B.	Analisis Hasil Penelitian .....	80
	1. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	80

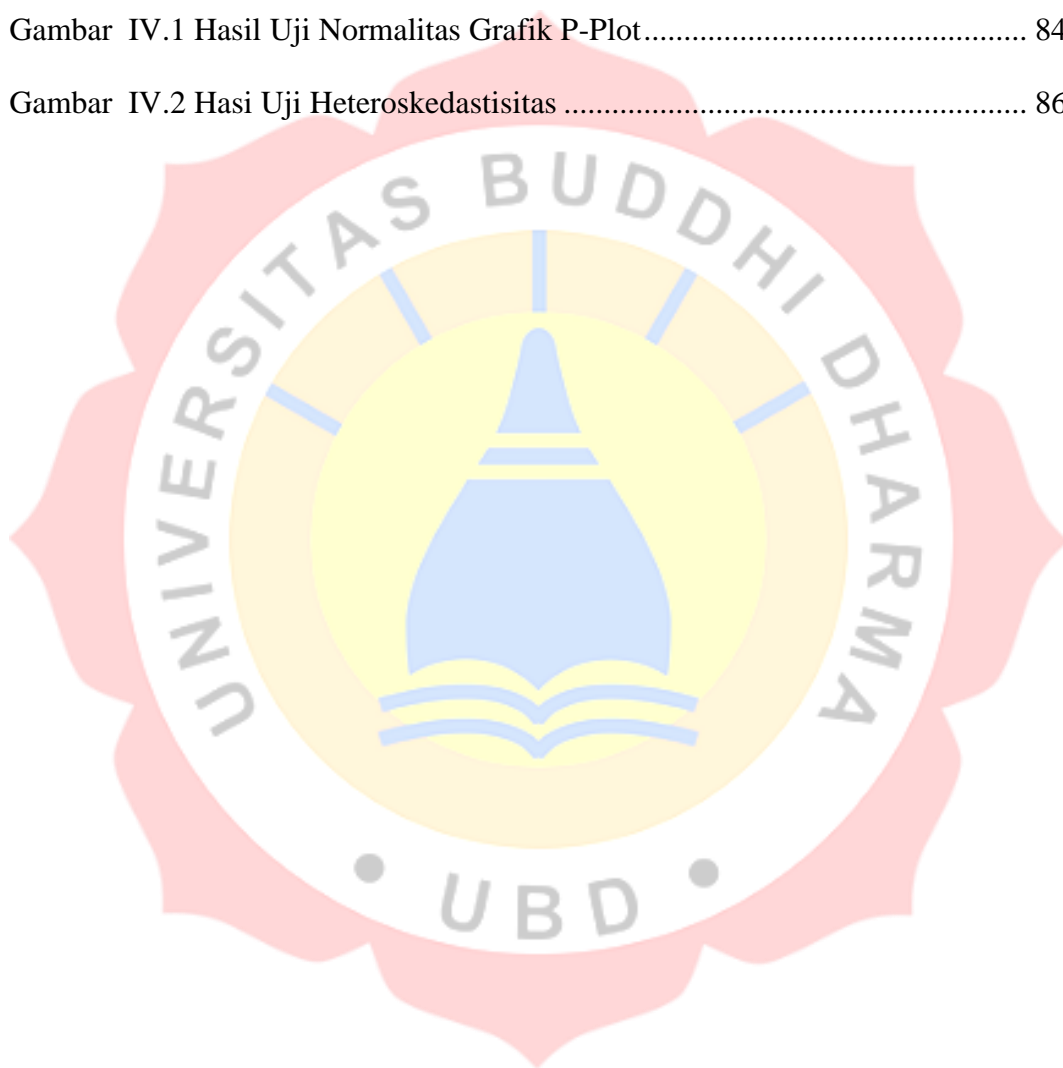
2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	81
3. Hasil Uji Statistik .....	87
C. Pengujian Hipotesis .....	89
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	89
2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	91
3. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	93
D. Pembahasan .....	94
1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba..	94
2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba .....	95
3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba .....	97
4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.....	99
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>SURAT KETERANGAN RISET</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Table II.1 Kriteria Ukuran Perusahaan .....	25
Table II.2 Indeks Ukuran Perusahaan .....	26
Table II.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....	35
Table IV.1 Tahap Seleksi Kriteria Metode Purposive Sampling .....	63
Table IV.2 Daftar Perusahaan Sampel .....	64
Table IV.3 Hasil Perhitungan Manajemen Laba .....	66
Table IV.4 Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan .....	70
Table IV.5 Hasil Perhitungan Profitabilitas .....	73
Table IV.6 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan .....	77
Table IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	80
Table IV.8 Hasil Uji Normalitas .....	82
Table IV.9 Hasil Uji Multikolonieritas .....	85
Table IV.10 Hasil Uji Autokorelasi .....	87
Table IV.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	88
Table IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	90
Table IV.13 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	91
Table IV.14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran .....	40
Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot.....	84
Gambar IV.2 Hasi Uji Heteroskedastisitas .....	86



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data Variabel

Lampiran 2 Perhitungan Pertumbuhan Penjualan

Lampiran 3 Perhitungan Profitabilitas

Lampiran 4 Perhitungan Ukuran Perusahaan

Lampiran 5 Perhitungan Manajemen Laba

Lampiran 6 Hasil *Output* SPSS Versi 25

Lampiran 7 Laporan Keuangan

Lampiran 8 Tabel Uji F

Lampiran 9 Tabel Uji t

Lampiran 10 Durbin Watson



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Laporan keuangan adalah laporan yang menyajikan informasi keuangan suatu entitas bisnis atau organisasi selama periode tertentu. Laporan keuangan umumnya disusun oleh perusahaan atau organisasi untuk memberikan gambaran tentang kinerja keuangan mereka serta mencerminkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan kepada para pemangku kepentingan, seperti pemilik, investor, karyawan, kreditor, dan pihak terkait lainnya untuk membantu para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan bisnis atau organisasi. Fungsi utama laporan keuangan adalah menyajikan informasi keuangan secara sistematis dan terstruktur tentang kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan memberikan gambaran tentang pendapatan, biaya, aset, kewajiban, ekuitas, serta arus kas yang terjadi selama periode tertentu (Marksin, 2023).

Laporan keuangan terdiri dari berbagai jenis atau bagian dan salah satu bagian atau jenis laporan paling penting yaitu merupakan laporan laba/rugi, karena di dalam laporan laba/rugi memuat informasi terkait berapa pendapatan, biaya serta laba atau rugi yang diterima oleh perusahaan didalam periode akuntansi tersebut atau dengan kata lain laporan tersebut menyajikan informasi berupa gambaran kinerja perusahaan yang tercermin dari laba atau rugi yang merupakan selisih dari pendapatan dan biaya selama

periode tertentu (Prihadi, 2019). Berdasarkan *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) no 1 terkait tujuan pelaporan keuangan yang menyatakan bahwa pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang dibutuhkan oleh kreditur untuk mengambil keputusan dengan berisikan kinerja perusahaan yang digambarkan dari informasi mengenai laba. Suatu perusahaan yang performa dan kinerjanya dinilai berdasarkan informasi terkait laba maka manajemen perusahaan akan lebih memperhatikan terkait perolehan laba yang dihasilkan perusahaan. Tindakan opportunistik yang dilakukan perusahaan dengan cara menerapkan salah satu strategi akuntansi yaitu menetapkan beberapa kebijakan untuk menghasilkan laporan keuangan perusahaan yang sesuai dengan keinginan perusahaan yaitu memastikan bahwa perusahaan mengalami profit atau laba dan aktivitas yang dilakukan oleh manajemen ini dapat disebut dengan manajemen laba (Melati, 2022).

Manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan secara sadar dengan campur tangan manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan untuk menyampaikan informasi yang tidak seharusnya kepada para investor, kreditur dan pihak yang berkepentingan lainnya, dengan demikian manajemen laba merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas suatu laporan karena menampilkan suatu informasi yang bias didalam laporan keuangan serta manajemen laba merupakan area yang kontroversial dan penting didalam akuntansi keuangan. Akan tetapi manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai suatu tindakan negatif dan

merugikan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan karena manajemen laba tidak selalu berorientasi atas manipulasi laba atau data terkait data keuangan perusahaan. (Setiawati, 2019)

Salah Satu fenomena terkait dengan manajemen laba yang pernah terjadi di Indonesia adalah kasus manajemen laba yang dialami oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) yang berubah nama menjadi PT FKS Food Sejahtera Tbk pada tahun 2021. Dilansir dari CNBC Indonesia bahwa pada tahun 2019 PT Tiga Pilar Sejahtera Food mengeluarkan laporan keuangan yang merupakan hasil modifikasi karena di dalam laporan keuangan tersebut menyatakan bahwa PT Tiga Pilar Sejahtera Food mendapatkan laba bersih senilai Rp.1,49 triliun padahal di periode desember 2018 PT Tiga Pilar Sejahtera Food masih mengalami kerugian senilai Rp.123,43 miliar dan berdasarkan laporan keuangan tersebut didapatkan data bahwa pendapatan netto AISA pada 2019 turun 4,4% (Rp. 1,51 triliun) dari tahun 2018 (Rp. 1,58 triliun). Setelah diselidiki bahwa pada tahun 2019 AISA mendapatkan penghasilan lainnya senilai Rp.1,9 triliun yaitu berasal dari pembalikan atas penurunan nilai piutang sebesar Rp.990 miliar, selisih nilai wajar restrukturisasi utang obligasi dan sukuk ijarah Rp.903,34 miliar, dan pembalikan atas penurunan nilai persediaan neto Rp.6,88 miliar sehingga membuat laba perusahaan melonjak menjadi Rp.1,49 triliun. ([www.cnbcindonesia.com/markettigapilar](http://www.cnbcindonesia.com/markettigapilar))

Fenomena lain juga terjadi pada PT Bakrie Sumatera Plantations Tbk (UNSP) yang akhirnya mencatatkan laba didalam laporan keuangan

semester I tahun 2022, yang dimana secara historis bahwa UNSP selalu mengalami kerugian sejak tahun 2016 sehingga menyebabkan defisiensi modal yang berarti nilai ekuitas perseroan negatif dan porsi kewajibannya sangatlah besar serta dikatakan bahwa seluruh aset yang dimiliki oleh perseroan dibiayai atas utang. Pada semester I tahun 2022 UNSP memiliki laba kotor sebesar Rp.349,3M (turun 25% dari tahun lalu) dengan total beban operasional mencapai Rp.577,7M yang bisa diartikan bahwa UNSP sebenarnya masih harus mencatatkan kerugian namun setelah diselidiki UNSP bisa mencatatkan laba bersih sebesar Rp.329,1M yang bersumber dari pos pendapatan lain yaitu surplus atau keuntungan atas kehilangan pengendalian entitas anak yang mencapai Rp. 856 miliar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen UNSP berupaya melepas hak pengendalian atas entitas anak agar menyelamatkan nilai UNSP yang semakin menurun dengan berusaha mendapatkan laba ditahun 2022. ([www.cnbcindonesia.com/marketemitensawit](http://www.cnbcindonesia.com/marketemitensawit))

Melalui fenomena yang terjadi terdapat beberapa variabel yang memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi manajemen laba didalam suatu perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Salah satu faktor yang dianggap memiliki pengaruh terhadap manajemen laba yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ketahun dengan hasil yang disebabkan beberapa faktor seperti perubahan harga, akuisisi, dan lain-lain

yang juga merupakan indikator kemampuan ekonomi perusahaan untuk bertahan dalam industri dan perkembangan ekonomi yang ada. (Rayani, 2019). Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat memiliki kemungkinan termotivasi dalam melakukan tindakan manajemen laba didalam melaporkan laba perusahaan karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan pasti akan memutuskan untuk melakukan ekspansi dan dana yang dibutuhkan sangatlah besar maka dilakukan manajemen laba untuk memperlihatkan bahwa trend laba yang dimiliki perusahaan cenderung stabil dan tidak terjadi penurunan (Erawati dan Nahar, 2017). Berdasarkan uraian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Satiti dan Aditya (2020) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina dan Sutandi (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba.

Terdapat faktor lain yang juga dapat mempengaruhi manajemen laba yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba atau nilai hasil akhir operasional melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan selama periode tertentu (Azlina, 2009). Profitabilitas akan mempengaruhi manajer dalam melakukan tindakan manajemen laba. Pihak principal cenderung menuntut manajemen untuk mencapai profitabilitas yang tinggi. Apabila manajemen mampu

mencapai target yang ditetapkan principal, manajemen akan dianggap mempunyai kinerja yang baik. Perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah cenderung melakukan perataan laba. Perataan laba ini merupakan salah satu bentuk dari manajemen laba. Pengaruh ini menunjukkan bahwa semakin rendah profitabilitas, maka akan semakin tinggi perusahaan melakukan tindakan perataan laba yang bersifat oportunistik. (Fahmi, 2018). Berdasarkan uraian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniah dan Ikhsan (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilla (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan penelitian yang dilakukan oleh Viana dan Herlin (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba.

Dan faktor lain yang juga dianggap mempengaruhi manajemen laba yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah ukuran atas besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan di mana perusahaan yang besar umumnya tentu memiliki total aset yang besar pula (Suryaputra, 2016). Ukuran perusahaan dapat berperan penting dalam ekonomi dunia saat ini hal ini dapat dilihat dalam menentukan hubungan perusahaan dengan lingkungan di luar perusahaan, contohnya pertumbuhan perusahaan multinasional dalam ekonomi saat ini, mencerminkan pentingnya ukuran perusahaan dalam lingkungan bisnis. Kencenderungan melaporkan laba

positif diduga kuat sering dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berukuran sedang dan besar, alasan yang mendasari dugaan tersebut adalah karena untuk mempertahankan kredibilitas mereka dan agar kinerja mereka terlihat sesuai dengan yang diharapkan oleh pasar dan para analis sehingga perusahaan berukuran sedang dan besar diduga lebih agresif melakukan manajemen laba melalui mekanisme pelaporan laba positif, untuk menghindari pelaporan kerugian (*earnings losses*) dibandingkan dengan perusahaan kecil (Handayani dan Rachadi, 2009). Maka berdasarkan uraian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi (2019) dengan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu dan Ery Setiawan (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba serta penelitian yang dilakukan oleh Dhea dan Farida (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan banyaknya penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan menggunakan model dan metode penelitian yang berbeda-beda sehingga membuahkan hasil yang bervariasi. Maka atas dasar perbedaan hasil penelitian tersebut membuat penulis terdorong untuk melakukan penelitian kembali pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Didukung dengan fenomena dan latar belakang

yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul  
**“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Praktik manajemen laba tidak selalu illegal tetapi banyak pihak yang melakukan manajemen laba dengan melanggar peraturan untuk memperoleh keuntungan masing-masing.
2. Penyalahgunaan data laba dalam laporan keuangan yang dapat memicu keputusan manajemen laba.
3. Nilai pertumbuhan penjualan yang *stuck* atau tidak mencapai target yang ditentukan membuat manajemen memutuskan untuk melakukan manajemen laba agar membuat perusahaan terlihat mengalami peningkatan laba.
4. Penjualan yang mengalami peningkatan tidak menutup kemungkinan sektor-sektor beban juga ikut meningkat sehingga laba yang diperoleh juga tidak akan terlalu besar maka perusahaan melakukan manajemen laba agar laba yang diterima perusahaan terlihat meningkat pesat sejalan dengan peningkatan penjualan.

