

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERENCANAAN PAJAK DAN *LEVERAGE* TERHADAP MANAJEMEN
LABA (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB
SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2023)**

SKRIPSI

OLEH:

MELA SUKHITA KARYA

20200100022

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2024

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERENCANAAN PAJAK DAN *LEVERAGE* TERHADAP MANAJEMEN
LABA (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB
SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2018-2023)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar

Sarjana Pada Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis

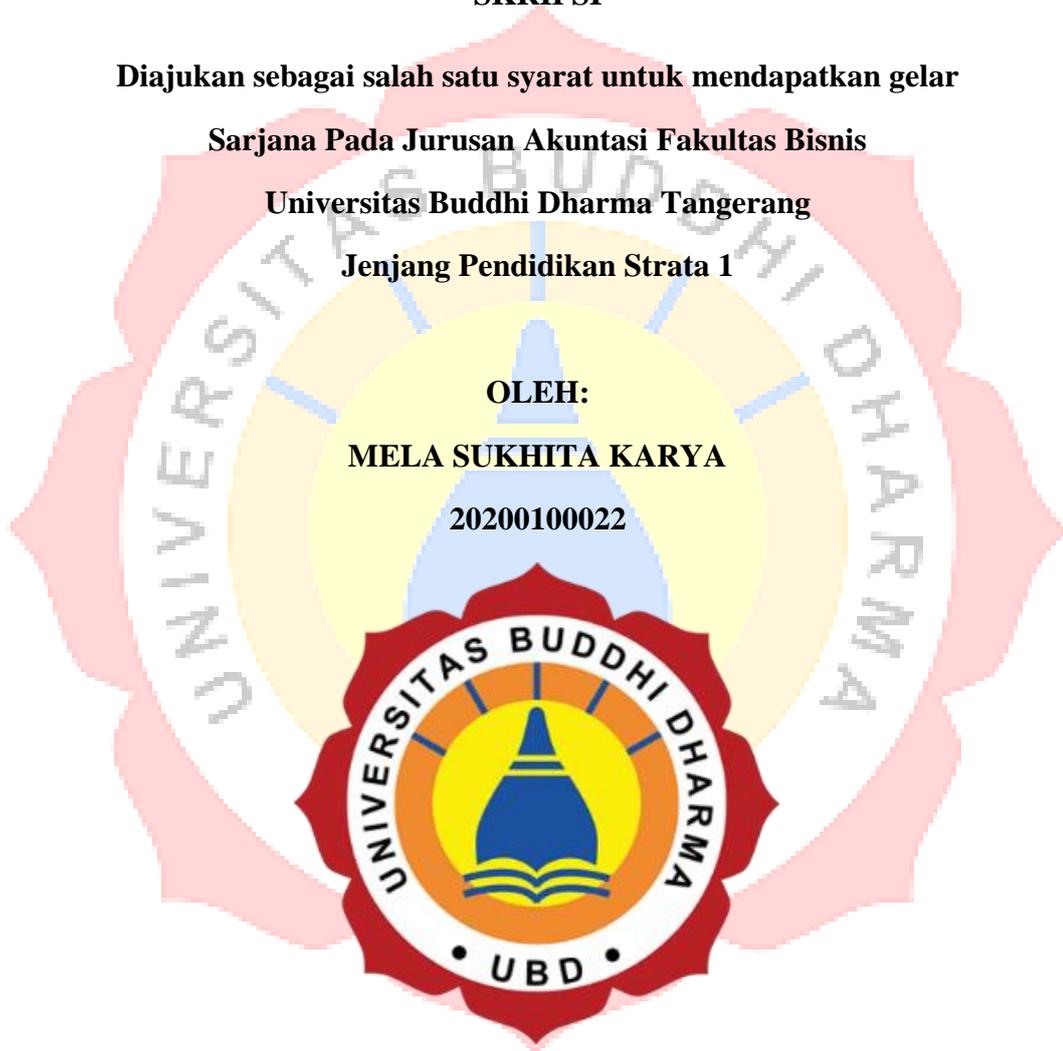
Universitas Buddhi Dharma Tangerang

Jenjang Pendidikan Strata 1

OLEH:

MELA SUKHITA KARYA

20200100022



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2024

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mela Sukhita Karya
NIM : 20200100022
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Tahun 2018-2023

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

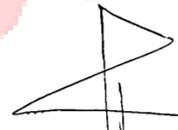
Tangerang, 01 April 2024

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, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Tahun 2018-2023

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Mela Sukhita Karya
NIM : 20200100022
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Program Studi : 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, 05 Agustus 2024

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

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

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

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Mela Sukhita Karya

NIM : 20200100022

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Tahun 2018-2023

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,
Pembimbing,

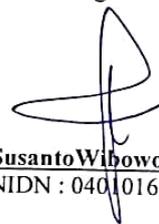
Jenni, S.E., M.Akt
NIDN : 0411097402



Tangerang, 05 Agustus 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

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



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Mela Sukhita Karya
NIM : 20200100022
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Tahun 2018-2023.

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat "SANGAT MEMUASKAN" oleh Tim Penguji pada hari Rabu, tanggal 28 Agustus 2024.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji : Sutandi, S.E., M.Akt.
NIDN : 0424067806

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

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 atau 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 tertulis 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 pemalsuan atau kebohongan, seperti : buku, artikel, jurnal, data sekunder, pengolahan data, dan pemalsuan tandatangan dosen atau Ketua Jurusan atau Dekan atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang telah 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 karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 05 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Mela Sukhita Karya

NIM : 20200100022

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20200100022
Nama : Mela Sukhita Karya
Jenjang Studi : Strata I (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-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2023)”**, 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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 05 Agustus 2024

Penulis



Mela Sukhita Karya

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

**(Studi Emperis Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti yang empiris tentang pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, perencanaan pajak, dan leverage terhadap manajemen laba. Populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 95 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2018- 2023. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan menggunakan metode purposive sampling didapat sampel sebanyak 25 perusahaan makanan dan minuman sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Dalam penelitian ini semua variabel dihitung menggunakan rumus, manajemen laba diukur dengan menghitung discretionary accruals model Modified Jone. Perencanaan pajak diukur dengan menghitung tax retention rate, ukuran perusahaan diukur dengan menghitung logaritma natural dari total asset, dan pertumbuhan penjualan diukur dengan menghitung sales growth.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa : (1) Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba, (2) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba, (3) Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Manajemen Laba, (4) Leverage berpengaruh terhadap Manajemen Laba (5) Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

Kata kunci : Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Perencanaan Pajak, Leverage. Manajemen Laba.

THE EFFECT OF SALES GROWTH, COMPANY SIZE, TAX PLANNING AND LEVERAGE ON PROFIT MANAGEMENT

(Empirical Study on Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2023)

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence on the effect of sales growth, company size, tax planning, and leverage on earnings management. The population taken in this study amounted to 95 food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2018-2023. The data used is secondary data using the purposive sampling method obtained a sample of 25 food and beverage companies according to the predetermined criteria.

In this study all variables are calculated using the formula, earnings management is measured by calculating the discretionary accruals model Modified Jone. Tax planning is measured by calculating the tax retention rate, company size is measured by calculating the natural logarithm of total assets, and sales growth is measured by calculating sales growth.

From the results of the research conducted, the author can conclude that: (1) Tax Planning does not affect Profit Management, (2) Company Size affects Profit Management, (3) Sales Growth affects Profit Management, (4) Leverage affects Profit Management (5) Tax Planning, Company Size, and Sales Growth together affect Profit Management.

