

PENGARUH SALES GROWTH DAN LEVERAGE TERHADAP MANAJEMEN LABA

Reni Harni

Universitas Sali Al Aitaam, Bandung, Indonesia

Yessi Anastasia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta, Indonesia

Nelli Novyarni*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta, Indonesia

sweetynovyarni@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales growth and leverage on earnings management is the research objective. Causality test is a research strategy with an archive strategy. The data used in this research is secondary data. The method of analysis is panel data analysis using the eviews application Version 10 and. The population of this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017 to 2020. The sample uses a purposive sampling method through criteria. The sample of this research in one period were 20 companies which, if accumulated during the study period, amounted to 80 companies. The results obtained in this study prove that the variable sales growth and leverage partially have a significant effect on earnings management and all sales growth and leverage simultaneously have an effect on earnings management.

Keywords: Sales Growth, Leverage, Earnings Management.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sales growth dan leverage terhadap manajemen laba adalah tujuan penelitian. Uji kausalitas merupakan strategi penelitian dengan strategi arsip. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Metode analisis adalah analisis data panel menggunakan aplikasi eviews Versi 10 dan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Sampel menggunakan metode purposive sampling melalui kriteria. Sampel penelitian ini dalam satu periode adalah sebanyak 20 perusahaan dimana jika diakumulasikan selama periode penelitian berjumlah 80 perusahaan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel pertumbuhan penjualan dan leverage secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan semua pertumbuhan penjualan dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Manajemen Laba.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha menimbulkan persaingan semakin ketat sehingga masing-masing perusahaan harus lebih optimal untuk bersaing dengan regulator yang ada dan memiliki strategi yang baik untuk bersaing dengan pesaingnya, hal ini mengharuskan perusahaan untuk bertahan dan inovatif dalam mengupayakan kinerja perusahaan untuk mencapai keuntungan yang di inginkan.

Laporan keuangan dapat dikatakan sebagai hasil pertanggung jawaban yang dibuat oleh pihak manajemen terhadap penggunaan sumber daya yang telah disediakan oleh pemilik perusahaan. Salah satu parameter terpenting yang digunakan untuk mengukur sebuah kinerja manajemen adalah laba.

Dalam era modernisasi banyak muncul isu yang menyebutkan bahwa telah terjadi penurunan relevansi laba akuntansi. Hal ini disebabkan karena transisi dari bisnis tradisional yang padat akan modal menjadi bisnis efektif dengan layanan ekonomi yang mudah mendapatkan modal. Perubahan ini memiliki dampak yang signifikan pada relevansi laporan keuangan khususnya keuntungan perusahaan, karena investor hanya memperhatikan keuntungan yang dihasilkan oleh bisnis tersebut dan tidak memperhatikan bagaimana keuntungan tersebut dihasilkan.

Manajemen laba adalah tindakan untuk menyesatkan para pemangku kepentingan yang dilakukan secara sengaja oleh pihak manajemen mengenai kinerja perusahaan, strategi perusahaan yang dilaksanakan, hingga tata kelola para pemangku kepentingan. Dikarenakan manajemen memiliki kepentingan oportunistik dan manajer selaku operator perusahaan akan berusaha memaksimal mungkin untuk merancang strategi dalam meningkatkan kualitas laba perusahaan (Tang & Fiorentina, 2021:122).

Firdaus Ilyas (2019) selaku Koordinator Divisi Monitoring dan Analisis Anggaran Indonesia Corruption Watch (ICW) menyatakan masih adanya praktik kecurangan yaitu manajemen laba di sektor pertambangan terutama pada sektor batubara. Indonesia Corruption Watch (ICW) mengatakan bahwa negara mengalami rugi hingga ratusan miliar setiap tahunnya.

Manajemen laba tidak menyajikan informasi laba yang sesungguhnya, sehingga mengurangi reliabilitas serta kualitas laba atau laporan keuangan perusahaan. Motivasi ini dilakukan untuk memenuhi target manajemen tetapi mengabaikan praktik bisnis yang baik dan benar. Sehingga mengakibatkan turunnya kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan dan dapat menyebabkan asimetri informasi.

Faktor lain yang mendorong dalam melakukan manajemen laba adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*). Menurut Wijayanti & Triani, (2020:2) pertumbuhan penjualan atau *sales growth* merupakan perubahan yang terjadi pada perusahaan dengan ditandai penurunan dan peningkatan total penjualan yang diperoleh.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) juga digunakan sebagai tolak ukur

keberhasilan entitas, ketika suatu entitas mengalami penurunan tingkat pertumbuhan akan mendorong manajer melakukan *earnings management* dengan cara menstabilkan laba sehingga laporan keuangan entitas tersebut akan terlihat bagus dan menarik investor untuk berinvestasi. Dalam kasus lain juga jika perusahaan mengalami laba dengan tingkat yang tinggi maka akan menyebabkan pembayaran pajak yang tinggi juga, maka perusahaan menekan laba atau mengatur posisi laba sesuai dengan target perusahaan.

Perusahaan skala besar memiliki kadar kepentingan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan skala kecil menengah, sehingga akan berdampak besar pada kebijakan yang diambil terhadap kepentingan publik. Bagi investor, kebijakan perusahaan yang diambil menentukan prospek *cash flow* dimasa depan (Yanti & Setiawan, 2019:717).