5. Faktor profitabilitas perusahaan yang rendah dapat mendorong pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba untuk mensiasati hasil kinerja perusahaan yang menurun atau buruk.
6. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi ekspektasi investor atas besarnya laba perusahaan tersebut sehingga membuat manajemen memutuskan melakukan manajemen laba.

### **C. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan deskripsi latar belakang yang telah di jelaskan di atas, penulis mengungkapkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba ?
4. Apakah pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

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

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam dunia pendidikan khususnya ilmu akuntansi serta dapat dijadikan tambahan literatur untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan melakukan manajemen laba.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini mampu membuktikan pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba sehingga membantu perusahaan meminimalisir praktik manajemen laba agar perusahaan dapat dikelola secara lebih efektif serta efisien.

- b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi investor untuk menganalisis laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan sehingga mengetahui apakah terjadi praktik manajemen

laba atau tidak sebelum memutuskan untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca yaitu sebagai informasi tentang indikator yang berpengaruh atas pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya sebagai informasi dan acuan dalam melakukan penelitian berikutnya.

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab agar dapat memberikan penjelasan dan gambaran secara sistematis yaitu sebagai berikut :

### **Bab I PENDAHULUAN**

Bab I, meliputi latar belakang, identifikasi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi .

### **Bab II LANDASAN TEORI**

Bab II, memberikan gambaran tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel independen dan dependen, hasil

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesa.

### Bab III **METODE PENELITIAN**

Bab III, menjelaskan tentang jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengambilan data, operasionalisasi variabel penelitian dan teknis penganalisisan data.

### Bab IV **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV, berisi uraian tentang data hasil penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian, serta pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian

### Bab V **PENUTUP**

Bab V, berisi tentang kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Gambaran Umum Teori

##### 1. Teori Keagenan (Agency Theory)

Interpretasi terkait dengan manajemen laba menggunakan pendekatan konsep teori keagenan yang pertama kali diperkenalkan oleh (Jensen dan Meckling, 1976) yang menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul karena adanya kontrak antara pemilik (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*) yang merupakan pengelola perusahaan, pihak *principal* memberikan wewenang kepada agen untuk dapat menjalankan operasional perusahaan termasuk dalam hal pengambilan keputusan. Dengan proporsi kepemilikan yang dimiliki dan dikelola oleh agen hanya sebagian (kecil) dari saham yang beredar diperusahaan maka manajer (*agent*) cenderung terdorong bertindak untuk kepentingan pribadi sehingga tidak ada jaminan bahwa *agent* atau manajemen perusahaan akan mengutamakan kepentingan perusahaan sehingga menimbulkan adanya perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent* yang menyebabkan masalah keagenan.

Sehingga menurut (Gudono, 2018) menjelaskan bahwa didalam teori keagenan membahas terkait amanah atau wewenang yang diberikan oleh *principal* kepada *agent*, tipe orang yang digunakan didalam teori *agency* ini adalah seorang individu yang mengejar kepentingannya sendiri dan selalu berusaha memaksimalkan

keuntungan pribadinya masing-masing itulah sebabnya teori keagenan memiliki tema sentral yaitu konflik kepentingan antara pemilik atau *principal* dengan manajer atau *agent* dan dalam hal ini *agent* dianggap sangat kalkulatif dalam mempertimbangkan untung-rugi saat bekerja untuk kepentingan prinsipalnya. Sehingga teori keagenan dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul jika terjadi suatu ketidaklengkapan informasi yang diterima pada saat melakukan kontrak, kontrak yang dimaksud disini ialah kontrak antara *principal* dengan *agent*.

Teori agensi menekankan pentingnya penyerahan otorisasi perusahaan dari pemilik (*principal*) kepada pihak yang memiliki kemampuan untuk mengelola operasional perusahaan dengan lebih baik (*agent*). Salah satu konsep manajerial ini mengatur hubungan yang didalamnya menjelaskan bahwa setiap pihak harus memiliki komitmen untuk menghargai dan menghormati hak dan wewenang pihak lain dengan tidak melakukan intervensi untuk kepentingan pribadi. Sebagai pihak pemberi otoritas (*principal*) mempunyai hak untuk melakukan pengawasan dan tanggung jawab atas apa yang terjadi di dalam perusahaan dan sebagai penerima wewenang (*agent*) memiliki kewajiban untuk memberikan laporan kepada *principal* secara berkala serta mau untuk menerima pengawasan dan arahan dari *principal* namun *agent* tetap memiliki hak untuk menolak intervensi

*principal* yang ingin mencampuri urusan manajerial perusahaan dengan kepentingan pribadi nya. (Sulistyanto, 2018)

Dengan demikian dalam konsep keagenan pemilik (*principal*) pada dasarnya tidak hanya akan bertanggung jawab atas apa yang telah tertulis dalam kontrak, tetapi juga bertanggung jawab atas kesalahan yang mungkin dilakukan oleh management (*agent*) karena pemilik (*principal*) sendiri yang telah menunjuk agen tersebut. Dengan demikian jika terdapat perbedaan kepentingan di dalam hubungan tersebut yang menyebabkan adanya ketidaksesuaian tindakan yang dilakukan manajemen terhadap kepentingan pemilik, maka masing-masing pihak perlu saling memberikan upaya yang maksimal agar tidak terjadi konflik keagenan. (Santoso, 2019).

## **2. Pertumbuhan Penjualan**

### **a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah atau nilai penjualan yang dimiliki perusahaan dari tahun ke tahun selama periode akuntansi. Pertumbuhan penjualan sangatlah penting bagi perusahaan karena nilai penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan jadi bisa dikatakan secara sempit bahwa bisnis adalah penjualan dengan arti bahwa jika tidak ada penjualan maka bisnis tidak dapat berjalan, dengan demikian

perusahaan yang sehat harus memiliki pertumbuhan penjualan yang selalu positif dari tahun ke tahunnya. (Budiman, 2018)

Menurut (Putra dan Badjra, 2020) mengatakan bahwa :

Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang sangat strategis bagi perusahaan karena mencerminkan keberhasilan investasi periode sebelumnya dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan yang akan terjadi di masa mendatang.

Menurut (Widhi dan Suarmanayasa, 2021) menyatakan bahwa :

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dianggap telah berhasil dalam menjalankan strategi bisnis yang dimilikinya.

Menurut (Listianawati, 2019) menyatakan bahwa :

Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran mengenai kondisi kestabilan keuangan suatu perusahaan serta menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Melalui pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan oleh perusahaan pada masa yang akan datang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat diartikan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan suatu peningkatan nilai penjualan perusahaan didalam periode tertentu yang sangat berperan penting didalam operasional perusahaan karena dapat dijadikan sebagai cerminan dalam keberhasilan pelaksanaan strategi keuangan yang diterapkan, keputusan investasi yang ditetapkan serta kemampuan perusahaan untuk semakin berkembang serta nilai pertumbuhan penjualan berfungsi sebagai indikator untuk menentukan seberapa besar target pertumbuhan penjualan untuk periode selanjutnya.

## b. Prinsip Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Hoetoro, 2018) terdapat dua prinsip yang mendasar dalam memaksimalkan nilai pertumbuhan penjualan, yaitu :

- 1) Pertumbuhan penjualan didalam perusahaan dimaksudkan untuk ekspansi kapasitas sehingga dibutuhkan sejumlah modal untuk membiayai ekspansi yang akan dilakukan. Apabila pertumbuhan penjualan tinggi maka dapat diandalkan untuk kecukupannya nilai modal karena memaksimalkan pertumbuhan penjualan berkorelasi positif dengan memaksimalkan laba.
- 2) Pertumbuhan penjualan terkait dengan nilai sekarang (*present value*) dari aliran hasil penjualan di masa yang akan datang sehingga berarti bahwa jika pendapatan dari penjualan sekarang lebih tinggi daripada dimasa mendatang akan mendorong manajemen untuk terus memacu peningkatan nilai pertumbuhan penjualan yang ada.