Keywords: *Tax Planning, Company Size, Tax Planning, Leverage. Profit Management.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis 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 bertujuan 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 berjudul “**Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Perencanaan Pajak, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2018-2023).**”

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

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
2. Bapak Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
3. Bapak SusantoWibowo, S.E., M.Akt., selaku Ketua Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

4. Ibu Jenni, S.E., M.Akt., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan, memberikan pengetahuan kritik & saran, masukan dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi 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, kakak, adik dan keluarga tercinta yang telah memberikan penyemangat kepada penulis dan memberikan doa dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materil sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Untuk teman penulis yang bernama Shintia Dewi, Natalia, Meylianti, Esmeralda, dan Christa yang telah memberikan dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat mengerjakan dengan baik dan tepat waktu.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

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

skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, bagi penelitian berikutnya dan untuk menambah ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

Tangerang, 05 Agustus 2024

Penulis



Mela Sukhita Karya

NIM : 20200100022



DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL LUAR

JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

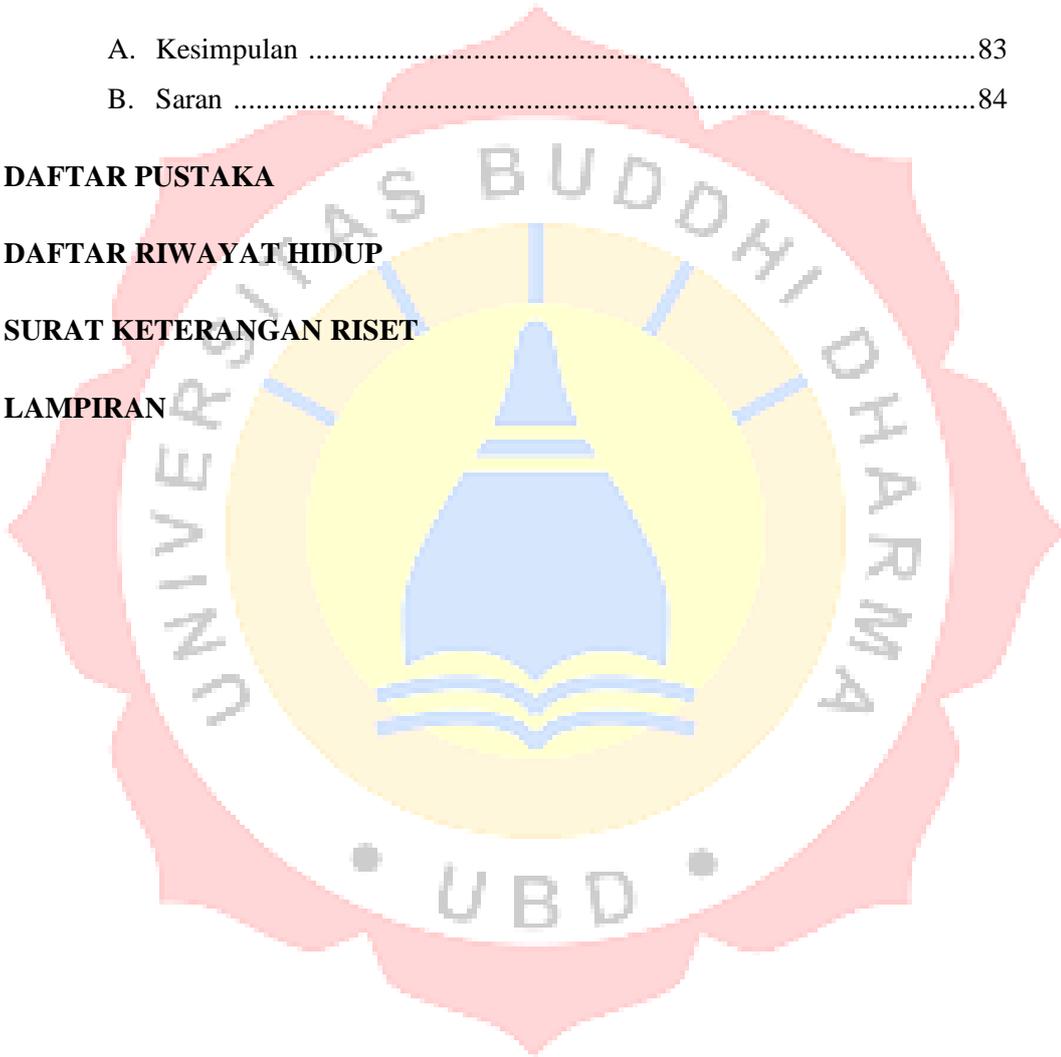
SURAT PERNYATAAN

LEMBAR PERSEJUTUAN KARYA ILMIAH

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Gambaran Teori Umum	10
1. Leverage	19
2. Perencanaan Pajak	23
3. Pertumbuhan Pajak	25
4. Ukuran Perusahaan	29
5. Manajemen Laba	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Perumusan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Objek Penelitian	39
C. Jenis dan Sumber Data	39
D. Populasi dan Sample	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian	42
1. Variabel Independen	42
2. Variabel Dependen	46
G. Teknik Analisis Data	48
1. Analisis Statistik Deskriptif	48
2. Uji Asumsi Klasik	49
3. Analisis Regresi	52
4. Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	56
B. Analisis Hasil Penelitian	68
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif	68
2. Hasil Uji Asumsi	70
3. Analisis Linear Berganda	75

C. Pengujian Hipotesis	77
1. Uji Kofisien Determinasi (R^2)	77
2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	77
3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	79
D. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT KETERANGAN RISET	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	32
Tabel III.1 Proses Pemilihan Sample	41
Tabel IV.1 Tahapan Seleksi Pemilihan Sample	56
Tabel IV.2 Daftar Perusahaan Sample	57
Tabel IV.3 Hasil Perhitungan Manajemen Laba	59
Tabel IV.4 Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan	61
Tabel IV.5 Hasil Perhitungan Perencanaan Pajak	63
Tabel IV.6 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan	65
Tabel IV.7 Hasil Perhitungan Leverage	67
Tabel IV.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif	69
Tabel IV.9 Hasil Normalisasi Data	71
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV.11 Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel IV.12 Hasil Analisis Linear Berganda	75
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Tabel IV.14 Hasil Uji Statistik (t)	78
Tabel IV.15 Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F)	80