Faktor berikutnya yang mendorong perusahaan dalam melakukan manajemen laba adalah rasio *leverage*. Menurut Yanti dan Setiawan (2019:716) dalam penelitiannya tingkat *leverage* merupakan hal yang dapat memotivasi terjadinya manajemen laba. Hal ini karena tingkat *leverage* menggambarkan bahwa kewajiban yang dimiliki perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan asset yang dimilikinya, akibatnya perusahaan memiliki risiko dan tekanan besar bagi perusahaan. Investor akan memilih perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih kecil untuk menghindari *risk* yang besar.

Kemampuan persyaratan membayar atau melengkapi persyaratan utang merupakan terciptanya tekanan eksternal. Oleh sebab itu, tekanan eksternal disebut juga sebagai tekanan yang dialami oleh manajemen dalam memenuhi syarat dan ketentuan yang dibuat oleh pihak ketiga atau kreditur.

Rasio *leverage* yang tinggi juga mendorong seorang manajer melakukan manajemen laba, karena perusahaan memerlukan tambahan modal, dengan menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang dikelolanya. Hal ini dilakukan dengan merubah sedikit atau banyak pada laporan keuangan perusahaan khususnya pada informasi laba.

Melakukan manajemen laba juga bermaksud untuk menghindari perjanjian utang yang akan dipersulit oleh pihak ketiga dengan kata lain laba yang stabil memberikan kemudahan kepada perusahaan untuk mendapatkan pinjaman utang atau tambahan modal melalui perjanjian utang.

Penelitian ini mencoba menggabungkan beberapa variabel dari beberapa penelitian yang pernah diteliti sebelumnya yaitu variabel pertumbuhan penjualan, profitabilitas, *leverage*, dan manajemen laba. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah periode pengambilan sampel serta sektor industri yang berbeda. Penelitian ini merupakan rujukan dari penelitian sebelumnya Hapsoro & Annisa, (2017:100) penelitian sebelumnya terletak pada perbedaan pengukuran variabel pertumbuhan penjualan dan dengan pengolahan data yang berbeda.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Permasalahan manajemen laba merupakan teori agen yang sering disebabkan oleh kepentingan yang berbeda antara stock holders dan agen.. Akan tetapi penilaian kinerja manajer berdasarkan laporan keuangan dapat menimbulkan konflik keagenan dimana manajer akan melakukan kegiatan oportunistik. Dengan begitu, teori keagenan yang mulai berkembang mengacu kepada pemenuhan tujuan utama dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan kepada pemegang saham. Menurut Jensen dan Meckling (dalam Siagian, 2011:10) menjelaskan dalam hubungan keagenan terkadang menimbulkan antara manajer dan pemegang saham.

Tiaras & Wijaya, (2017:383) mendefinisikan manajemen laba merupakan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh besarnya laba atau pendapatan yang sesuai dengan keinginan perusahaan dan tercapainya tujuan perusahaan.

Sulistyanto dalam Ernayani *et al.*, (2020:144) mendefinisikan manajemen laba suatu tindakan merubah informasi pada laporan keuangan dengan menaikkan atau menurunkan kualitas laba secara sengaja, yang dilakukan oleh manajer atas fluktuasi laba yang dilaporkan sehingga laba pada perusahaan berada dalam tingkat yang dianggap normal oleh perusahaan atau dengan kata lain laba yang dilaporkan perusahaan terlihat stabil. Manajemen laba tidak tergantung pada penipuan dan distorsi atau perubahan, tetapi lebih memilih peluang yang ada dalam prinsip akuntansi alternatif dari transaksi yang diterima dan penyebarannya. Scott (2003) dalam Winarta *et al.*, (2021:134), manajemen laba merupakan tindakan untuk merubah nilai laba dengan menstabilkan laba atau pemerataan laba dalam *financial statement*. Dalam pandangan perspektif *earnings management* dibagi dua yaitu *earnings management* yang baik dan yang buruk atau yang efisien dan oportunistik.

Suatu perusahaan dinyatakan tumbuh jika mengalami perubahan peningkatan ke arah yang lebih baik dalam aktivitas penjualannya atau operasinya. Manajemen mengevaluasi kinerja perusahaan dari tingkat penjualan yang dihasilkan pada periode akuntansi. Turot (2019:23) pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan dimana pertumbuhan tersebut sebagai tingkat stabilitas jumlah penjualan perusahaan setiap periodenya. Pertumbuhan penjualan juga merupakan signal yang baik untuk kreditor atau bank sebagai kreditor untuk memberikan pinjaman atau menambah jumlah utang kepada bank, dan juga signal yang baik untuk perubahan struktur modal yang dimana investor menaruh kepercayaan kepada perusahaan.

Anindya & Yuyetta (2020:8) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) ialah sebuah tolak ukur yang menggambarkan perubahan persentasi tingkat penjualan dari masa ke masa. Peningkatan penjualan (*sales growth*) juga memberikan gambaran tentang peningkatan suatu laba sehingga pola pikir manajer akan terpusat untuk berbagai cara mengoptimalkan sebuah hasil.

Agustia et al., (2018:66) rasio *leverage* merupakan alat ukur seberapa besar perusahaan dibiaya oleh utang, penggunaan rasio *leverage* di klaim lebih menguntungkan daripada biaya penggunaan asset dan sumber modal lainnya, dengan demikian *leverage* lebih menguntungkan para pemegang saham.