## c. Rumus Pertumbuhan Penjualan

Nilai pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan persentase pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya terhadap tahun berjalan (Payamta, 2023) dengan rumus :

$$Sales\ Growth = \frac{Net\ Sales_t - Net\ Sales_{t-1}}{Net\ Sales_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

$Net\ Sales_t$  = Penjualan Bersih pada tahun ke-t (sekarang)

$Net\ Sales_{t-1}$  = Penjualan Bersih pada tahun sebelumnya

### 3. Profitabilitas

#### a. Pengertian Profitabilitas

Menurut (Hery, 2021) menyatakan bahwa :

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya, dan bisa disebut sebagai rasio rentabilitas yang bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

Menurut (Robinson, 2020) menyatakan bahwa :

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi atau perusahaan yang mengindikasikan seberapa efektif keseluruhan unit perusahaan dikelola oleh manajemen yang ada.

Menurut (Ompusunggu dan Wage, 2021) menyatakan bahwa :

Rasio profitabilitas diperlukan didalam pencatatan laporan keuangan karena biasanya digunakan oleh investor untuk menilai jumlah laba investasi yang akan diperolehnya dan tingkat efisiensi perusahaan atas pemakaian aset dan sumber daya lainnya.

Menurut (Irfani, 2020) menyatakan bahwa :

Konsep rasio profitabilitas berbeda dengan konsep laba atau profit karena laba merupakan angka *absolute* kuantitatif hasil selisih positif dari pendapatan dikurangi dengan beban sedangkan profitabilitas merupakan angka relatif berupa perbandingan (rasio) antara laba, aset dan modal.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat diartikan bahwa profitabilitas merupakan suatu rasio didalam laporan keuangan yang berisi perbandingan antara nilai laba, total aset dan modal yang digunakan sebagai parameter untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang dijalankannya sehingga membantu investor dalam melihat seberapa besar potensi yang dimiliki perusahaan ketika ingin memutuskan untuk melakukan investasi didalam perusahaan tersebut.

#### **b. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas**

Menurut (Alifedrin dan Firmansyah, 2023) terdapat beberapa tujuan dan manfaat dari penggunaan rasio profitabilitas, yaitu :

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu.
- 2) Untuk membandingkan dan menilai posisi laba perusahaan antara tahun sebelumnya dengan tahun berjalan.
- 3) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan untuk operasional perusahaan.
- 4) Untuk mengetahui dan menilai perkembangan laba dari tahun ke tahun.

- 5) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba yang akan dihasilkan dari setiap dana yang ditanamkan didalam ekuitas dan aset perusahaan.

### c. Rumus Profitabilitas

Menurut (Thian, 2022) terdapat beberapa jenis pengukuran rasio profitabilitas yang dapat digunakan, yaitu :

#### 1) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Asset*)

*Return on Asset* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset didalam menciptakan laba bersih didalam perusahaan, semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan. Rasio ini dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

#### 2) Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

*Return on Equity* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih di perusahaan, semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan. Rasio ini dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### 3) Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

*Gross Profit Margin* merupakan rasio yang menunjukkan persentase laba kotor terhadap penjualan bersih untuk mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksi yang mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. Rasio ini dapat diukur dengan rumus :

$$\textbf{Gross Profit Margin} = \frac{\textbf{Laba Kotor}}{\textbf{Penjualan Bersih}}$$

### 4) Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

*Operating Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih, semakin tinggi marjin laba operasional berarti semakin tinggi juga laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Rasio ini dapat diukur dengan rumus :

$$\textbf{Operating Profit Margin} = \frac{\textbf{Laba Operasional}}{\textbf{Penjualan Bersih}}$$

### 5) Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

*Net Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih, semakin tinggi marjin laba bersih maka semakin tinggi juga laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Rasio ini dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Berdasarkan beberapa rumus profitabilitas diatas, maka didalam penelitian ini menggunakan rasio ROA (*Return on Asset*) dalam menghitung nilai profitabilitas.

#### 4. Ukuran Perusahaan

##### a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut (Toni dan Simorangkir, 2021) menyatakan bahwa :

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukan kondisi perusahaan dimana perusahaan yang lebih besar akan memiliki sumber dana yang lebih besar untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba.

Menurut (Putra dan Safelia, 2020) menyatakan bahwa :

Ukuran perusahaan merupakan skala perhitungan yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan nilai total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar.

Menurut (Firmansyah dan Estutik, 2021) menyatakan bahwa :

Ukuran perusahaan merupakan skala penting yang akan menjelaskan pemilihan metode akuntansi serta ukuran perusahaan dapat digolongkan sebagai salah satu unsur dari lingkungan kerja yang akan turut mempengaruhi persepsi manajemen dikemudian hari.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala yang digunakan untuk mengetahui pengkategorian perusahaan berdasarkan besar atau kecil

perusahaan tersebut yang dinilai dari total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar.

#### **b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan**

Menurut UU No 28 Tahun 2008 Pasal 1 menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu :

##### **1) Usaha Mikro**

Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

##### **2) Usaha Kecil**

Usaha kecil adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, dan menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar serta yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

##### **3) Usaha Menengah**

Usaha menengah adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri dan

bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar serta dengan memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut

#### 4) Usaha Besar

Usaha besar adalah usaha produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonominya di Indonesia.

Berdasarkan ke-empat kategori yang disebutkan dalam UU No 20 Tahun 2008 maka berikut kriteria yang digunakan dalam melakukan pengkategorian usaha melalui ukuran usaha :

**Table II.1**  
**Kriteria Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan Usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>500 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>500 Juta – 10M	>2,5M – 50M
Usaha Besar	>10M	>50M

Sumber : UU No 20 Tahun 2008 Pasal 6

### c. Indeks Ukuran Perusahaan

Menurut (Kirana, 2021) terdapat beberapa indeks yang digunakan dalam perhitungan ukuran perusahaan, yaitu

**Table II.2**  
**Indeks Ukuran Perusahaan**

<b>Indeks Ukuran</b>	<b>Konteks (Apa yang ditunjukkan dari Indeks)</b>
1. Finansial	
a. Investasi	Kemampuan untuk bertahan; kemampuan untuk menggunakan sumber-sumber keuangan yang dimiliki
b. Aset-aset portofolio	Aset-aset dibank; kemampuan menyeleksi surat berharga sebagai aset
c. Keuntungan	Kemampuan untuk memperoleh keuntungan dan memberi penghargaan kepada para investor.
2. Kemampuan Ekonomis	
a. Penjualan	Perluasan peranan perusahaan dalam transaksi pasar
b. Nilai tambah	Cakupan kegiatan ekonomi dan produksi total
3. Kekuasaan	
a. Kesempatan Kerja	Kebergantungan para warga negara pada perusahaan terhadap pekerjaan dan keamanan
b. Perluasan Geografis	Kekuasaan dan keterlibatan dalam peristiwa-peristiwa lokal dan nasional
c. Jumlahh pemegang saham	Besarnya kebergantungan warga negara pada perusahaan terhadap keberhasilan investasi

### d. Rumus Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang dihitung berdasarkan total aset dan total penjualan yang dimiliki merupakan ukuran yang paling

sering digunakan karena variabel tersebut sudah diidentifikasi sejak lama sebagai variabel penjelas dan ukuran perusahaan menjadi proksi hampir seluruh teori informasi (Anggara, 2021) maka ukuran perusahaan dapat diukur dengan 2 rumus yaitu :

1) Menggunakan Nilai Total Aset

$$Size = Ln (Total Aset)$$

Keterangan :

*Size* = Ukuran Perusahaan

Ln Total Aset = Logaritma natural dari total aset

2) Menggunakan Nilai Total Penjualan

$$Size = Ln (Total Penjualan)$$

Keterangan :

*Size* = Ukuran Perusahaan

Ln Total Penjualan = Logaritma natural dari total Penjualan

Berdasarkan beberapa rumus ukuran perusahaan diatas maka penelitian ini menggunakan nilai total aset sebagai dasar perhitungan ukuran perusahaan.