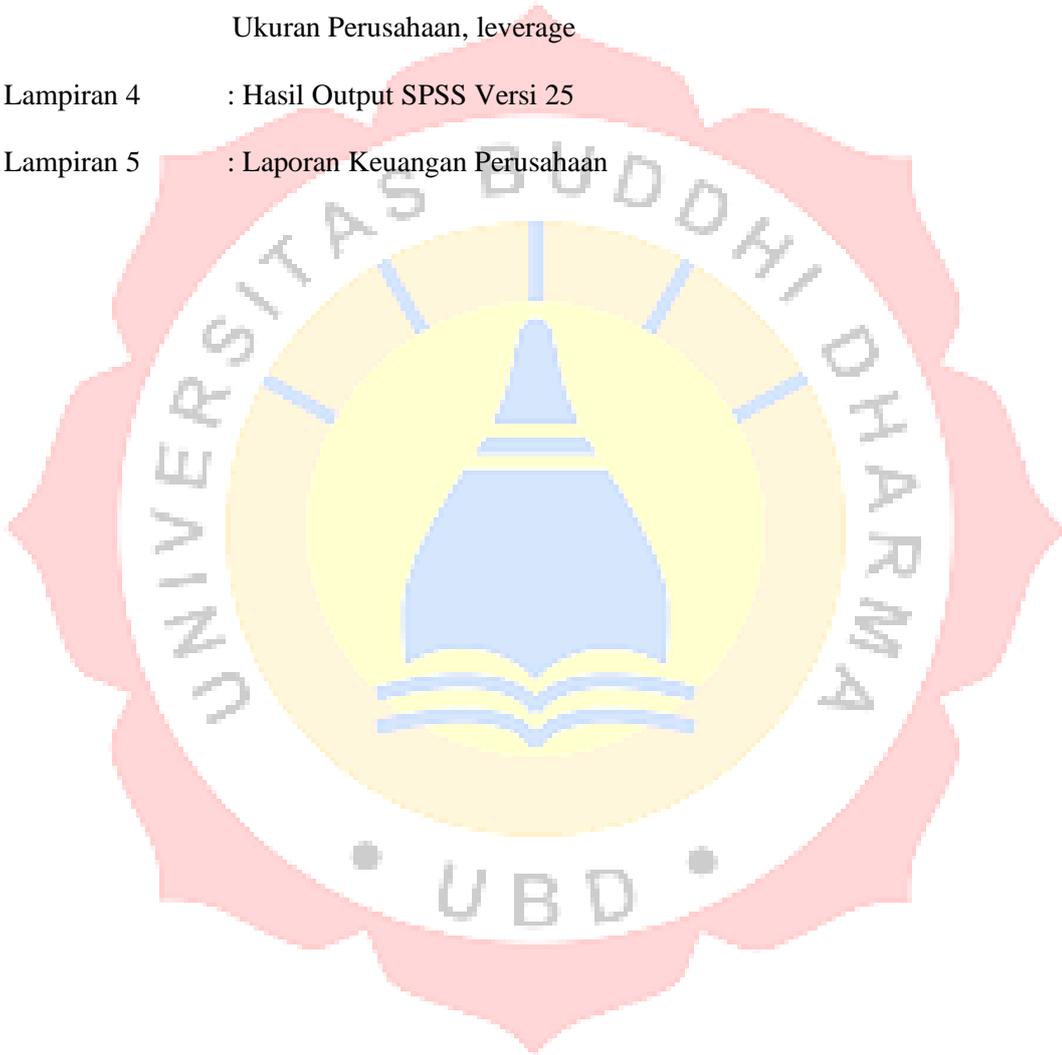
DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	35
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Perusahaan Sample
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Variabel
- Lampiran 3 : Manajemen Laba, Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan,
Ukuran Perusahaan, leverage
- Lampiran 4 : Hasil Output SPSS Versi 25
- Lampiran 5 : Laporan Keuangan Perusahaan



BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Salah satu sektor yang mengalami persaingan yang ketat adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Perusahaan sektor makanan dan minuman adalah suatu perusahaan yang mengelola bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang sudah jadi. Pasang surut juga terjadi diantara perusahaan-perusahaan di sektor industri barang konsumsi. Terjadinya pasang surut penjualan di perusahaan sektor makanan dan minuman yang menyebabkan perusahaan tidak berjalan dengan stabil. Seperti contoh, banyak persaingan bisnis yang bermunculan perusahaan baru di berbagai sub sektor dan beberapa perusahaan juga terjadi memanipulasikan laporan keuangan perusahaan dan penggelembungan dana perusahaan.

Dalam sebuah perusahaan juga tidak luput dengan perpajakan yang menyebabkan menurunnya laba dari perusahaan tersebut dengan cara memungut laba dan menggunakan tarif yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, perusahaan juga harus mampu memaksimalkan laba perusahaan tersebut dengan membuat laporan keuangan yang sesuai dan relevan.

Laporan keuangan adalah suatu alat yang digunakan perusahaan untuk memberikan sebuah gambaran kondisi perusahaan dan memudahkan dalam pengambilan keputusan yang nyata dan relevan untuk membantu perusahaan dengan meningkatkan kinerja dan posisi keuangan yang ada. Laporan yang menggambarkan posisi keuangan dari hasil suatu proses akuntansi selama periode tertentu yang digunakan sebagai alat komunikasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan (Suteja, 2018). Laporan keuangan salah satu laporan keuangan yang sangat penting, karena informasi laba yang digunakan oleh para saham dan kreditur untuk mencari informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan dan dapat mengukur laba yang sangat di perlukan oleh pihak-pihak berkepentingan yang memerlukan pengukuran tersebut. Penyampaian laporan keuangan harus dibuat dengan sesuai dan kenyataan, tanpa melebih-lebihkan, atau dikurangkan dan memiliki kemampuan dalam memberikan informasi kepada pasar.

Salah satu yang sangat penting di dalam laporan keuangan untuk mengukur kinerja manajemen adalah laba. Laba menunjukkan bahwa bisnis tersebut telah berjalan dengan baik dan laba juga menjadi acuan dari pihak eksternal oleh para investor atau pihak-pihak lain yang ingin menanamkan saham perusahaannya pada perusahaan untuk mewujudkan keuntungan atas modal yang telah ditanam.

Manajemen laba strategi dalam akuntansi yang berguna untuk cara mengetahui kondisi perusahaan dan kinerja perusahaan. Manajemen laba merupakan masalah yang sering terjadi di tempat kerja dimulai dengan konflik keagenan dan konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang memiliki peran selaku prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen. Memiliki keinginan untuk memaksimalkan pengembalian saham bagi pemilik dan kompensasi yang signifikan untuk agen hal ini menyebabkan keuntungan yang berlebihan untuk dua belah pihak, perwakilan organisasi bertugas mengelola pendapatan mereka untuk memenuhi kepentingan kedua belah pihak.

Pertumbuhan penjualan adalah suatu tolak ukur yang menunjukkan sebuah presentase tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan juga memberikan manajer wawasan tentang peningkatan pendapatan. Ini juga memberikan mereka kerangka kerja untuk memikirkan metode supaya meningkatkan kinerja. Salah satu tujuan Manajemen laba adalah membuat laba perusahaan terlihat lebih rendah nilainya daripada yang sebenarnya. Hal ini dicapai dengan meningkatkan pendapatan pada tingkat yang lebih rendah dari pertumbuhan penjualan, atau biasa juga tidak menunjukkan peningkatan sama sekali (Anindya et al 2020 dan Zakia et al 2019) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh manajemen laba (Anindya et al. 2020) dan (Zakia et al. 2019).

Untuk memperkirakan besarnya profit yang akan diperoleh perusahaan maka pertumbuhan penjualan memegang peranan sangat penting dalam manajemen modal kerja, dengan rumus pertumbuhan penjualan sebagai berikut:

Ukuran perusahaan adalah system yang mengkategorikan bisnis berdasarkan total asset, ukuran log, penjualan, dan nilai per saham dan faktor-faktor lainnya. Kemampuan organisasi untuk mengelola risiko yang dapat timbul dari berbagai keadaan akan dipengaruhi oleh ukurannya. Perusahaan besar akan lebih besar beresiko dibandingkan dengan usaha kecil. Bisnis besar dapat bersaing di pasar adalah biasanya bisnis yang memiliki modal yang besar. Bisnis besar akan lebih mudah dalam mencari akses ke lapangan atau sumber data dibandingkan dengan usaha yang lebih kecil, memberi mereka lebih besar sumber daya dalam meningkatkan nilainya. (Zakia et al., 2019).

Ukuran perusahaan dapat diukur pada seberapa besar suatu perusahaan dalam hal total penjualan bersih atau total asset. Ukuran perusahaan tumbuh seiring dengan total asset atau penjualannya. Ukuran asset akan meningkatkan jumlah modal yang diinvestasikan, sedangkan untuk jumlah penjualan meningkatkan jumlah uang yang hilang dari perusahaan. Rumus ukuran perusahaan:

Leverage merupakan suatu perbandingan total asset dan kewajiban perusahaan. Kepercayaan kreditur untuk mempengaruhi oleh risiko perusahaan tidak mampu bayar hutangnya, yang meningkat dengan rasio leverage yang lebih besar. Diartikan bahwa perusahaan dengan utang luar negeri yang tinggi memiliki nilai leverage yang lebih tinggi. Kebutuhan akan peralatan laba karena laba yang bergejolak memotivasi manajemen organisasi untuk melakukan praktik (Purnama, 2017):.