Hertika et al., (2020:145) mendefinisikan rasio *leverage* merupakan rasio yang didapat dariseberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang, Wanri & Erinos, (2021:207) *leverage* adalah suatu penggunaan utang untuk mebiayai pembelian asset dengan tujuan pendapatan atau *gain* yang diperoleh dari operasional asset baru akan melebihi biaya pinjaman. *Leverage* juga sebagai rasio yang diperhatikan oleh kreditur karena akan menjadi batasan pemberian utang kepada debiturnya.

Perusahaan dengan penggunaan utang yang terlalu tinggi juga akan membahayakan perusahaan itu sendiri karena dapat terjebak dalam utangnya sendiri karena sulit untuk membayar pokok utangnya serta biaya bunganya (*extreme leverage*).

Terdapat beberapa rasio yang dapat digunakan serta mengukur rasio *leverage*, diantaranya yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER) Brigham dan Houston (2010) menjelaskan dalam Artawan et al., (2020:106) bahwa *Debt to Equity Ratio* menunjukkan perbandingan antara seluruh total utang didalamnya termasuk utang lancar dan jangka panjang dengan nilai keseluruhan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Selanjutnya adalah *Debt to Asset Ratio* (DAR) Wanri & Erinos, (2021:208) berpendapat bahwa rasio ini mengukur perbandingan antara keseluruhan utang termasuk utang jangka panjang dan utang jangka pendek dengan jumlah asset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio DAR menunjukkan besar asset perusahaan dibiayai utang. Jika nilai rasio DAR semakin rendah maka tingkat keamanan dalam pembiayaan utang semakin baik, sebaliknya jika semakin tinggi rasio DAR maka semakin tinggi pula asset membiayai utang perusahaan.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa pengaruh yang didukung pula oleh berbagai teori dan informasi yang bersumber pada berbagai laporan ilmiah, hasil penelitian, serta jurnal penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Adapun variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini meliputi variabel pertumbuhan penjualan, profitabilitas, *leverage* serta manajemen laba. Pertumbuhan penjualan merupakan *independent variable* pertama (X_1) sebagai faktor penentu laba atau rugi sebuah perusahaan, karena semakin besar pendapatan perusahaan ditambah dengan pertumbuhan yang signifikan membuat biaya produksi yang dikeluarkan juga lebih besar dan berpengaruh pada laba, hal ini memotivasi manajer untuk melakukan manajemen laba dengantujuan tertentu.

Profitabilitas merupakan *independent variable* kedua (X_2) sebagai pengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola asset dalam menghasilkan laba perusahaan. Rasio profitabilitas juga menggambarkan tingkat efektivitas kinerja perusahaan, hal ini dapat dilihat dari laba yang dihasilkan dari tingkat

penjualan dan investor yang menanamkan modalnya di perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan maka kinerja dan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba semakin baik dan sebaliknya.

Leverage merupakan *independent variable* ketiga (X_3) sebagai pengukur rasio utang dimana *leverage* yang tinggi mengartikan tingkat liabilitas perusahaan yang tinggi juga. Hal ini memicu perusahaan untuk kegiatan manajemen laba dengan menggeser laba masa depan ke masa sekarang. Hal ini dilakukan untuk menghindari nilai yang buruk dimata investor dan menghindari kesulitan mendapatkan kredit dari para kreditor.

Manajemen laba merupakan *dependent variable* (Y) yang dilakukan oleh perusahaan atas dorongan oportunistik yang bertujuan untuk mengelola laba agar laba yang diinginkan sesuai dengan tujuan perusahaan bahkan tujuan pemilik. Pengukuran manajemen laba dalam penelitian ini dengan proksi *discretionary accruals*. *Discretionary Accruals* merupakan komponen dari hasil rekayasa akrual manajemen dengan memanfaatkan kelonggaran dalam estimasi dan bebas menentukan metode standar akuntansi.

Adapun hipotesis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

H₁ : Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap manajemen laba

H₂ : *Leverage* memiliki pengaruh terhadap manajemen laba

H₃ : Pertumbuhan penjualan dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap manajemen laba

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang berbasis uji hipotesa dengan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independent yaitu pertumbuhan penjualan, rasio profitabilitas dan rasio *leverage* memiliki pengaruh terhadap *earnings management* sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan mencakup data-data terkait variabel independen dan variabel dependen dalam rentang tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan periode 2017-2020 untuk perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di BEI. Untuk perhitungan manajemen laba penelitian ini mengacu pada model Jones Modifikasi yang dikembangkan oleh Dechow (1995) dan telah digunakan pada penelitian sebelumnya seperti Tang & Fiorentina (2021:130) dan juga penelitian yang dilakukan oleh Irawan & Apriwenni (2021:28) sebagai berikut:

1. Total Accruals (TA)

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

Keterangan:

TA_{it} : Total Akrual perusahaan i dalam periode ke t

NIit : Laba bersih i dalam period ke t
 CFOit : Arus kas aktivitas operasi perusahaan i dalam periode t

2. Estimasi Total Accruals dengan Ordinary Least Square dengan persamaan

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

regresi

Keterangan:

TAit : Total AkruaI i dalam periode ke t
 Ait-1 : Total asset i dalam period ke t-1
 ΔRevit : Selisih pendapatan tahun berjalan perusahaan i dalam periode ke t dengan tahun sebelumnya
 PPEit : Property, plant, dan equipment atau jumlah asset perusahaan i dalam periode ke t

Berdasarkan koefisien regresi diatas, maka dapat ditentukan nondiscretionary accruals (NDA) dengan formula 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 periode ke t
 A_{it-1} : Total asset perusahaan i dalam period ke t-1
 ΔRev_{it} : Selisih pendapatan tahun berjalan perusahaan i dalam periode ke t dengan tahun sebelumnya
 PPE_{it} : Property, plant, dan equipment atau jumlah asset perusahaan i dalam periode ke t

1. Mengukur manajemen laba ditentukan dengan discretionary accruals (DA), dengan formulasebagai berikut.

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

Keterangan:

- DA_{it} : Akrual diskresioner perusahaan i dalam periode ke t
 TA_{it} : Total akrual perusahaan i dalam periode ke t
 NDA_{it} : Nondiscretionary accruals perusahaan i periode ke t
 A_{it-1} : Total asset perusahaan i dalam period ke t-1

Perusahaan yang berhasil dalam menjalankan strategi yang telah direncanakan maka mampu meningkatkan nilai pertumbuhan penjualannya. Dalam penelitian ini peneliti mengukur pertumbuhan penjualan dengan selisih penjualan tahun berjalan dengan penjualan

$\text{Pertumbuhan Penjualan (PP)} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$
--

tahun sebelumnya (Kasmir., 2016:118)

Adapun penelitian ini mengukur tingkat leverage dengan Debt to Asset Ratio (DAR). DAR merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan total utang dan total asset.

$DAR/LEV = \frac{Liabilities}{Asset}$

Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel:

1. Perusahaan sektor pertambangan batubara yang sudah go public dan terdaftar untuk periode 2017-2020 dan masih melakukan kegiatan operasional sampai dengan Desember 2020.
2. Perusahaan sektor pertambangan batubara yang mempublikasikan laporan keuangannya secara konsisten selama periode 2017 – 2020.
3. Perusahaan sudah mempublikasikan laporan keuangan yang sudah di audit untuk periode penelitian yaitu 2017-2020.

Setelah dilakukan pengumpulan data sesuai dengan klasifikasi yang telah ditetapkan maka terdapat 25 perusahaan dari bagian pertambangan batubara yang listed di Bursa Efek Indonesia namun hanya 20 sampel yang masuk dalam kriteria dan dihitung selama periode penelitian yaitu selama 4 tahun, maka total keseluruhan data sebanyak 80 perusahaan. Ghozali (2018:8) menerangkan bahwa untuk menguji pengaruh lebih dari 1 variabel independen terhadap satu variabel dependen, digunakan metode regresi linear berganda (multiple linear regression) yang terdiri dari Koefisien Determinasi (R^2), Uji statistik F, dan Uji statistik t.

Penelitian ini menggunakan uji data panel namun sebelum melakukan perhitungan tersebut terlebih dahulu harus dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi linear yang digunakan adalah valid sebagai alat peramalan atau untuk menjawab hipotesis dalam sebuah penelitian. Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Seluruh pengujian dan analisis, serta penyajian data dalam penelitian ini menggunakan program E-Views versi 10.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji model regresi memiliki varian dari residual dari pengamatan satu dan pengamatan lain. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 1
Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glesjer

F-statistic	1.255879	Prob. F(9,70)	0.2765
Obs*R-squared	11.12178	Prob. Chi-Square(9)	0.2675
Scaled explained SS	8.728062	Prob. Chi-Square(9)	0.4627

Pada tabel 1 hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glesjer dapat dilihat bahwa nilai probabilitas Chi-Square dari Obs*R-squared adalah sebesar 0,2675 dimana hal tersebut lebih besar dari 0,05 (>0.05). Maka H_0 diterima artinya tidak ada heterokedastisitas pada sebaran data sampel yang diteliti.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan jika regresi linier memiliki variabel bebas (variabel independen) lebih dari satu. Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui tingkat kemiripan antara variabel dalam satu model regresi. Model baik adalah model tidak terjadi korelasi antar variabel satu dengan variabel lainnya. Jika nilai uji hasil diatas 10 maka terjadi multikolinieritas pada mode, dan sebaliknya. Berikut ini merupakan hasil uji multikolinieritas:

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat bahwa nilai hasil uji tidak ada yang lebih dari 10 hal ini berarti tidak terjadi multikolinieritas pada model yang akan diteliti.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dari masing – masing variabel penelitian yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas, leverage sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen. Statistik deskriptif memperlihatkan nilai maximum, minimum, mean dan nilai standar deviasi. Berikut ini merupakan hasil statistic deskriptif dari masing masing variabel:

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Keterangan	Managem en	Pertumbuh an	Leverage
-------------------	-----------------------	-------------------------	-----------------

	Laba	Penjualan	
Mean	-0.000383	0.137672	0.528369
Maximum	0.002571	0.864234	0.962330
Minimum	-0.003651	-0.307260	0.239021
Std. Dev.	0.001927	0.380969	0.254320
Observations	8	8	8
	0	0	0