## 5. Manajemen Laba

### a. Pengertian Manajemen Laba

Menurut (Sunarsi dan Ahmar, 2022) menyatakan bahwa :

Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan manajemen perusahaan dalam meningkatkan atau menurunkan laba yang

dilakukan sebelum melaporkan hasil laporan keuangan yang bertujuan untuk memaksimalkan kepentingan manajemen perusahaan.

Menurut (Hidayat dan Wijaya, 2022) menyatakan bahwa :

Manajemen laba merupakan metode yang digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi jumlah laba yang diperoleh secara sengaja dan sistematis dengan memilih prosedur dan kebijakan akuntansi tertentu sehingga para pihak manajemen dapat memaksimalkan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka manajemen laba dapat diartikan sebagai suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh pihak manajemen didalam suatu perusahaan dengan membuat suatu kebijakan atau prosedur terhadap laporan keuangan untuk mempengaruhi nilai laba perusahaan agar laba yang diperoleh terlihat lebih besar dengan tujuan tertentu.

#### **b. Bentuk Manajemen Laba**

Menurut (Octavius, 2020) terdapat beberapa pola manajemen laba yang biasa digunakan, yaitu :

##### **1) *Taking a Bath***

Pola *taking a bath* dilakukan saat keadaan buruk yang tidak menguntungkan dan tidak mampu dihindari pada periode berlangsung. *Taking a Bath* dapat terjadi selama periode adanya tekanan organisasi maka manajemen melakukan pembersihan diri dengan membebaskan perkiraan mendatang, menghapus beberapa aktiva dan

mengakibatkan laba periode berikutnya akan lebih tinggi dari seharusnya.

2) *Income Minimization*

*Income minimization* dilakukan pada saat perusahaan mengalami tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga bertujuan agar tidak mendapat perhatian secara politis.

3) *Income Maximization*

*Income maximization* adalah tindakan yang dilakukan pada saat laba menurun. Selain untuk mendapatkan bonus yang lebih besar, cara ini juga bisa melindungi perusahaan saat melakukan pelanggaran perjanjian utang, pola ini mempercepat pencatatan pendapatan dan menunda biaya dan memindahkan biaya pada periode lain.

4) *Income Smoothing*

*Income smoothing* dilakukan dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan pelaporan eksternal sehingga dapat mengurangi tingkat fluktuasi laba, terutama bagi investor karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

**c. Faktor Pendorong Manajemen Laba**

Terdapat beberapa faktor yang mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan manajemen laba, berikut faktor pendorong manajemen laba menurut (Sumantri, 2017) yaitu :

1) *Bonus Purposes*

Manajer yang memiliki informasi laba bersih perusahaan akan bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini agar mendapatkan bonus atas kinerja yang dihasilkan.

2) *Political Motivations*

Manajemen laba yang digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat seperti perusahaan yang mendapatkan subsidi dari pemerintah.

3) *Taxation Motivations*

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata berbagai metode akuntansi digunakan dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak yang dikenakan perusahaan.

4) *Initial Public Offering Motivations*

Perusahaan yang akan go public cenderung akan melakukan manajemen laba. Hal tersebut terjadi karena adanya asimetri informasi antara manajemen dengan investor, dimana informasi mengenai perusahaan yang belum go

public relatif sulit diperoleh oleh investor. Situasi seperti ini, memungkinkan manajemen untuk melakukan manajemen laba dengan harapan harga saham akan tinggi pada saat penawaran perdana (IPO).

#### 5) *Director Turnover Motivations*

Praktik manajemen laba biasanya terjadi pada sekitar periode pergantian direksi atau *Chief Executive Officer* (CEO). Menjelang berakhirnya masa jabatan, direksi cenderung bertindak kreatif dengan memaksimalkan laba agar performa kerjanya tetap terlihat baik pada tahun terakhir ia menjabat. Selain itu, manajer akan melaporkan laba yang tinggi, sehingga CEO yang baru akan merasa berat untuk mencapai tingkat laba sebelumnya.

#### **d. Teknik Manajemen Laba**

Menurut (Lestari dan Oky, 2019) terdapat beberapa teknik dalam melakukan manajemen laba didalam perusahaan yaitu :

##### 1) Mengubah Metode Akuntansi

Manajemen mengubah metode akuntansi yang digunakan dengan metode sebelumnya sehingga dapat menaikkan atau menurunkan angka laba. Metode akuntansi memberikan peluang bagi manajemen untuk mencatat suatu fakta

tertentu dengan cara yang berbeda, misalnya mengubah metode depresiasi atau penyusutan aktiva tetap

## 2) Membuat Estimasi Akuntansi

Manajemen mempengaruhi laba melalui *judgment* (perkiraan) terhadap estimasi akuntansi, hal tersebut memberikan peluang bagi manajemen untuk melibatkan subyektivitas dalam menyusun estimasi antara lain estimasi mengenai perkiraan jumlah piutang tidak tertagih, perkiraan biaya garansi dan perkiraan terhadap proses pengadilan yang belum terputuskan.

## 3) Menggeser Periode Biaya atau Pendapatan

Hal ini berkaitan dengan keputusan operasional perusahaan. Cara yang biasanya dilakukan adalah mempercepat atau menunda pengeluaran untuk riset dan pengembangan produk perusahaan. dan mempercepat atau menunda biaya sampai ke periode selanjutnya.

### e. Rumus Manajemen Laba

Manajemen laba dapat dihitung dengan menggunakan *Discretionary Accruals* (DAC) menggunakan *Modified Jones Model* dengan menghilangkan variabel perubahan piutang dari variabel perubahan pendapatan untuk mengestimasi akrual nondiskresioner pada saat periode kejadian perubahan pendapatan yang dikurangkan dengan perubahan piutang

menunjukkan asumsi perubahan penjualan kredit yang merupakan peluang manajemen laba (Putra, 2018), maka manajemen laba dapat dihitung dengan menggunakan 4 langkah rumus yaitu :

1) Mencari Nilai Total *Accruals*

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

Keterangan :

$TAC_{it}$  = Total *Accruals* Perusahaan pada tahun ke-t

$NI_{it}$  = Laba bersih perusahaan pada tahun ke-t

$CFO_{it}$  = Kas operasi perusahaan pada tahun ke-t

2) Melakukan estimasi nilai total *accruals* dengan persamaan regresi berganda

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \alpha 1 \left( \frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha 2 \left( \frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha 3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Keterangan :

$TAC_{it}$  = Total *Accruals* Perusahaan pada tahun ke-t

$A_{it-1}$  = Total aset perusahaan pada tahun sebelumnya

$\Delta REV_{it}$  = Perubahan pendapatan perusahaan pada tahun ke-t

$PPE_{it}$  = Total aktiva tetap perusahaan pada tahun ke-t

3) Mencari nilai *Non-Discretionary Accruals*

$$NDA_{it} = \alpha 1 \left( \frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha 2 \left( \frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha 3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Keterangan :

$NDA_{it}$  = *Non-discretionary accruals* pada tahun ke-t

$A_{it-1}$  = Total aset perusahaan pada tahun sebelumnya

$\Delta REV_{it}$  = Perubahan pendapatan perusahaan pada tahun ke-t

$\Delta REC_{it}$  = Perubahan piutang perusahaan pada tahun ke-t

$PPE_{it}$  = Total aktiva tetap perusahaan pada tahun ke-t

4) Mencari nilai *Discretionary Accruals*

$$DAC_{it} = \left( \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

Keterangan :