Sebagian besar waktu, kelalaian, dan kesalahan manajer setiap dilakukan dikarenakan faktor-faktor, baik pihak yang berkepentingan dalam perusahaan maupun pihak luar lingkungan perusahaan seperti investor yang akan menyebabkan fenomena dengan manajemen laba, contoh situasi manajemen laba adalah sebagai berikut:

Kasus 1:

Laporan keuangan Tahun 2021 Garudafood Putra Putri melaporkan laba bersih Rp Rp 259,41 Milliar pada Tahun 2020, terkoreksi 37,76% dibandingkan akhir tahun 2019 yang tercatat Rp 416,85 Milliar. Alhasil, laba per saham dasar turun menjadi Rp 35,2 dari akhir tahun 2019 tercatat Rp 55,49. Di tahun 2021, manajemen Garudafood putra putri menyampaikan bahwa adanya penurunan laba, dengan penurunan penjualan bersih yang turun 8,3% menjadi sebesar Rp 7,71%. Pada tahun 2020 terdiri atas

penjualan makanan dalam kemasan sebesar Rp 6,65 Triliun, penjualan minuman sebesar Rp 1,05, dan penjualan lain-lain sebesar Rp 186,07 Milliar.

Direktur Garudafood Putra Putri optimis bahwa penjualannya akan meningkat sepanjang tahun. Tetapi, seiringnya pandemi banyak masyarakat yang beli makan ringan di masa pandemic. Adanya sentimen positif dari program vaksinasi covid-19, membuat bisnis makanan dan minuman kembali berjalan dengan baik. Di tahun 2021, kebangkitan penjualan di bisnis makanan dan minuman dan perbaikan penjualan GarudaFood yang tumbuh dalam lima bulan terakhir, yakni dari bulan November 2020 sampai Maret 2021. Garudafood berencana untuk melakukan pembelian kembali saham yang telah dikeluarkan sebanyak 1%. Untuk kembali pembelian saham, Garudafood menggelontorkan dana dari kas internal sebesar Rp 50 Milliar. Pembelian kembali saham akan dilakukan melalui bursa maupun luar bursa. Perseroan menunjuk PT Indo Primer Sekuritas sebagai anggota bursa untuk melakukan pembelian kembali saham perseroan melalui bursa. (Sumber: CNCB Indonesia).

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Perencanaan Pajak dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan

- 5 Adanya permasalahan pada sub sektor makanan dan minuman yang disebabkan oleh kebijakan presentase tingkat penjualan yang diukur dengan besarnya profit yang akan diperoleh oleh perusahaan untuk peningkatan laba.

C. RUMUSAN MASALAH

- 1 Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman?
- 2 Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman?
- 3 Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman?
- 4 Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman?
- 5 Apakah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, perencanaan pajak dan *leverage* terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman?

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1 Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman.

- 3 Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman.
- 4 Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan pajak terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman
- 5 Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, perencanaan pajak dan *leverage* terhadap Manajemen Laba pada sub sektor makanan dan minuman.

E. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1 Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini harus menjalankan bagaimana faktor-faktor yang termasuk pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *leverage* yang mempengaruhi Manajemen Laba di dalam Akuntansi.

- 2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini berharap perusahaan untuk lebih menjaga nilai akuntansi, dan dapat digunakan panduan untuk lebih berhati-hati dan memberikan pengawasan yang ketat pada saat membuat laporan keuangan.

- 3 Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini untuk memberikan informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian terhadap

subjek yang sama, dan serta bagi investor dan calon investor, untuk menggunakan laba perusahaan yang dilaporkan sebagai tolok ukur dalam membuat keputusan investasi yang bijaksana.

F. SISTEMATIKA PENELITIAN

Secara garis besar penelitian ini terdiri dari 5 bab dengan beberapa sub bab. Agar mendapatkan arahan dan gambaran yang jelas sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang berisi gambaran umum teori terkait variable independen dan dependen hasil penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi dekripsi data hasil penelitian variable independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENELITIAN

Berisi kesimpulan, implikasi dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Teori Umum

1. Manajemen Laba

a. Pengertian Manajemen Laba

tantangan yang sering muncul di tempat kerja.

Menurut (Andini dan Amboningtyas, 2020)

laba merupakan 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. Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba

1. Manajemen Akrual

Manajemen akrual biasa disebut dengan accruals management dapat diartikan adalah faktor yang berhubungan dengan aktivitas-aktivitas yang dapat berpengaruh dengan aliran kas dan keuntungan perusahaan,

2. Penerapan dsri Suatu Peraturan Akuntansi yang Wajib.

Faktor yang berkaitan dengan keputusan manajer untuk melaksanakan kebijaksanaan akuntansi tertentu yang harus diterapkan.

3. Perubahan dari Aktiva Sukarela

Faktor ini yang berkaitan dengan upaya yang dilakukan oleh manajer untuk mengubah atau mengganti sebuah metode akuntansi tertentu

4. *Bonus Plan Hypothesis*

Manager akan memilih untuk menggunakan metode akuntansi yang mampu memaksimalkan utilitasnya yaitu dengan bonus yang tinggi. Besar bonus yang akan diberikan tergantung dengan laba yang diperoleh maka manger akan menaikkan laba yang dilaporkan.

5. *Debt Covenant Hypothesis*

Di dalam beberapa perusahaan, terdapat manger yang melanggar perjanjian kredit dengan menggunakan metode akuntansi yang memiliki dampak untuk menaikkan laba. Hal ini dilakukan untuk menjaga reputasi mereka di mata pihak eksternal.

6. *Political Cost Hypothesis*

Beberapa peraturan yang diberikan oleh pemerintah kepada perusahaan yang berdiri di Indonesia yaitu mengenai pajak pendapatan perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar kemungkinan untuk perusahaan menggunakan metode akuntansi yang bertujuan untuk menurunkan laba. Ketika perusahaan melaporkan laba lebih sedikit maka pendapatan perusahaan pun sedikit.

c. Tujuan Manajemen Laba

a. Memantau Laporan Laba Rugi

Dalam memantau laporan laba rugi, Manajemen dapat meminimalisir kerugian dan melakukan proyeksi laba. Maka manajemen akuntansi ini sangat krusial karena menyangkut laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dalam periode waktu tertentu.

b. Menggabungkan Pemantauan Laporan Laba Rugi dan Pengeluaran Kas

Manajemen laba yang bekerja efektif dapat memberikan gambaran bagaimana cara perusahaan untuk bisa menghemat uang atas pengeluarannya. Manajemen ini juga berfungsi untuk menghasilkan uang tunai dan menghindari perusahaan dari

kebangkrutan.

c. Tim Outsource untuk Manajemen Laba

Perusahaan membangun mitra dengan tim akuntan dan pembukuan publik karena bisa menghasilkan strategi bisnis yang akan menghasilkan banyak keuntungan.

d. Bentuk Manajemen Laba

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

e. Rumus Manajemen laba

Discretionary accrual dapat dihitung dengan menggunakan tahapan rumus sebagai berikut:

- 1) Menghitung Total Accrual (TAC) di mana laba bersih tahun t dikurangi dengan total arus kas operasi tahun t .