Pemilihan Model Regresi Spesifikasi Model

Spesifikasi model adalah tahapan pemilihan variabel-variabel yang relevan untuk digunakan dalam penelitian serta membuat hipotesis sesuai teori yang ada. Adapun spesifikasi model persamaan yang digunakan:

$$MLit = \alpha + \beta_1 PPit + \beta_2 DARit + e$$

Keterangan:

MLit = Manajemen Laba

Perusahaan i pada tahun t_a = Koefisien

Konstanta

β_1 = Koefisien regresi

pertumbuhan penjualan PPit =

Pertumbuhan Penjualan i pada tahun t

β_2 = Koefisien regresi Leverage

DARit = Leverage i pada tahun t

Uji Chow

Setelah melakukan regresi dengan common effect model (CEM) dan fixed effect model (FEM), maka dilakukan uji yaitu uji Chow untuk mengetahui model yang paling tepat untuk menganalisis penelitian ini. Berikut ini adalah hasil uji Chow:

Tabel 3
Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.541901	(19,57)	0.0049
Cross-section Chi-square	33.178671	19	0.0229

Sumber : Data hasil olahan Eviews 10

Pada table 3 dapat dilihat hasil dari uji Chow pada kolom Cross-section Chi Square menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.0229 yang artinya lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0.05 atau dengan kata lain H0 ditolak atau Fixed Effect Model yang digunakan sehingga analisis dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Uji Hausman

Langkah berikutnya adalah melakukan uji Hausman dengan menggunakan hasil regresi dengan random effect model. Berikut ini merupakan hasil dari uji Hausman.

Tab
el 4

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	5.281433	3	0.00023

Sumber : Data hasil olahan Eviews 10

Pada tabel 4 dapat dilihat hasil uji Hausman pada pada kolom Cross-section Chi Square menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.00023 yang artinya lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0.05 atau dengan kata lain H0 ditolak atau Fixed Effect Model yang digunakan sehingga analisis selesai pada tahap ini. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan pendekatan Fixed effect yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini.

Hasil Pemilihan Model

Berdasarkan hasil estimasi data panel yang telah dilakukan maka selanjutnya adalah menentukan hasil pemilihan model yang tepat.

Pemilihan model regresi data panel ini dapat dilakukan dengan tiga uji, yakni uji chow, uji hausman dan uji lagrange multiplier. Dari ketiga uji pemelihan model tersebut maka dapat disimpulkan estimasi regresi yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 5

Kesimpulan Pemilihan Model

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji <i>Chow</i>	<i>Common Effect vs Fixed Effect</i>	<i>Fixed Effect</i>
2	Uji <i>Hausam</i>	<i>Random Effect vs Fixed Effect</i>	<i>Fixed Effect</i>
Hasil Uji			<i>Fixed Effect</i>

Nilai probabilitas Cross-section Chi-square pada uji Chow sebesar $0.0229 < 0.05$ maka hasil uji yang terpilih adalah Fixed Effect Model. Pada uji Hausman nilai probabilitas menunjukkan $0.00023 < 0.05$ yang artinya model yang tepat sebagai analisis dari penelitian ini adalah Fixed Effect Model.

Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel bertujuan untuk menguji seberapa berpengaruh variabel independent yang terdiri dari pertumbuhan penjualan, profitabilitas, leverage terhadap variabel dependen yaitu manajemen laba dan menggunakan beberapa sampel perusahaan sektor pertambangan yang *listed* di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu tertentu. Dengan menggunakan hasil analisis regresi Fixed Effect Model untuk menganalisis Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R²). Dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6

Analisis Regresi Data Panel

Variabel Dependen	Variabel Independen	Koefisien	t-Statistik	Sig .
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
MJ (Manajemen Laba)	C	0.00715	2.32721	0.0235
	Pertumbuhan Penjualan	-0.00273	-4.91208	0.0000
	<i>Leverage</i>	-0.01356	-2.31918	0.0240

R ²	0.527220	Adj R ²	0.344743
F-statistic	2.889244	Prob (F-statistic)	0,000685

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji signifikansi parsial (uji t) dilakukan mengetahui seberapa jauh tiap- tiap variabel atau secara parsial variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut inimerupakan hasil uji parsial:

Tabel 7

Hasil Signifikansi Paramter Individual (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan		
					B	Std. Error
1	(Constant)	0.00715	0,00307	2.32721	0.0235	
	Pertumbuhan Penjualan	-0.00273	0,00055	-4.91208	0.0000	H1 Diterima
	Leverage	-0.01356	0,00585	-2.31918	0.0240	H3 Diterima

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefesien regresi PP (Pertumbuhan Penjualan) sebesar -0,00273, ROA (Profitabilitas) sebesar 0,00014, dan koefesien DAR (Leverage) sebesar -0,01356 dan nilai konstanta sebesar 0,00715. Berdasarkan angka-angka tersebut, maka dapat disusun model regresi:

$$ML_{it} = 0,00715 + (-0,00273 PP_{it}) + (-0.01356 DAR_{it}) + e$$

Dari model yang ada maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Variabel pertumbuhan penjualan (X1) terhadap manajemen laba (Y) memiliki nilai koefesien sebesar -0.002734 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.0000 < 0.05 yang artinya bahwa variabel pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel manajemen laba.

