

## PENGARUH *LEVERAGE*, *SALES GROWTH*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA

Wina Anindya, Etna Nur Afri Yuyetta<sup>1</sup>

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to examine the effect of leverage, sales growth, company size and profitability on earnings management. The population in this research is all the companies in the manufacturing sector on the Indonesia Stock Exchange during period 2016 to 2018. This research use the sampling data of 41 firms. The sampling is based on the method of purposive sampling. The research is a quantitative research using classic assumption test and multiple linear regressions analysis.*

*The result of this research shows that proportion of leverage, size, and profitability have no significant effect on earning management. While sales growth has a significant positive effect on earning management.*

*Keywords: earning management, leverage, sales growth, size, and profitability.*

### PENDAHULUAN

Manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk memengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Menurut Fahmi (2011), laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk memberikan informasi keuangan dan dijadikan sebagai representasi kinerja keuangan perusahaan untuk pengambilan keputusan oleh pemakainya yaitu pemangku kepentingan perusahaan. Dalam laporan keuangan, informasi laba menjadi bagian yang penting. Laba dapat digunakan sebagai indikator yang digunakan untuk menaksir kinerja manajemen. Informasi laba sering menjadi target manipulasi tindakan oportunitis manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya. Tindakan oportunitis tersebut dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur, dinaikkan maupun diturunkan sesuai dengan keinginan perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi manajemen laba yaitu tingkat *leverage*, *sales growth*, ukuran suatu perusahaan dan profitabilitas.

Salah satu penyebab manajemen laba adalah *leverage*. Dengan adanya *leverage* hal itu dapat menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang. *Leverage* diukur dengan cara perbandingan total hutang dengan total aset. Salah satu sumber alternatif dana perusahaan selain menjual saham di pasar modal adalah melalui sumber dana eksternal dalam bentuk hutang. Perusahaan akan berusaha untuk memenuhi perjanjian utang untuk mendapatkan penilaian yang baik dari kreditor. Motivasi perusahaan untuk membuat manajemen laba adalah untuk memenuhi kebutuhan pendanaan eksternal dan memenuhi perjanjian utang (Dechow et al., 1995). Selain *leverage*, faktor lain yang mempengaruhi praktik manajemen laba adalah *sales growth*. Variabel ini digunakan dalam model penelitian untuk mengetahui kasus perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang sangat tinggi akan menghasilkan asimetri informasi. Kondisi ini dapat menyebabkan peningkatan dalam manajemen laba. Kemudian, ukuran perusahaan mempengaruhi kecenderungan perusahaan dalam manajemen laba dan perusahaan kecil lebih mampu menyimpan informasi rahasia perusahaan daripada perusahaan besar (Lee & Choi, 2002). Penelitian lain telah menemukan bukti bahwa perusahaan besar memiliki motivasi yang lebih rendah perusahaan kecil (Albreth & Richardson, 1990). Hal ini disebabkan oleh investor dan pemerintah yang merasa lebih mudah untuk meneliti perusahaan besar (Siregar & Utama, 2008). Sebaliknya, hasil penelitian lain membuktikan bahwa perusahaan besar memiliki motivasi yang lebih besar dalam praktik manajemen laba (Moses, 1987).

---

<sup>1</sup> Corresponding author

Profitabilitas memberikan gambaran untuk perusahaan tentang pengelolaan aset yang berfungsi untuk menghasilkan suatu laba sampai dengan satu periode waktu tertentu. Bertambah tinggi nya nilai profitabilitas maka bertambah pula kapabilitas perusahaan dalam mendapatkan laba (Yusrilandri,2016). Dengan demikian , profitabilitas dan manajemen laba akan saling berkaitan pada saat sebuah perusahaan mendapatkan profitabilitas dalam waktu tertentu melakukan manajemen laba dengan cara menaikkan pendapatan sehingga berdampak bagi investor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh *leverage* , *sales growth*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