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

Keterangan :

TAC_{it} = Total Accruals perusahaan i pada periode ke t

NI_{it} = Laba bersih (net income) perusahaan i pada periode ke t
CFO_{it} = Kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode t

- 2) Menghitung nilai total akrual yang diestimasi dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Adapun rumus sebagai berikut:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Keterangan :

TA_{it} = Total Accruals dalam periode t

A_{it-1} = Total asset dalam periode t-1 (Tahun sebelumnya)

ΔREV_{it} = Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t-1

PPE_{it} = Total asset tetap berwujud perusahaan i dalam periode tahun t

ε = Error

- 3) Setelah mendapatkan koefisien regresi, selanjutnya adalah melakukan penghitungan nondiscretionary accruals (NDA). Adapun rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

NDA_{it} = Nondiscretionary Accruals perusahaan i dalam periode tahun t

A_{it-1} = Total asset periode t-1

ΔREV_{it} = Pendapatan perusahaan i pada tahun t

dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t-1

ΔREC_{it} = Piutang usaha perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan piutang usaha perusahaan i pada tahun t-1

PPE_{it} = Total asset tetap berwujud perusahaan i dalam periode tahun t

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

- 4) Terakhir, melakukan penghitungan discretionary accruals (DA) sebagai ukuran dari manajemen laba

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

Keterangan :

DA_{it} = Discretionary Accruals perusahaan i dalam periode tahun t

TA_{it} = Total Accruals dalam periode t

A_{it-1} = Total asset periode t-1

NDA_{it} = Nondiscretionary Accruals perusahaan i dalam periode tahun t

komponen kas dan akrual digunakan dalam model akuntansi berbasis akrual didalam laporan keuangan. Komponen kas merupakan komponen yang relatif sulit untuk direkayasa sebab komponen

ini. harus disertai dengan bukti berupa uang atau setara dengan uang dalam jumlah yang sama dan secara fisik ada. Namun sebaliknya, transaksi akrual tidak harus disertai atau menunjukkan bukti sejumlah kas yang diterima atau dikeluarkan. Maka, untuk mengidentifikasi manajemen laba dapat dilakukan dengan cara mengeluarkan komponen kas dari model akuntansi untuk menghitung dan menentukan besarnya komponen akrual yang terdiri dari dua komponen utama yaitu discretionary accruals dan nondiscretionary accruals. Secara empiris, nilai discretionary accruals bisa nol, positif atau negatif. Nilai nol menunjukkan manajemen laba dilakukan dengan pola perataan laba (income smoothing), nilai positif menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan dengan pola menaikkan laba (income maximization), dan nilai negatif menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan dengan menurunkan laba (income minimization).

- f. Hubungan antara pertumbuhan penjualan, ukuran Perusahaan, leverage terhadap manajemen laba

Manajemen laba merupakan upaya yang dilakukan pihak manajer perusahaan dalam mengintervensi atau

mempengaruhi informasi – informasi dalam laporan keuangan dengan maksud untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kondisi perusahaan. Dari penelitian ini terdapat tiga variabel yang dapat menyebabkan adanya tindakan manajemen laba. Pertama yaitu leverage. Leverage cara keuangan untuk melakukan perbandingan total kewajiban dan total aset untuk mempercayai kreditur. Kedua yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi tolak ukur untuk menilai total aset yang dimiliki. Perusahaan yang besar dinilai memiliki aset yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Oleh sebab itu perusahaan kecil akan melakukan tindakan manajemen untuk memperlihatkan kepada publik kondisi keuangan perusahaan yang selalu berkinerja dengan baik sehingga meningkatkan rasa percaya kepada masyarakat terlebih kepada investor untuk menanamkan modalnya. Ketiga yaitu Pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan akan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Jika penjualan mengalami penurunan maka laba bersih yang dihasilkan juga akan mengalami penurunan. Oleh karena itu, perusahaan akan cenderung melakukan tindakan manajemen laba untuk mentabilkan laba agar perusahaan tetap terlihat dalam keadaan yang baik dan mengalami pertumbuhan

penjualan yang positif.

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

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. 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).

d. Rumus *Leverage*

Leverage dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rasio utang} = \text{Total utang} / \text{Total aset}$$

Rasio utang atas aset seringkali hanya disebut dengan rasio utang saja. Rasio ini digunakan agar bisa menilai kemampuan perusahaan dalam mengandalkan utang agar bisa membiayai asetnya. Perhitungannya dilakukan dengan cara membagi semua utang dengan total aset milik perusahaan.

e. Hubungan Leverage terhadap Manajemen Laba

Leverage adalah suatu cara untuk mengatur keuangan dalam pembiayaan investasinya dalam menutupi hutang atau bunga. Hal ini Tindakan manajemen laba harus melakukan sistem akuntansi dengan membandingkan total kewajiban dan total aset Perusahaan. Maka seorang kreditur akan percaya dengan kondisi perusahaan yang baik.

3. Perencanaan Pajak

Strategi umum perencanaan pajak dalam pelaksanaan pada suatu perusahaan, yaitu:

a. Tax Saving

Tax saving merupakan usaha untuk mengefisiensi beban pajak melalui alternatif pengenaan pajak dengan tarif yang lebih rendah.

b. Tax Avoidance

Tax avoidance merupakan usaha efisiensi beban pajak dengan menghindari pengenaan pajak melalui transaksi yang bukan objek pajak

c. Menghindari Pelanggaran atas Peraturan Perpajakan Dengan menguasai peraturan pajak yang berlaku, perusahaan dapat menghindari timbulnya sanksi perpajakan.

d. Menunda Pembayaran Kewajiban Pajak

Menunda pembayaran kewajiban pajak tanpa melanggar peraturan yang berlaku dapat dilakukan melalui penundaan pembayaran PPN. Penundaan ini dilakukan dengan menunda penerbitan faktur pajak keluaran hingga batas waktu yang diperkenankan, khususnya untuk penjualan kredit.

e. Mengoptimalkan Kredit Pajak yang Diperkenankan

Wajib Pajak sering kurang memperoleh informasi mengenai pembayaran pajak yang dapat dikreditkan yang merupakan pajak dibayar dimuka. Misalnya, PPh Pasal 22 atas impor, PPh Pasal 23 atas penghasilan jasa atau sewa.

4. Pertumbuhan Penjualan

a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

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*

Cross-Selling adalah teknik pemasaran di mana sebuah perusahaan menjual produk atau layanan tambahan kepada pelanggan yang telah membeli produk atau layanan dari

perusahaan tersebut. Ini dapat menjadi bagian yang efektif dari strategi pemasaran yang lebih luas jika dilakukan dengan benar. 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***

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 :

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

Keterangan :

Sales Growth = Pertumbuhan Penjualan

Sales _t = Penjualan pada Periode Sekarang

Sales _{t-1} = Penjualan pada Periode Sebelumnya

Cara menghitung sales growth dengan cara membandingkan jumlah periode sekarang dengan jumlah periode sebelumnya. Angka penjualan periode sekarang dikurang dengan angka penjualan periode sebelumnya lalu dibagi angka penjualan periode sebelumnya, dan terakhir dibagi dengan 100.dari hasil perhitungan diatas, kita akan dapat mengetahui berapa presentasi kenaikan penjualan dalam perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan sales growth positif akan mendapatkan hasil 5 -10% peningkatan dibandingkan dengan

periode sebelumnya, yang berlaku untuk perusahaan besar. Untuk perusahaan yang termasuk UMKM harus mencapai lebih dari 10% untuk dapat dikategorikan memiliki sales growth yang positif.

e. Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Pertumbuhan penjualan adalah tolak ukur yang digunakan untuk menggambarkan keberhasilan perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dengan penjualan tahun periode sekarang dengan penjualan tahun periode sebelumnya. Oleh karena itu, faktor yang menyebabkan adanya tindakan manajemen adalah jika suatu perusahaan mengalami penurunan penjualan yang konsisten. Penurunan penjualan akan terjadi dikarenakan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi: kualitas produk, kondisi dan kemampuan penjual, persediaan bahan baku, modal, teknologi dan promosi. Sedangkan, untuk faktor eksternal meliputi: persaingan, minat pembeli, dan kondisi alam. Maka perusahaan akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menstabilkan laba supaya perusahaan agar terlihat dalam keadaan baik dan mengalami pertumbuhan penjualan yang positif.

5. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran perusahaan

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. Rumus Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

Keterangan :

Size = Ukuran Perusahaan

Ln (Total Asset) = Logaritma Natural dari Total Aset

Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan merubah struktur total aset perusahaan dengan menggunakan bentuk logaritma natural. Logaritma natural yang memiliki tujuan untuk menyederhanakan jumlah aset yang mungkin mencapai nominal sampai triliunan rupiah tanpa merubah proporsi sederhana.

c. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan dan mengelompokkan perusahaan berdasarkan besar kecilnya perusahaan. Faktor yang dapat menyebabkan adanya tindakan manajemen laba adalah ukuran perusahaan karena jika perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan dinilai memiliki total aset yang besar sedangkan untuk

perusahaan yang memiliki ukuran yang kecil dinilai memiliki aset yang lebih sedikit, sehingga menentukan tindakan yang akan dilakukan oleh Manajer dalam mengelola laba perusahaan. Jadi, perusahaan kecil lebih banyak melakukan tindakan dibandingkan dengan perusahaan besar. Disebabkan oleh perusahaan kecil biasanya ingin memperlihatkan kondisi perusahaan yang selalu berkinerja baik agar investor ingin menanamkan modalnya pada perusahaan. Berbeda dengan perusahaan besar, perusahaan besar biasanya lebih hati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, dikarenakan perusahaan besar lebih diperlihatkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, tindakan manajemen laba akan memperlihatkan kepada publik kondisi keuangan perusahaan yang selalu berkinerja dengan baik, sehingga akan meningkatkan rasa percaya kepada masyarakat maupun investor untuk menanamkan modalnya

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel II.1

Hasil Penelitian Terdahulu

N	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
o	Peneli			
ti				

1.	(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:	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
2.	(Kristiana dan Ritza, 2021)	Pengaruh Siklus Hidup Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen	Variabel Independen: -Siklus Hidup Perusahaan - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i>	Hasil penelitian menunjukkan Siklus Hidup Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba, sedangkan Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> tidak

		Laba	Variabel Dependen: Manajemen Laba	berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
3.	(Anindya <i>et al.</i> , 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> <i>-Ukuran</i> Perusahaan <i>- Profitabilitas</i>	Hasil penelitiann menunjukkan bawah <i>Leverage, Sales</i> <i>Growth</i> , dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba. Sedangkan profitabilitas tidak Berpengaruh secara signifikan
			Variabel Dependen:	

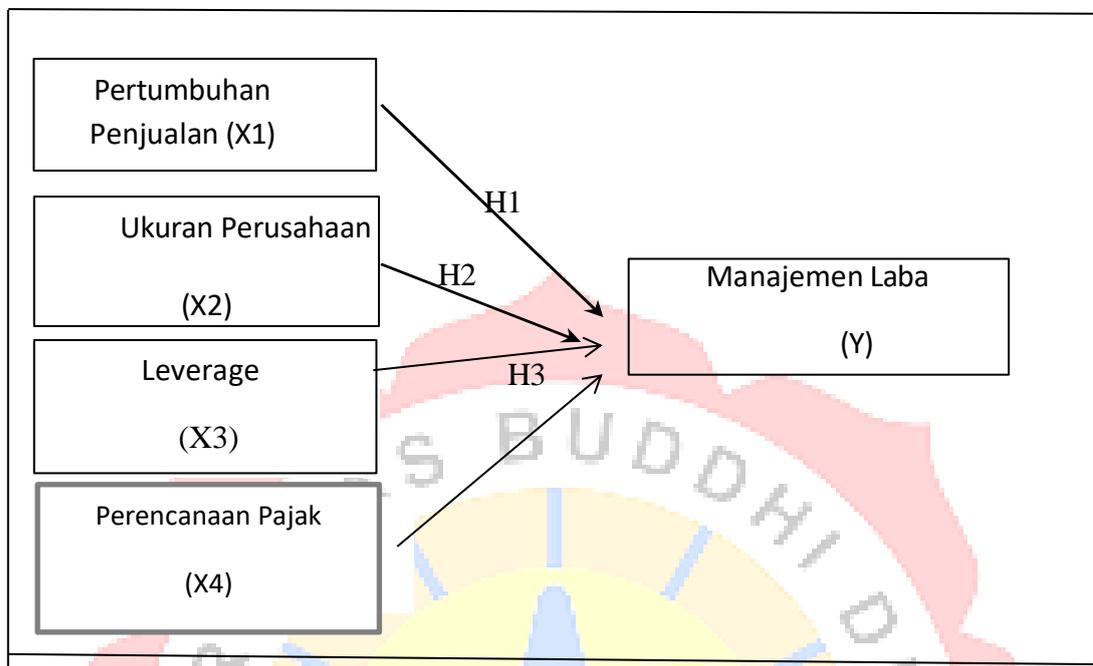
			Manajemen Laba	
4.	(Yunietha dan Palu pi A., 2017)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Publik dan Keuangan	Variabel Independen: <i>-Corporate Governance</i> Faktor Lainnya Variabel Dependen: <i>-Manajemen Laba</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Board of Director, Board of Independence, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Leverage, dan Umur Perusahaan</i> tidak

Dari data hasil penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan perbedaaan penelitian yang sebelumnya dengan penelitian yang sekarang peneliti lakukan yaitu: Perbedaan penelitian dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel independen lain seperti struktur kepemilikan dan komisaris independen, penelitian menggunakan variabel independen lain seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan profitabilitas, penelitian 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 hasilSalah 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 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:

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba

3. 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:

H3 : Leverage berpengaruh terhadap manajemen laba .

4. Pengaruh Perencanaan Pajakk terhadap Manajemen Laba

Pertumbuhan penjualan ialah tingkatan yang dapat digunakan untuk menunjukan pertumbuhan penjualan dari periode sebelum ke periode berikutnya. Perusahaan yang mempunyai penjualan yang meningkat akan membutuhkan dana yang besar untuk meningkatkan kegiatan operasionalnya. Dengan adanya pertumbuhan penjualan akan memberi motivasi untuk perusahaan dalam melakukan manajemen laba tujuannya ialah untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan penjualannya. Selain itu memberi peluang bagi kreditur untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan maka hipotesa dalam penelitian ini :

H4 : Pertumbuhan penjualan 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.

H4: Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh terhadap Manaje



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

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.

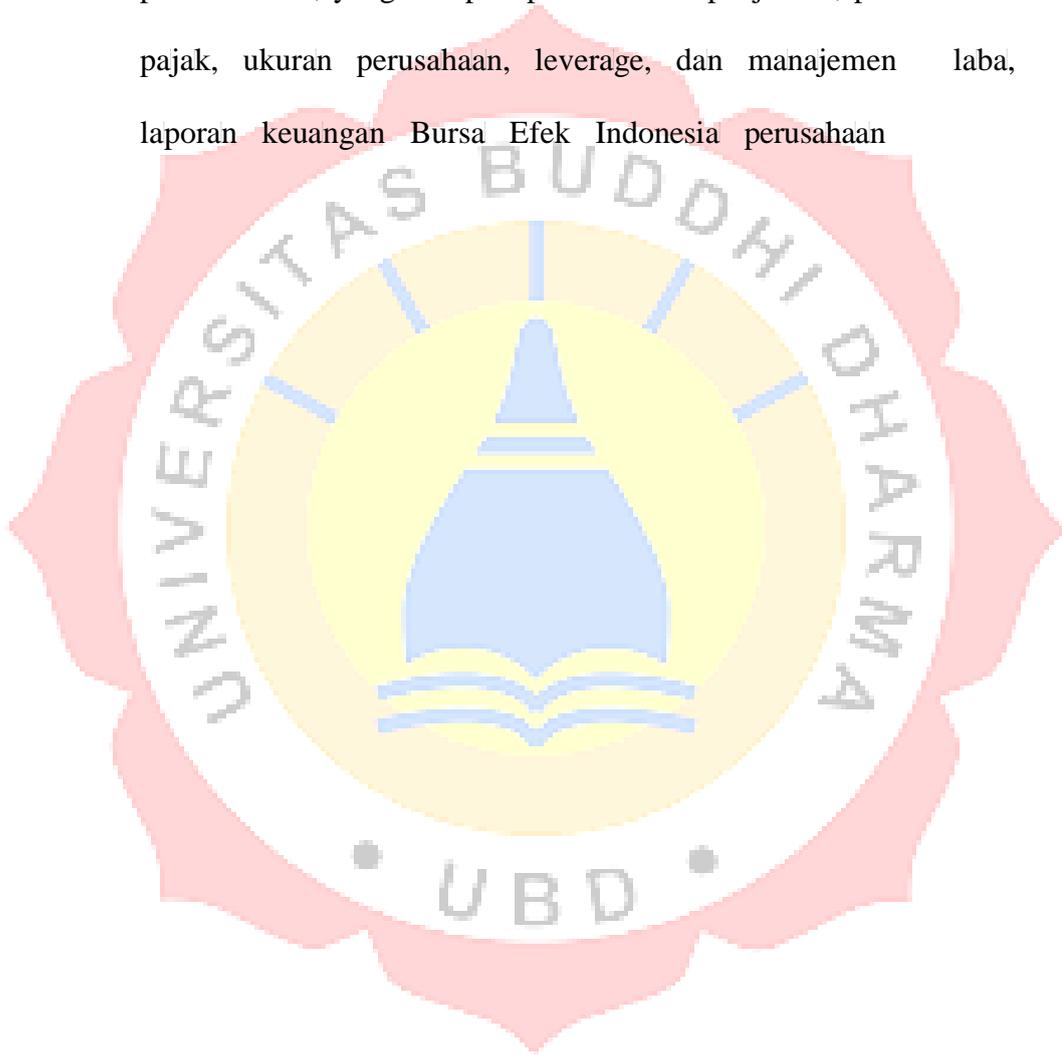
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menjadi objek penelitian ini, yang menggunakan data laporan keuangan tahunan yang dikumpulkan secara berkesinambungan dari tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Desember untuk tahun 2018 sampai dengan tahun 2023.