- b. Variabel leverage (X2) terhadap manajemen laba (Y) memiliki nilai koefisien sebesar - 0.013567 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.0240 < 0.50$ yang artinya variabel leverage secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel manajemen laba.

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan F atau Omnibus test of model coefficients pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui semua variabel independen yang digunakan pada model memiliki pengaruh secara bersama – sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4 atas hasil model hitung regresi data panel Fixed Effect Model (FEM) diperoleh F-hitung sebesar 2.889244 dan nilai signifikansi sebesar 0.000685 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000685 < 0.05$). Maka dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan dan leverage secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berdasarkan pada tabel 4 hasil uji regresi data panel menggunakan model estimasi Fixed Effect Model (FEM) diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted R squared adalah sebesar 0.344743 yang menjelaskan bahwa varian pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan leverage sebesar 34.47% dan sisanya sebesar $(1-0.344743)$ 65.53% dipengaruhi faktor lain dimana tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Pada hipotesis pertama yaitu pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba, dengan hasil regresi data panel menggunakan metode Fixed Effect Model (FEM) menunjukkan bahwasannya variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar $0.0000 < 0.05$ dan nilai koefisien sebesar -0.002734. Hal ini berarti, jika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maka manajemen laba mengalami penurunan dan sebaliknya. Maka hipotesis bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba diterima.

Penelitian bertolak belakang dari penelitian dilakukan Rahmawati & Hakim (2018:05) yang menyatakan hasil variabel pertumbuhan penjualan tidak dapat mendeteksi manajemen laba yang terjadi pada perusahaan, dimana hal ini tidak berpengaruh dengan nilai tinggi atau rendahnya sebuah pertumbuhan penjualan karena sama-sama memiliki motivasi dalam melakukan manajemen laba hal ini dikarenakan trend yang terjadi pada saat periode tertentu.

Keadaan ini bersinggungan dengan teori yang ada yaitu Political Plan Hypothesis dimana manajer memiliki akses untuk mempercantik laporan keuangan untuk menghindari regulasi pemerintah yaitu berupa penghindaran pajak. Sesuai dengan fenomena yang ada dimana banyaknya perusahaan sektor pertambangan yang banyak melakukan operasional perusahaan namun mangkir dalam kewajiban perpajakannya. Teori ini juga sesuai dengan motivasi melakukan manajemen laba yaitu Bonus Plan Hypothesis yang mana manajerial melakukan agar kinerja manajemen tbaik dimana stakeholder dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatan bonus manajer dalam melakukan strategi bisnis yang sudah tercapai.

Penelitian ini konsisten yang dilakukan Anindya & Yuyetta, (2020:08), Zakia et al., (2019:35), Turot, (2019: 26) dan Astari & Suryanawa, (2017:315) yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Dengan menurunkan nilai penjualan seorang manajer termotivasi untuk menghindari kewajibannya untuk membayar utang pajak perusahaan terhadap negara seiring dengan trend di periode tertentu. Namun dalam beberapa kasus seorang manajer juga termotivasi menaikkan nilai penjualan agar pertumbuhan penjualan setiap periode terlihat bagus dan stabil agar memudahkan manajer untuk mendapatkan bonus serta menarik perhatian para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang dikelolanya.

Pengaruh rasio Leverage terhadap *earnings management*

Hipotesis ketiga yaitu pengaruh leverage terhadap manajemen laba dengan hasil regresi data panel adalah sebesar 0.0240 lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05 atau $0.0240 < 0.05$ yang mengartikan bahwasannya variabel leverage berpengaruh terhadap manajemen laba. Dengan nilai koefisien -0.013567 yang artinya bahwa setiap peningkatan rasio leverage maka terjadi penurunan tindakan manajemen laba dan sebaliknya. Maka hipotesis diterima bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap *earnings management*.

Hasil ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Suryanawa (2019:75), Febria (2020:74) dan Hanisa & Rahmi (2021:323) yang menunjukkan pada hasil penelitiannya bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan jika rasio leverage yang tinggi maka kreditur akan melakukan pengawasan yang ketat terhadap perusahaan sehingga perusahaan akan sulit memanipulasi laporan keuangan atau melakukan manajemen laba. Perusahaan tidak dapat terhindar dari kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang yang harus dipenuhi.

Tidak berpengaruh rasio leverage tidak mendorong perusahaan dalam melakukan tindakan manajemen laba hal ini t bisa terjadi karena

perusahaan memiliki tata kelola yang baik atau good corporate governance sehingga perusahaan berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku dengan tetap memerhatikan kepentingan para stakeholders sehingga menjadi nilai tambah untuk perusahaan.

Teori terkait leverage menurut Kasmir (2014) yang dijelaskan dalam penelitian Hanisa & Rahmi (2021:323) jika nilai rasio leverage lebih tinggi dibanding nilai asset yang dimiliki oleh perusahaan itu berarti perusahaan sedang dalam keadaan bahaya dikarenakan operasional perusahaan didanai oleh utang (modal pinjaman) dan perusahaan dalam masalah dalam pembiayaan utang jangka pendek maupun jangka panjangnya. Maka itu perusahaan menggunakan manajemen laba sebagai jalan keluar untuk melanggar perjanjian utang.