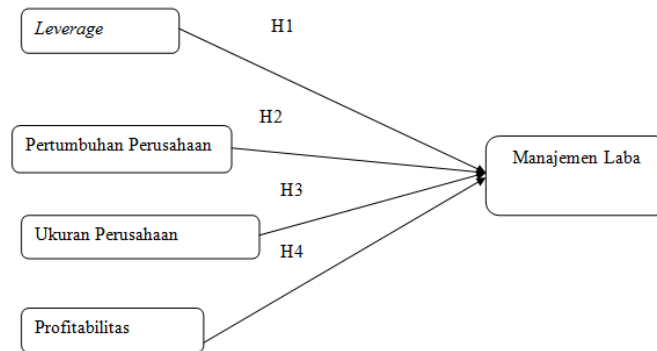
## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Manajemen laba tidak dapat terlepas dari teori agensi (*Agency Theory*). Masalah penting dalam sistem pengawasan adalah masalah agensi ( Jensen & Meckling,1976). Pemisahan kepemilikan antara prinsipal dan manajemen perusahaan oleh agen dapat menyebabkan konflik keagenan. Konsep teori agensi adalah hubungan antara prinsipal dengan agen. Pemegang saham (*principal*) menyerahkan tugas dan tanggung jawab operasional kepada manajer (*agent*) dan manajer diharapkan dapat melaksanakan tanggung jawab tersebut secara maksimal supaya didapatkan hasil berupa optimalnya tingkat laba. Perusahaan yang memiliki modal terdiri dari saham, pemegang saham bertindak sebagai pelaku, dan CEO sebagai agen. Teori agensi mengasumsikan bahwa setiap individu termotivasi untuk memenuhi kepentingan masing-masing, sehingga menyebabkan konflik antara prinsipal dan agen perusahaan. Prinsipal termotivasi untuk menyejahterakan kepentingan pribadi dengan meningkatkan keuntungan. Agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologis, seperti memperoleh investasi, pinjaman dan kontrak ( Anthony & Govindarajan, 2006). Hubungan antara prinsipal dengan agen sering kali ditentukan oleh angka akuntansi. Hal ini mendorong agen untuk mengelola angka agar sesuai dengan tujuan prinsipal dan masih mendapatkan keuntungan. Salah satu bentuk tindakan keagenan adalah manajemen laba (Watts & Zimmerman, 1986). Penggunaan hutang dalam manajemen laba perusahaan juga menyebabkan terjadinya *agency cost*. Biaya agensi merupakan biaya yang timbul karena konflik kepentingan antara manajemen, *shareholders*, dan *debtholders* (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Owolabi dan Inyang, 2013). Teori ini menyatakan bahwa manajemen laba yang optimal dapat dicapai dengan meminimalkan biaya yang timbul dari konflik di antara pihak-pihak tersebut. Tarjo (2005) menjelaskan terdapat tiga cara untuk meminimalkan biaya agensi, yaitu dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen, mengurangi *free cash flow* yang dikuasai oleh manajemen, dan dengan meningkatkan *leverage* perusahaan.

Kebebasan manajer menentukan kebijakan dan menyeleksi teknik akuntansi yang digunakan sehingga dapat menimbulkan perilaku oportunistik sehingga dapat mempermudah manajer untuk mencapai tujuannya Motivasi manajer untuk melakukan tindakan oportunitis dapat dikaitkan dengan *Positive Accounting Theory*. Menurut Kabir (2002) berpendapat bahwa teori ini makin meluas menjadi pengetahuan *science* yang berfungsi untuk memaparkan beberapa macam prosedur yang harus dipakai oleh para manajer atau pihak lain dari laporan keuangan. Dengan teori akuntansi positif ini akan membuat manajer bersikap lebih berhati-hati dalam melakukan pengelolaan profitabilitas berupa laba. Dalam teori ini, menjelaskan (*to explain*) artinya memberikan alasan-alasan terhadap praktik manajemen laba melalui efisiensi penegelolaan informasi laba yang dilakukan manajer. Kemudian, memprediksi (*to predict*) artinya mengamati dan memprediksi kondisi kapan manajer akan melakukan praktik manajemen laba melalui efisiensi pengelolaan informasi laba dengan memanfaatkan celah-celah yang ada.