$DAC_{it}$  = *discretionary accruals* pada tahun ke-t

$TAC_{it}$  = Total *Accruals* Perusahaan pada tahun ke-t

$A_{it-1}$  = Total aset perusahaan pada tahun sebelumnya

$NDA_{it}$  = *Non-discretionary accruals* pada tahun ke-t

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

**Table II.3**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Thalia Aurelie Simadirja dan Jenni (2022)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Tax Planning</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan	Variable Independen (X) : Profitabilitas, <i>Tax Planning</i> dan Ukuran Perusahaan	Hasil Penelitian : - Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba - <i>Tax planning</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba

		Sub Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)	Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	- Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba
2	Karina dan Sutandi (2019)	Pengaruh <i>Return On Asset</i> (Roa), Pertumbuhan Penjualan ( <i>Sales Growth</i> ), Dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar & Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017)	Variabel Independen (X) : <i>Return On Asset</i> (Roa), Pertumbuhan Penjualan ( <i>Sales Growth</i> ), Dan <i>Leverage</i>  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukan : - Return on asset (ROA) tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
3	Dhea Winata dan Suryadi Winata (2023)	Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada	Variable Independen (X) : Beban Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	Hasil Penelitian : -Beban pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. - Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. - Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif

		Tahun 2017-2021)		signifikan terhadap manajemen laba
4	Hans Christian dan Farid Addy Sumantri (2022)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)	Variabel Independen (X) : Kepemilikan Manajerial, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i>  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	Hasil Penelitian : - Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - Perencanaan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba
5	Yunie Kartika dan Sabam Simbolon (2022)	Pengaruh Komite Audit, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)	Variabel Independen (X) : Komite Audit, Profitabilitas dan <i>Leverage</i>  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	Hasil Penelitian : - Komite audit berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba - Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba
6	Alvion Krisna Wijaya dan Etty Herijawati (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Sales Growth</i> , Kepemilikan Manajerial	Variabel Independen (X) : Ukuran Perusahaan, <i>Sales</i>	Hasil Penelitian : - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba

		Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Pada Perusahaan Jasa Sektor Property & Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)	<i>Growth</i> , Kepemilikan Manajerial dan Perencanaan Pajak  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	- <i>Sales Growth</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - Perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
7	Vicella Lauwrenza dan Metta Susanti (2023)	Pengaruh Return On Asset, Corporate Social Responsibility, Tax Planning dan Sales Growth Terhadap Earnings Management (pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2021)	Variabel Independen (X) : Return on Asset, Corporate Social Responsibility, Tax Planning dan Sales Growth  Variabel Dependen (Y) : Earnings Management (Manajemen Laba)	Hasil Penelitian : - <i>Return on Asset</i> berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba - <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - <i>Tax Planning</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba - <i>Sales Growth</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba
8	Ni Putu Tia Rahma Yanti dan Putu Ery Setiawan (2019)	Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas	Variabel Independen (X) : Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan,	Hasil Penelitian : - Asimetri informasi tidak berpengaruh pada manajemen laba - Ukuran perusahaan

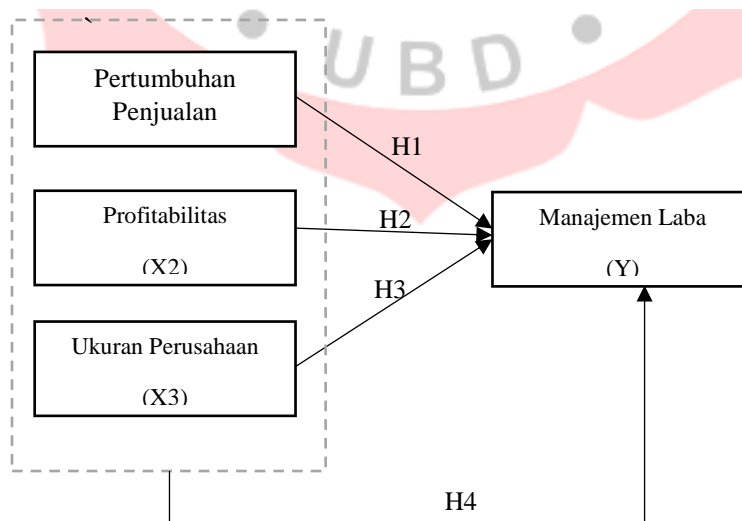
		pada Manajemen Laba Pada perusahaan Manufaktur 2014-2016	<i>Leverage</i> dan Profitabilitas  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	berpengaruh negatif signifikan pada manajemen laba <i>-Leverage</i> berpengaruh positif signifikan pada manajemen laba <i>-Profitabilitas</i> berpengaruh positif signifikan pada manajemen laba
9	Dhea Kania Paramitha dan Farida Idayati (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Property Dan Real Estate 2015-2018	Variabel Independen (X) : Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	Hasil Penelitian : <i>-Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap manajemen laba <i>-Likuiditas</i> berpengaruh negatif terhadap manajemen laba <i>-Ukuran</i> perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba
10	Sufany, Angeline Khosasi dan Ferdinand Napitupulu (2022)	Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan, <i>Sales Growth</i> , Kompensasi Bonus Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Food And	Variabel Independen (X) : Kualitas Laporan Keuangan, <i>Sales Growth</i> , Kompensasi Bonus Dan Perencanaan Pajak  Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba	Hasil Penelitian : - Kualitas laporan keuangan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba <i>-Sales growth</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba <i>-Kompensasi bonus</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba <i>-Perencanaan Pajak</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba

11	Wina Anindya dan Etna Nur Afri Yuyetta (2020)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba 2016 – 2018	<p>Variabel Independen (X) : <i>Leverage</i>, <i>Sales Growth</i>, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen (Y) : Manajemen Laba</p>	<p>Hasil Penelitian :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba</li> <li>- <i>Sales growth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</li> <li>- Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba</li> <li>- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba</li> </ul>
----	---	---	---	--

### C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini membahas tentang Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba maka dibawah ini merupakan kerangka pemikiran atas penelitian ini :

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **D. Perumusan Hipotesa**

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

Perumbuhan penjualan merupakan suatu peningkatan nilai penjualan yang diperoleh oleh perusahaan didalam periode tertentu yang tentu saja memiliki peran sangat penting didalam operasional perusahaan karena nilai pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai cerminan dalam keberhasilan pelaksanaan strategi keuangan yang diterapkan, keputusan investasi yang ditetapkan serta kemampuan perusahaan untuk semakin berkembang serta nilai pertumbuhan penjualan berfungsi sebagai indikator untuk menentukan seberapa besar target pertumbuhan penjualan untuk periode selanjutnya.

Pertumbuhan penjualan merupakan nilai yang dinantikan oleh para investor karena dapat memberikan keyakinan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang sangat baik karena terus mengalami peningkatan dalam nilai penjualan didalam setiap laporan keuangannya. Menurut (Kalbuana dan Utami, 2020) pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba sehingga ketika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maka potensi manajemen melakukan manajemen laba akan meningkat.

Melalui penjelasan diatas maka hipotesa penelitian ini adalah :

**H1 : Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba**

## 2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas merupakan suatu rasio didalam laporan keuangan yang berisi perbandingan antara nilai laba, total aset dan modal yang digunakan sebagai parameter untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang dijalankannya sehingga membantu investor dalam melihat seberapa besar potensi yang dimiliki perusahaan tersebut ketika ingin memutuskan untuk melakukan investasi didalam perusahaan tersebut.

Sehingga profitabilitas sering digunakan oleh para investor dalam memutuskan apakah mereka akan melakukan investasi didalam perusahaan tersebut untuk menilai apakah perusahaan tersebut dalam keadaan baik atau tidak dan mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan demikian profitabilitas bisa mendorong manajemen untuk melakukan manajemen laba agar laba perusahaan terlihat stabil dan konsisten. Menurut (Febria, 2020) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, ini berarti bahwa ketika nilai profitabilitas perusahaan naik maka akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan manajemen laba.