Penelitian senada dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yanti & Setiawan (2019:724) dan Agustia et al., (2018:71) Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa tingginya leverage suatu perusahaan yang ditandai dengan tingginya tingkat hutang mengakibatkan pihak manajemen menjadi lebih sulit untuk memprediksi masa depan perusahaan. Kreditor akan melakukan pengawasan yang lebih ketat ketika perusahaan memiliki hutang yang tinggi. Hal tersebut mengakibatkan berkurangnya fleksibilitas manajemen untuk melakukan manajemen laba. Dengan demikian semakin tinggi leverage maka manajemen laba dilakukan pihak manajemen akan semakin rendah. Begitupun sebaliknya, ketika leverage rendah maka manajemen laba yang dilakukan akan semakin tinggi.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Manajemen Laba

Hipotesis terakhir pada penelitian adalah pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan leverage terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang listed di BEI untuk periode 2017 – 2020, dapat dilihat pada hasil uji secara simultan atau Uji F pada table 4.11 yang menunjukkan hasil probabilitas lebih kecil dari 0.05 yang dapat ditarik kesimpulan semua variabel independent secara bersama – sama atau secara simultan berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.000685. Manajemen laba dilakukan agar manajer perusahaan dapat mengelabui para pemegang saham sehingga informasi yang disampaikan pada laporan keuangan tidak valid karena manajer perusahaan telah merubah sedikit atau banyak informasi yang akurat dalam laporan keuangan.

Tindakan perusahaan dalam mempertahankan pertumbuhan penjualan perusahaan bertujuan agar para investor tidak merasa ragu dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan, maka itu perusahaan termotivasi melakukan manajemen laba agar kondisi perusahaan terlihat

stabil dimata para investor (Hanisa & Rahmi, 2021:323).

Sedangkan rasio leverage memiliki hubungan dengan manajemen laba dalam upaya penghindaran perjanjian utang yakni dengan melakukan manajemen laba dan juga berfungsi agar memudahkan mendapatkan tambahan dana dari kreditur sehingga manajer melakukan manajemen laba supaya terlepas dari sulitnya mendapatkan tambahan modal untuk operasional perusahaan (Dewi & Suryanawa, 2019:76).

KESIMPULAN

1. Variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan nilai koefisien negatif. Hal ini dapat diartikan jika pertumbuhan penjualan mengalami penurunan maka manajemen laba akan mengalami peningkatan, namun jika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maka manajemen laba juga mengalami penurunan.
2. Variabel rasio leverage memiliki pengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai koefisien negatif terhadap manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa jika leverage mengalami penurunan maka manajemen laba mengalami peningkatan dan sebaliknya jika leverage mengalami penurunan maka manajemen laba mengalami peningkatan.
3. Seluruh variabel independen yaitu *sales growth* dan *leverage* secara simultan atau bersama sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yakni manajemen laba. Hal ini mengartikan bahwa tinggi rendahnya ketiga variabel tersebut mendorong serta memberikan kontribusi bagi manajemen dalam melakukan manajemen laba.

DAFTAR REFRENSI

- Agustia, P, & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 10(1), 71–82. <https://doi.org/10.17509/jaset.v10i1.12571>
- Al-Rassas, A. H., & Kamardin, H. (2015). *Directors Independence, Internal Audit Function, Ownership Concentration and Earnings Quality in Malaysia*. *Asian Social Science*, 11(15), 244–256. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n15p244>
- Anindya, W., & Yuyetta, E. N. A. (2020). Pengaruh *Leverage, Sales Growth*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9(3), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Artawan, I, Putra, I, & Ernawatiningsih, N. (2020). Pengaruh *Return on Equity, Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Praktik Perataan Laba. *Jurnal Kharisma*, 2(1), 101-112.
- Astari, A. A. M. R., & Suryanawa, I. K. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 290–319.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: Rajawali Pers.
- Dewi. M., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh *Leverage, Bonus Plan*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas pada Praktik Perataan Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26, 58. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p03>
- Ernayani, R., Herianingrum, S., Widiastuti, T., Harianto, R., & Zainal, M. (2020). *Factors Influencing Income Smoothing Practice in the Oil and Natural Gas Mining Companies During 2012-2016 Period*. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(1), 359–365. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8146>
- Fan, H., & Song, X. (2017). *Earnings management of Chinese central state- owned enterprises –the effects of state level incentives*. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 1625, 0. <https://doi.org/10.1080/16081625.2017.1386576>
- Fathihani, F., & Nasution, I. H. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Ukuran

- Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 46-55. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.29>
- Febria, D. (2020). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(2), 65-77. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i2.568>
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25 Semarang : Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanisa, F., & Rahmi, E. (2021). Pengaruh *Financial Leverage* , Kualitas Audit dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi*, 4(2), 317–326.
- Hapsoro, D., & Annisa, A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Audit, *Leverage*, Dan *Growth* Terhadap Praktik Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 99–110. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i2.272>
- Hasty, A. D., & Herawaty, V. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Leverage, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 17(1), 1–16. <https://doi.org/10.25105/mraai.v17i1.2023>
- Hertika, D. P., Mawardi, M. C., & Anwar, S. A. (2020). Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Sektor Industri, Profitabilitas, dan *Financial Leverage* Terhadap Praktik Perataan Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2015- 2018. *E-JRA*, 09(05), 143–153.
- Hidayat, W. W. (2018). Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia. <https://doi.org/10.1016/j.nrleng.2011.09.004>
- Irawan, S., & Apriwenni, P. (2021). Pengaruh *Free Cash Flow*, *Financial Distress*, Dan *Investment Opportunity Set* Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1), 24–37. <https://doi.org/10.30813/jab.v14i1.2458>
- Isnaini, D., Amboningtyas, D., & Seputra, A. (2021). Pengaruh Arus Kas, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi, *Journal of Management*, 1–11.