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 2018 hingga 2023 yang terdapat dalam situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

D. Populasi dan Sample

Perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di 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:

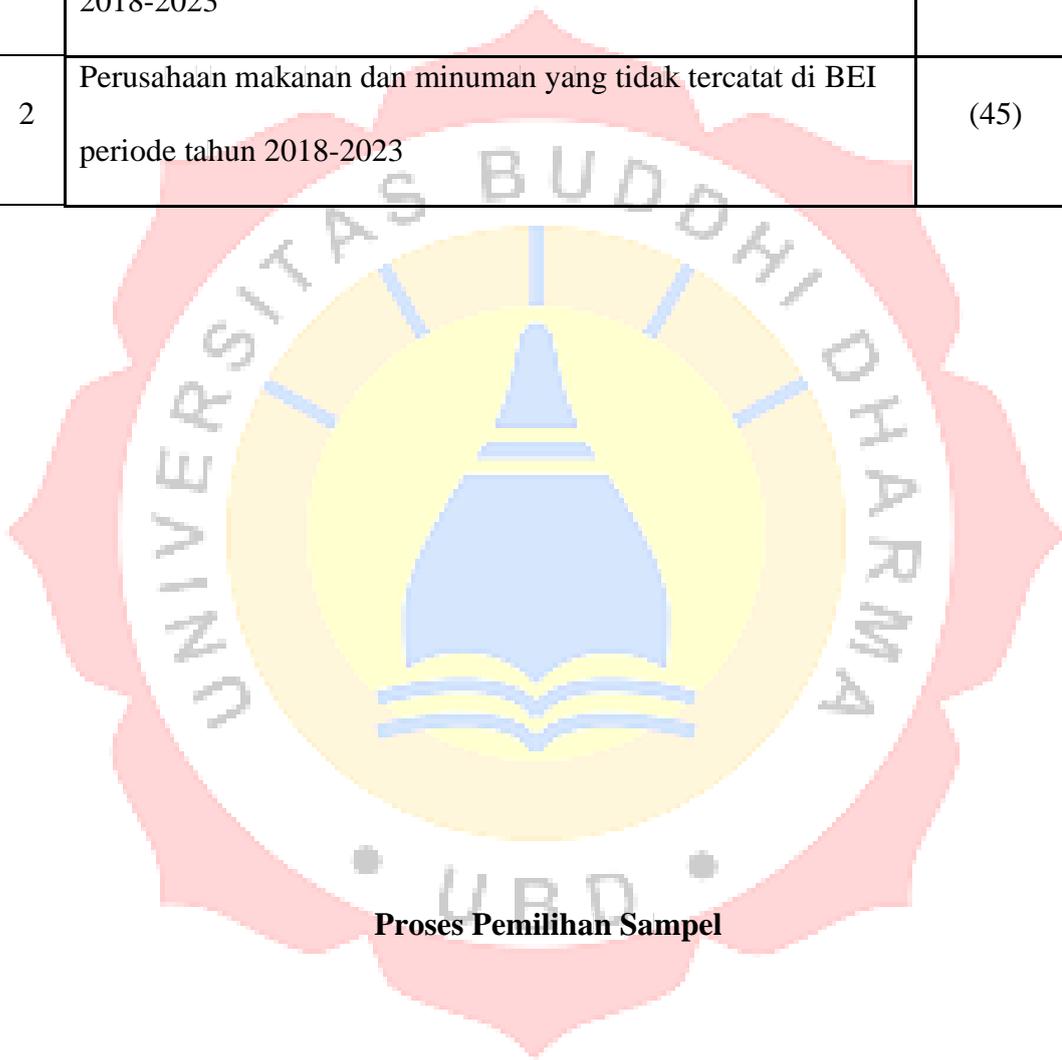
1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2023
2. Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2018-2023.
3. Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.

4. Perusahaan yang memiliki informasi dan lengkap untuk kebutuhan analisis.



Table III.1

NO	KRITERIA	JUMLAH
1	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2023	95
2	Perusahaan makanan dan minuman yang tidak tercatat di BEI periode tahun 2018-2023	(45)



Proses Pemilihan Sampel

3	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan secara rutin selama 2018 sampai 2023	(4)
4	perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah periode tahun 2018-2023	(2)
5	perusahaan yang tidak rutin membukukan laba selama 2018-2023	(19)
	jumlah perusahaan	25
	jumlah periode penelitian (2018-2023)	6
	jumlah sampel penelitian	150

Sumber : BEI, data diolah 2024

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 2018 hingga 2023,

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.

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. 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.

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 :

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

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, 2019, 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 :

Net Income

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

Sumber (Achyani dan Lestari, 2019)

Keterangan :

TRRit = *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

$$ukuran\ perusahaan = \log n\ (total\ aset)$$

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 :

$$\text{Rasio utang} = \text{Total utang} / \text{Total aset}$$

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 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_{it} : 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:

$$TAC_{it} / A_{it-1} = \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2(\Delta REV_t/A_{it-1} - \Delta REC_t/A_{it-1}) + e$$

TAC_{it} : Total akrual perusahaan pada

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

i pada periode $t-1$ REV_{it} : Pendapatan

perusahaan I pada tahun t REV_{it-1} :

Pendapatan perusahaan I dari tahun $t-1$

PPE_t : Aset tetap perusahaan pada

tahun t

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

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

$$NDA_{it} = \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2(\Delta REV_t/A_{it-1} - \Delta REC_t/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_t/A_{it-1})$$