Melalui penjelasan diatas maka hipotesa penelitian ini adalah :

**H2 : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba**

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala yang digunakan untuk mengetahui pengkategorian perusahaan berdasarkan besar atau kecil perusahaan tersebut yang dinilai dari total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Dari kategori ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan dalam mengambil risiko yang mungkin timbul dari situasi yang dihadapinya. Namun perusahaan besar biasanya mampu bersaing karna mempunyai kontrol yang baik terhadap kondisi pasar.

Menurut (Yanti dan Setiawan, 2019) ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba ini berarti bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara berbanding terbalik yaitu ketika perusahaan berukuran kecil maka keputusan manajemen untuk melakukan manajemen laba akan meningkat sedangkan perusahaan dengan ukuran besar akan meminimalisir praktik manajemen laba karena beresiko untuk laporan keuangannya dilihat secara lebih kritis oleh pemegang saham.

Melalui penjelasan diatas maka hipotesa penelitian ini adalah :

**H3 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba**

#### **4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba**

Dalam penelitian ini ingin mengetahui apakah ketiga variable independe yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan masing-masing memiliki pengaruh terhadap manajemen laba.

Melalui penjelasan diatas maka hipotesa penelitian ini adalah :

**H4 : Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba**

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data, jenis penelitian ini menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai (Hardani, 2020).

Penelitian kuantitatif merupakan metode ilmiah yang sudah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit atau empiris, objektif dan terukur dengan sistematis berdasarkan hubungan sebab-akibat antar variabel. Sehingga melalui data yang diperoleh dalam penelitian kuantitatif dapat memberikan hasil sebagai simpulan atas hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak (Sugiyono, 2020, p. 17).

Penelitian ini akan menggunakan angka, grafik, serta tabel untuk memperlihatkan hasil informasi yang didapat atas data-data berupa angka yang telah dikumpulkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang akan diteliti untuk mengetahui secara empiris pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.

Selain itu penelitian ini juga masuk kedalam kategori penelitian eksplanasi yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan dan sebab-akibat serta pengaruh antar dua atau lebih variabel yang sedang diteliti (Hardani, 2020). Karena di dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

### **B. Objek Penelitian**

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memfokuskan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang secara konsisten terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia didalam kurun waktu 4 tahun ialah periode 2019-2022. Informasi yang digunakan untuk penelitian ini dikumpulkan dengan mengunduh laporan keuangan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) , dan juga melalui situs resmi perusahaan terkait.

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

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis seperti catatan atau laporan milik pemerintah atau perpustakaan (Hardani, 2020).

Data sekunder dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba yang bersumber atau diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022 yang dapat dilihat melalui situs resmi BEI yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, gejala nilai test ataupun peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu penelitian (Hardani, 2020). Dengan demikian populasi bukan hanya sekedar jumlah objek/subjek yang dipelajari melainkan keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh subjek/ objek tersebut (Sugiyono, 2020, p. 126). Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022, sehingga diperoleh sebanyak 84 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022 dengan memiliki tujuan untuk menganalisa kondisi perusahaan selama periode 4 tahun tersebut berdasarkan laporan keuangan yang ada sehingga mendapatkan hasil penelitian yang dapat menjawab permasalahan didalam penelitian ini.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling* dengan tetap mencerminkan keadaan populasi tersebut (Hardani, 2020). Hal yang diteliti dari sampel tersebut akan menghasilkan kesimpulan yang dapat diberlakukan atas populasi yang ada sehingga sampel yang digunakan harus dapat mewakili populasi yang ada (Sugiyono, 2020, p. 127). Penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan sampel lebih menguntungkan dibandingkan dengan langsung menggunakan populasi saja, dengan demikian didalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu dengan sesuai pada tujuan penelitian dan masalah yang dikembangkan.

Kriteria sampel yang digunakan didalam penelitian ini adalah :

- a. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.
- b. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya selama 4 tahun berturut-turut (2019-2022)
- c. Perusahaan yang mendapatkan laba atau tidak mengalami kerugian selama periode 2019-2022

- d. Perusahaan yang menerbitkan dan menyajikan laporan keuangannya dengan menggunakan mata uang rupiah.
- e. Perusahaan yang memiliki data lengkap didalam laporan keuangan untuk kebutuhan penelitian

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

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian akan mempengaruhi kebenaran data yang digunakan karena berkaitan Dengan ketepatan cara-cara yang digunakan dalam mengumpulkan data tersebut. Proses pengumpulan data pun dapat dilakukan dengan berbagai cara dan dari berbagai sumber (Sugiyono, 2020, p. 194)

Jenis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data sekunder dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

##### **1. Observasi**

Teknik observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dilakukannya pengamatan serta dokumentasi dengan cara mengumpulkan, mencatat dan mengkaji data-data yang diperoleh atas perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di dalam BEI selama periode 2019-2022 dengan mengakses melalui situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

##### **2. Literatur Pustaka**

Teknik literatur pustaka yang digunakan adalah dengan mencari informasi dan data referensi untuk digunakan di dalam penelitian

ini dengan bersumber dari buku, jurnal hasil penelitian terdahulu, artikel dan sumber literatur lainnya.

## **F. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat didefinisikan sebagai atribut, sifat, objek dan nilai yang mempunyai variasi tertentu yang kemudia ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan menghasilkan kesimpulannya (Sugiyono, 2020, p. 68).

Di dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel yaitu :

### **1. Variabel Independen (X)**

Variabel independen merupakan variabel yang sering desbut sebagai variabel *stimulus* atau merupakan variabel bebas dengan kata lain merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab atas perubahan yang timbul dari variabel dependen. Penelitian ini memiliki tiga variabel independen yaitu Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan dengan memiliki penjelasan sebagai berikut :

#### **a. Pertumbuhan Penjualan (X1)**

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu peningkatan nilai atau jumlah penjualan yang diperoleh oleh perusahaan dalm periode waktu tertentu, yang dimana dapat menjadi suatu ukuran dalam menilai kinerja yang

dimiliki suatu perusahaan dalam periode tersebut. Nilai pertumbuhan penjualan dapat diproksikan dengan menggunakan *Sales Growth* dan dinyatakan dalam rumus :

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Net Sales}_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}} \times 100\%$$

Sumber : (Payamta, 2023)

b. Profitabilitas (X2)

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk dapat menjadi nilai pembandingan antara total pendapatan dengan total aset atau modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan suatu laba melalui aset dan modal yang menjadi sumber aktivitas operasional perusahaan tersebut. Profitabilitas dapat diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) dengan dinyatakan dalam rumus :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : (Thian, 2022)

c. Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan merupakan suatu nilai yang dapat dijadikan pengukuran untuk mengetahui kategori (besar atau kecil) yang dimiliki perusahaan terkait seberapa besar bidang usaha yang dijalankannya dengan dilihat

dari beberapa aspek seperti total aset, total pendapatan, tingkat penjualan dan nilai pasar saham. Ukuran perusahaan dapat diproksikan dengan logaritma natural atas nilai total aset, dengan dinyatakan dalam rumus :

$$Size = Ln (Total Aset)$$

Sumber : (Anggara, 2021)

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen dengan kata lain merupakan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi dan menjadi akibat karena adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba adalah suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh manajemen dalam mengubah nilai laba yang dihasilkan perusahaan didalam laporan keuangan dengan menetapkan suatu kebijakan baru ataupun prosedur akuntansi agar dapat menarik pihak investor melalui nilai laba didalam laporan keuangan untuk melakukan investasi didalam perusahaan tersebut. Manajemen laba didalam penelitian ini diproksikan dengan *Discretionary Accruals* (DAC) dan menggunakan *Modified Jones Model* dengan rumus :