<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1744>

- Istianingsih, (2017). Deteksi Manajemen Laba Melalui Discretionary Revenue Dan Aktifitas Riil: Implikasi Penerapan *Good Corporate Governance*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1125–1142. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4666>
- Karina, R., & Sufiana, (2020). Pengaruh Efektivitas Komite Audit, Kualitas Audit Dan Efektivitas Dewan Direksi Terhadap Manajemen Laba. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 42–59. <https://doi.org/10.30871/jama.v4i1.1925>
- Kasmiarno, K. S., & Mintaroem, K. (2016). Analisis Pengaruh Indikator Ekonomi dan Kinerja Perbankan Syariah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2008-2014. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 3(10), 816–828. <https://doi.org/10.20473/vol4iss20171pp14-25>
- Kasmir. (2016). Pengantar Manajemen Keuangan: Edisi Kedua. Kencana Prenada Media Group. Kliestik, T., Belas, J., Valaskova, K., Nica, E. &
- Durana, P., (2020). *Earnings Management in V4 Countries: The Evidence Of Earnings Smoothing And Inflating. Economic Research - Ekonomiska Istraživanja*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1831944>
- Lestari, K. C., & Wulandari, S. O. (2019). Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Bank Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 20–35. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa/article/view/7878>
- Lyu, C., Yuen, D. C. Y., & Zhang, X. (2017). *Individualist-collectivist culture, ownership concentration and earnings quality. Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 24(1–2), 1–2. <https://doi.org/10.1080/16081625.2015.1129281>
- Mahawyahrti, P., & Budiasih, I. (2016). Asimetri Informasi, Leverage, dan Ukuran Perusahaan pada Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.24843/jiab.2016.v11.i02.p0>
- Mardianto (2020). Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan BEI Tahun 2014-2018. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(2), 222–232.

<https://doi.org/10.30871/jaat.v5i2.2305>

- Medyawati, H., & Dayanti, A. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba: Analisis Data Panel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(3), 142-152. <https://doi.org/10.35760/eb>.
- Marissa, P. Susi, A. & Utami, V.J, (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba Dengan Leverage Dan Growth Sebagai Variabel Control Pada Indusrti Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 3(2), 226–236.
- Nguyen, A. H., & Duong, C. T. (2020). *Provincial Governance Quality and Earnings Management : Empirical Evidence from Vietnam*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 43–52. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.43>
- Ningsih, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Keuangan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(3), 380-388.
- Oktaviasari, T., Miqdad, M., & Effendi, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Perataan Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 81–87.
- Prastowo, Y. (2019). Kasus Garuda dan Misteri Akuntansi. Diakses pada tanggal 21 Juli 2021, <https://money.kompas.com/read/2019/07/18/152000526/kasus-garuda-dan-misteri-akuntansi?page=all>
- Purnama, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.25134/jrka.v3i1.676>
- Rahmawati, N., & Hakim, M. Z. (2018). Pengaruh Deferred Tax Expense, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba dengan Discretionary Revenue pada Sektor Aneka Industri di BEI periode 2014 – 2016. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi*, 1(1), 1–6. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/985/802>
- Subramanyam, K. . dan J. J. W. (2010). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Salemba Empat Sugiyono. (2017). Metode Penelitian

Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta (IKAPI)

Sundari, M, & Hariyanti, D. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Produktivitas*, 8, 29-37. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5210>

Sulistiyanto, S. H. (2012). *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris* (P. Eneste & M. A. Listyandari (eds.); II). Jakarta: PT. Gramedia

Suyono, E. (2017). *Bebagai Model Pengukuran Earnings Management : Mana Yang Paling Akurat. Sustainable Competitive Advantage-7 (Sca-7) Feb Unsoed, 7(Universitas JenderalSoedirman).*

Tang, S., & Fiorentina. (2021). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Perusahaan Dan Management Entrenchment Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 10(2), 121-139.

Turot, M. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen, Corporate Governance, Free Cash Flow, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akrab Juara* 4(4), 19-27.

Wanri, H. D., & Erinos, N. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis dan *Financial Leverage* Terhadap Manajemen Laba Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2019). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(1), 203-217.

Wardani, D. K., & Isbela, P. D. (2017). Pengaruh strategi bisnis dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 13(2), 91-106.

Wijayanti, D. E., & Triani, N. N. A. (2020). Pengaruh *Leverage* , Pertumbuhan Perusahaan, *AuditTenure* dan Opini Audit Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *AKUNESA: Jurnal AkuntansiUnesa*, 8(3), 2-9.

Winarta, S., Natalia, I., & Sulistiawan, D. (2021). *Manajemen Laba, Tata Kelola, Dan Nilai Perusahaan.* *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 1(23), 133-144.

Yanti, N., & Setiawan, P. E. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leveragedan Profitabilitas pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(1), 708–736. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p26>