Penelitian ini menguji pengaruh *leverage*, *sales growth*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan pada Gambar 1.

Gambar 1  
Kerangka Pemikiran



### Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi memiliki arti bahwa perusahaan memiliki proporsi jumlah hutang terhadap jumlah aset yang dimiliki, berpotensi untuk melakukan praktik manajemen laba. Perusahaan akan berusaha menghindari dengan cara melakukan manajemen laba melalui berbagai celah akuntansi yang masih dalam koridor Standar Akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba pada periode tersebut. Sejalan dengan hipotesis *debt covenant* dalam teori akuntansi positif yang menjelaskan bahwa dalam *ceteris paribus*, manajer perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih mudah melakukan praktik manajemen laba yaitu dengan memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan *earning* untuk periode mendatang ke periode sekarang ( Indira , 2004 ).

Menurut Alsharairi dan Salama (2011) menyatakan bahwa apabila *debt equity ratio* tinggi maka akan menghalangi manajemen untuk melakukan manajemen laba. Ketika perusahaan menggunakan utang untuk membiayai operasi, maka *debt covenant* akan membatasi pengeluaran yang tidak optimal dan menempatkan perusahaan di bawah pengawasan pemberi pinjaman yang lebih besar. Kreditur akan meminta laporan keuangan yang lebih dapat dipercaya, meningkatkan pengawasan yang lebih ketat dan melakukan tekanan kepada manajer sehingga manajer tidak memiliki kesempatan untuk melakukan manajemen laba. Pengawasan dari pemberi pinjaman eksternal, mengurangi kesempatan untuk dilakukannya manajemen laba (Hutchinson dan Leung, 2007). Saat risiko perusahaan tinggi (yang diukur dengan rasio hutang yang tinggi), maka manajemen berusaha untuk menurunkan risiko bagi kreditur dengan cara menyajikan laporan laba yang relatif lebih stabil, artinya manajer tidak melakukan rekayasa laba. Selain itu terdapat pula penelitian yang mendukung argumen ini yaitu Hutchinson dan Leung (2007) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

### Pengaruh *Sales Growth* terhadap Manajemen Laba

Dalam teori keagenan menjelaskan tentang dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal dan agen. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Ichsan, 2013). Jika prinsipal dan agen memiliki tujuan yang sama maka agen akan mendukung dan melaksanakan semua yang diperintahkan oleh prinsipal. *Sales Growth* adalah sebuah tolok ukur yang menunjukkan persentase tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Peningkatan *Sales Growth* dapat memberi gambaran tentang laba yang mengalami peningkatan pula sehingga terbentuk pola pikir manajer mengenai berbagai cara mengoptimalkan hasil. Manajemen laba yang dilakukan oleh manager tidak lain halnya supaya laba perusahaan bernilai minimum atau tampak lebih rendah dibandingkan dengan laba sesungguhnya (Sulistyo,2008). Ketika dihadapkan oleh masalah mempertahankan tren pendapatan dan tren penjualan, perusahaan dengan *Sales Growth* yang tinggi cenderung termotivasi untuk mempraktikkan manajemen laba. Dalam konteks ini, menyebabkan terdapat konflik keagenan

yang pasti terjadi antara prinsipal dan agen. Gu dkk (2005) dalam penelitiannya menunjukkan, dalam manajemen laba tingkat *Sales Growth* berefek positif. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Sales growth* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba**