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

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

ΔREV_t : Perubahan pendapatan perusahaan I dari tahun $t-1$ ke

tahun t

ΔREC_t : Perubahan piutang perusahaan I dari tahun $t-1$ ke tahun t

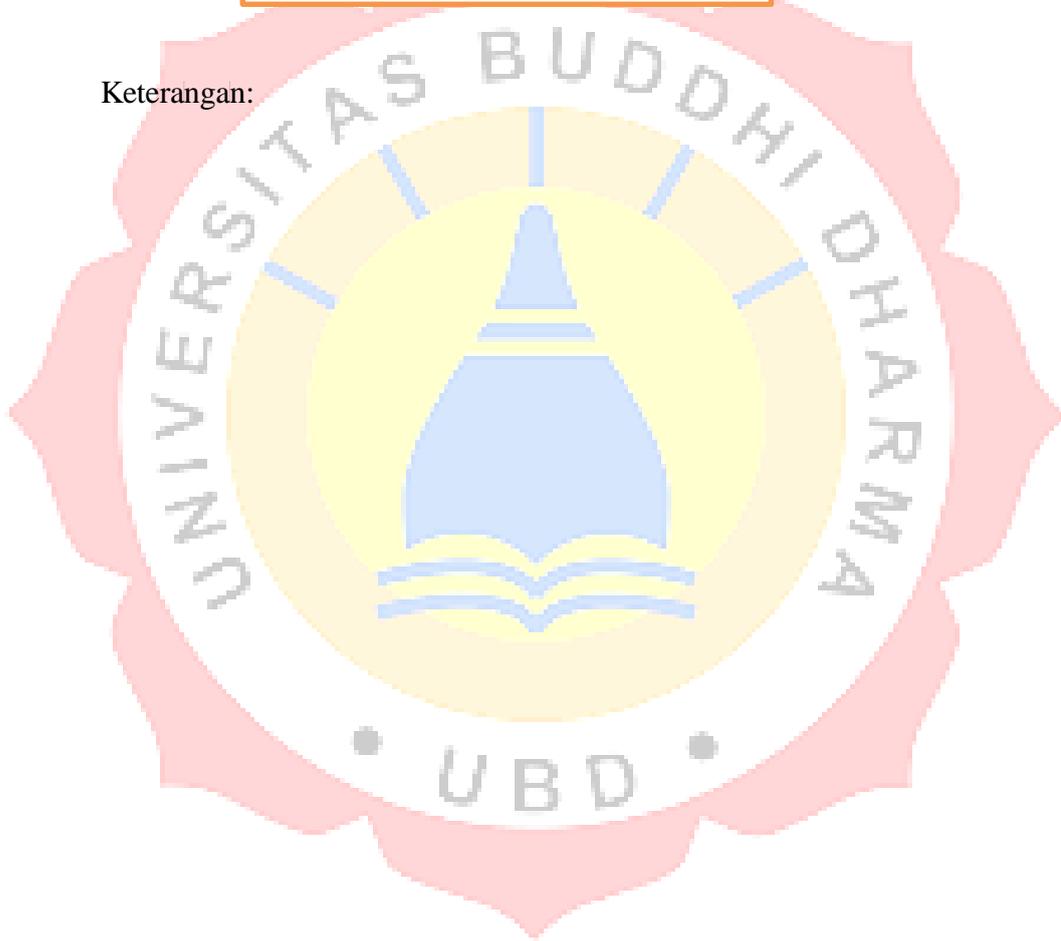
$PPEt$: Aset tetap perusahaan pada tahun t

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

Discretionary accrual (DA) dapat dihitung dengan rumus:

$$DA_{it} = TA_{it} / A_{it-1} - NDA_{it}$$

Keterangan:



DAit : Discretionary Accruals perusahaan pada periode t

TAit : Total akrual perusahaan i pada tahun t

Ait-1 : Total aset perusahaan i pada periode t-1

NDAait : *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 (*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 ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2018, pp. 107– 108). Dasar pengambilan keputusan tersebut sebagai berikut:

- 1) Meskipun nilai R² 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 $VIF = 1/Tolerance$), nilai toleransi yang rendah setara dengan angka VIF yang tinggi. Pengujian multikolonieritas 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:

$$Y = \alpha + \beta_1SG + \beta_2TRR + \beta_3FM + \beta_4LEV + \epsilon$$



Keterangan :

Y : Manajemen Laba

α : Konstanta

β_1 : Koefisien variabel independen

pertumbuhan penjualan

β_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*

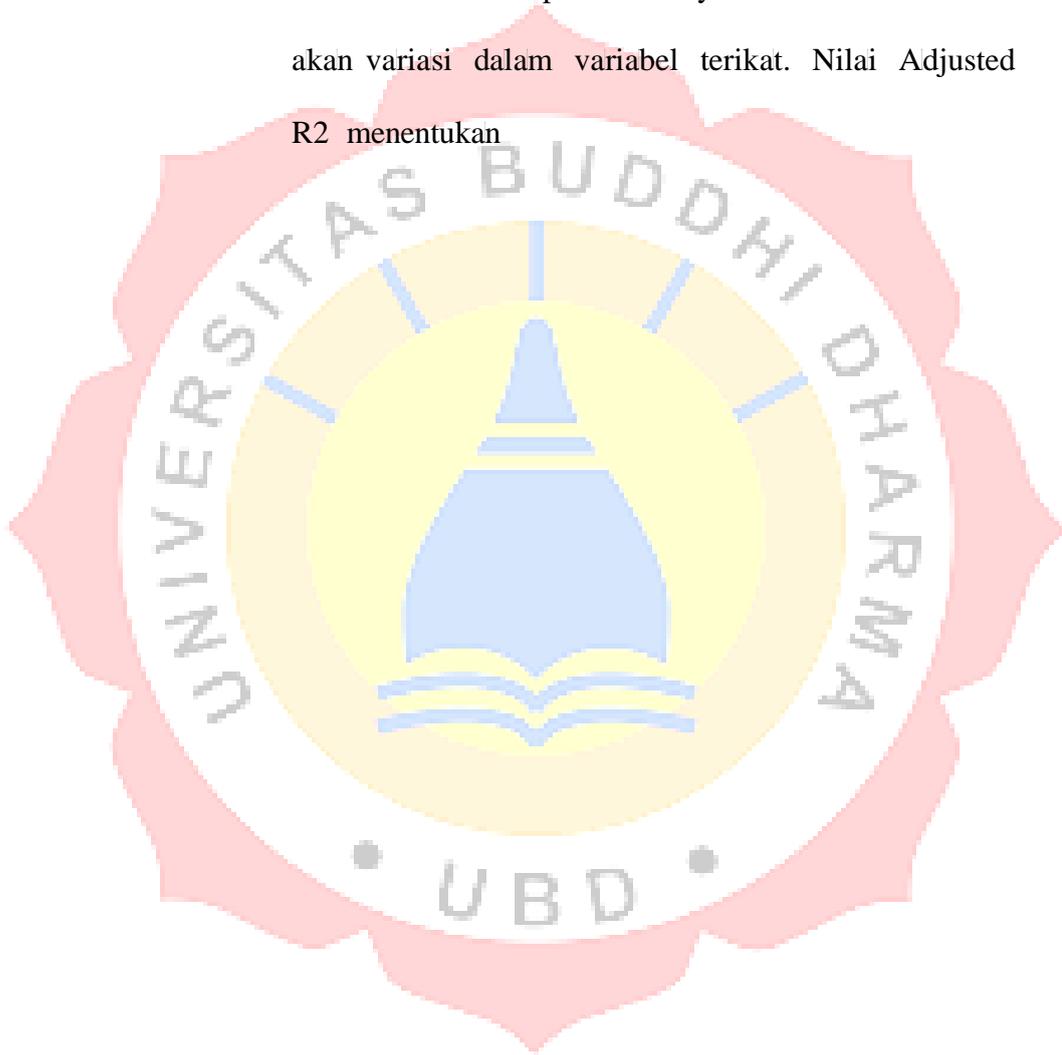
ϵ : Standar *Error*

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^2 berkisar dari 0 hingga 1. Ketika nilai Adjusted R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen hampir seluruhnya memenuhi persyaratan untuk memprediksi variabel dependen, dan ketika nilai Adjusted R^2 mendekati 0, menunjukkan kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat dibatasi. Nilai R^2 dapat digunakan jika nilai Adjusted R^2 sama dengan 0.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik 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_0 ditolak.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikan F lebih dari 0,05 maka H_0 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