- a. Mencari Nilai Total *Accruals*

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

Sumber : (Putra, 2018)

Keterangan :

$TAC_{it}$  = Total *Accruals* Perusahaan pada tahun ke-t

$NI_{it}$  = Laba bersih perusahaan pada tahun ke-t

$CFO_{it}$  = Kas operasi perusahaan pada tahun ke-t

- b. Melakukan estimasi nilai total *accruals* dengan persamaan regresi berganda

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \alpha 1 \left( \frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha 2 \left( \frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha 3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Sumber : (Putra, 2018)

Keterangan :

$TAC_{it}$  = Total *Accruals* Perusahaan pada tahun ke-t

$A_{it-1}$  = Total aset perusahaan pada tahun sebelumnya

$\Delta REV_{it}$  = Perubahan pendapatan perusahaan pada tahun ke-t

$PPE_{it}$  = Total aktiva tetap perusahaan pada tahun ke-t

- c. Mencari nilai *Non-Discretionary Accruals*

$$NDA_{it} = \alpha 1 \left( \frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha 2 \left( \frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha 3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Sumber : (Putra, 2018)

Keterangan :

$NDA_{it}$  = *Non-discretionary accruals* pada tahun ke-t

$A_{it-1}$  = Total aset perusahaan pada tahun sebelumnya

$\Delta REV_{it}$  = Perubahan pendapatan perusahaan pada tahun ke-  
t

$\Delta REC_{it}$  = Perubahan piutang perusahaan pada tahun ke-t

$PPE_{it}$  = Total aktiva tetap perusahaan pada tahun ke-t

d. Mencari nilai *Discretionary Accruals*

$$DAC_{it} = \left( \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

Sumber : (Putra, 2018)

Keterangan :

$DAC_{it}$  = *discretionary accruals* pada tahun ke-t

$TAC_{it}$  = Total *Accruals* Perusahaan pada tahun ke-t

$A_{it-1}$  = Total aset perusahaan pada tahun sebelumnya

$NDA_{it}$  = *Non-discretionary accruals* pada tahun ke-t

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif. Dalam analisis ini menggunakan perhitungan data statistik dan numerik dalam menganalisis hipotesis. Analisis kuantitatif dimulai dengan pengumpulan data yang mewakili sampel penelitian kemudian dilakukan perhitungan atas setiap variabel dan data tersebut diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) yang menghasilkan data tabel beserta dengan penjelasannya untuk proses pengambilan keputusan terhadap hasil penelitian. Pengolahan data

dan pengujian hipotesis ini menggunakan program SPSS *Statistic* IBM versi 25. Adapun rangkaian urutan analisa data yang digunakan adalah sebagai berikut :

### **1. Uji Statistik Deskriptif**

Uji statistik deskriptif adalah suatu analisa yang dapat memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2018, p. 19). Hasil statistik deskriptif dapat mewakili pengukuran numerik yang akan berguna untuk data sampel yang digunakan yang diukur pada variabel yang terlibat dan dilakukan dengan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25.

### **2. Uji Asumsi Klasik**

Tidak semua data didalam penelitian dapat diuji dengan metode regresi sehingga digunakan uji asumsi klasik untuk dapat mengetahui dan menguji kelayakan model regresi yang digunakan didalam penelitian ini. Uji asumsi klasik terdiri dari empat yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi, yang dimana berarti analisis regresi linear berganda yang digunakan harus bebas dari asumsi klasik yakni data yang dihasilkan bersifat normal, tidak

mengalami multikolinearitas, tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan tidak mengalami gejala autokorelasi pada koefisien yang diuji. Berikut penjelasan terkait ke-empat uji asumsi klasik tersebut :

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menguji didalam model regresi apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak dengan asumsi bahwa nilai residual mengikuti nilai distribusi normal (Ghozali, 2018, p. 161)

Dalam pengujian ini dapat dilakukan melalui uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dan nilai *Normal Probability-Plot*, untuk mendeteksi apakah suatu data normal atau tidak secara statistik dengan bantuan program SPSS. Pada pengujian *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka berarti data residual terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka berarti data residual tidak terdistribusi normal.

Sedangkan pada pengujian *Normal Probability-Plot*, dapat dilihat dan diidentifikasi berdasarkan titik-titik plotting data residual yang akan dibandingkan dengan garis diagonal dengan ketentuan :

- 1) Jika titik-titik data menyebar didekat atau sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut maka menunjukkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.
- 2) Jika titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal tersebut maka menunjukkan bahwa nilai residual tidak terdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas (Ghozali, 2018, p. 107). Yang dimana di dalam model regresi seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, maka jika tidak ditemukannya korelasi antar variabel independen tersebut dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam kondisi yang baik.

Untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi, dapat dilihat dari

nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Dengan hasil jika nilai *tolerance* tinggi maka sama artinya bahwa nilai VIF tinggi karena  $VIF = 1/Tolerance$ . Dengan menggunakan nilai *tolerance* tidak lebih dari 0,10 atau nilai VIF setara dengan 10, berikut penjelasan atas kriteria tersebut :

- 1) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi masalah multikolonieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka terjadi masalah multikolonieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain (Ghozali, 2018, p. 137). Jika residual memiliki kesamaan *variance* maka disebut sebagai homoskedastisitas sedangkan jika residual memiliki ketidaksamaan *variance* maka disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi dapat dikatakan dalam kondisi baik apabila terjadi homoskedastisitas dan bukan heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas maka dapat dilihat dari grafik plot yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen yaitu ZPRED dengan SRESID dan akan menghasilkan grafik *scatterplot* dengan dasar analisis yaitu :

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (Ghozali, 2018, p. 111). Jika terdapat korelasi maka dapat diartikan bahwa terdapat masalah autokorelasi. Untuk mengetahui masalah autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan metode Uji *Durbin-Watson (DW test)* dengan kriteria yaitu :

- 1) Jika  $0 < d < dl$  atau nilai  $4 - dl < d < dl$  maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokolerasi.
- 2) Jika nilai  $du < d < 4 - du$  maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak adanya autokolerasi.
- 3) Jika nilai  $dl \leq d \leq du$  atau nilai  $4 - du \leq d \leq 4 - dl$  maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti atau adanya keragu-raguan.

### 3. Uji Statistik

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah pengujian yang digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya (dimanipulasi). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018, p. 95).

Model persamaan regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$EM = \alpha + \beta_1 SG + \beta_2 ROA + \beta_3 SIZE + \varepsilon$$

Keterangan :

EM = *Earnings Management*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$  = Koefisien Regresi tiap Variabel X

SG = *Sales Growth* (Pertumbuhan Penjualan)

ROA = Profitabilitas

SIZE = Ukuran Perusahaan

#### **b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* berada diangka 0,75 – 0,50 termasuk ke dalam kategori kuat, 0,50 – 0,25 termasuk kategori moderat dan jika senilai <0,25 termasuk kategori lemah (Ghozali, 2018).

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu yang dapat diketahui dari angka pada tampilan output SPSS pada kolom *Adjusted R-Square*. Apabila nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1, artinya variabel independen dapat memberikan gambaran untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 0 artinya kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sama dengan 0 maka nilai  $R^2$  dapat digunakan.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018, p. 98).

Uji T dapat dilakukan dengan membandingkan signifikansi t-hitung dengan t-tabel pada derajat signifikan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Kriteria dalam pengujian ini adalah :

- 1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  serta nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  serta nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

##### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan adalah suatu pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen didalam penelitian mempunyai

pengaruh secara bersama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018, p. 98).

Uji statistik F menggunakan nilai signifikan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan kriteria pengujian yaitu :

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  serta nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  serta nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.