Berdasarkan teori agensi, apabila ukuran perusahaan lebih besar, maka biaya keagenan yang dikeluarkan juga lebih besar. Selain itu perusahaan besar juga berpotensi terhadap risiko kebangkrutan apabila perusahaan tidak dikelola dengan baik. Semakin besar perusahaan akan semakin besar pula risiko yang harus dihadapinya, termasuk keuangan, operasional, reputasi, peraturan, dan risiko informasi (KPMG, 2011 dalam Andarini dan Januari, 2010 ). Maka dari itu melalui pengelolaan aset yang diatur oleh manajer akan mengurangi risiko peningkatan biaya keagenan. Dalam pengertian ukuran perusahaan yaitu jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah aset perusahaan tercantum dalam laporan keuangan perusahaan selama akhir periode audit (Agnes,2011). Ukuran perusahaan juga dihitung melalui total penjualannya, jumlah nilai buku pada aset, total aset dan total pekerjaan (Ayuningtias dan Kurnia,2013). Selain itu, Ukuran perusahaan memainkan peran penting dalam hal memanipulasi laba. Baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil cenderung mengelola pendapatan mereka. Menurut Hamdan, Abzakh, dan Al-ataibi (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih kecil cenderung menyajikan laporan keuangan yang lebih terintegrasi. Penelitian yang dilakukan Moses (1997) menunjukkan, ukuran perusahaan yang besar cenderung mempunyai motivasi dalam melakukan manajemen laba , sedangkan ukuran perusahaan yang kecil cenderung punya sedikit motivasi saja dan dapat mengeluarkan biaya politik yang begitu besar. Maka, kecil kemungkinan terjadinya manajemen laba. Biaya politik ini timbul karena terdapat tingginya profitabilitas oleh perusahaan yang berakibat terhadap minat media dan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba**

Dalam Teori keagenan menjelaskan ketidakcocokan kepentingan diantara agen dengan prinsipal sangat berpengaruh pada manajemen laba, hal ini disebabkan oleh pihak-pihak yang ingin mencapai tujuan individu . Profitabilitas adalah persentase pengukuran yang digunakan untuk menilai pendapatan terhadap biaya dan biaya lainnya selama periode waktu tertentu (Almazari, 2014). Metrik numerik profitabilitas disajikan dalam sebuah angka baik laba sebelum dan sesudah pajak, pengambilan modal, penjualan , dan laba per saham. Bukit (2012) menjelaskan bahwa memang profitabilitas menunjukkan norma yang sehat pada perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas untuk perusahaan sendiri maupun untuk pemangku kepentingan lainnya beragam , seperti :

1. Menilai letak pendapatan perusahaan dari periode lalu hingga sekarang
2. Menilai kemajuan keuntungan dalam periode tertentu
3. Mengukur dan menilai laba perusahaan yang diperoleh dalam waktu tertentu
4. Mengakses jumlah laba bersih setelah pajak serta ekuitas perusahaan
5. Untuk mengukur produktivitas semua modal perusahaan, termasuk kewajiban dan aset lancar.

Beberapa penelitian telah meneliti pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba. Menurut Alchibat (2008) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah maka perusahaan tidak akan melakukan manajemen laba. Hal ini disebabkan oleh tingkat profitabilitas yang rendah akan memperkeruh kinerja seorang manajer dimata perusahaan baik sebuah citra bahkan pada pemiliknnya. Dalam teori akuntansi positif menjelaskan mengenai perusahaan yang mendapatkan laba tinggi ditentukan untuk mendapatkan bonus, sehingga manajer bertindak mengontrol laba yang diinformasikan kurang lebih besar sehingga selisih atau lebihnya laba akan bias atau tidak dilaporkan. Laba seringkali disebut sebagai tolok ukur kemampuan perusahaan, dimana saat perusahaan punya keuntungan yang tinggi dapat dikatakan keberlangsungan perusahaan saat itu juga mengalami sistem kinerja yang bagus. Saat mengalami kerugian menjadi titik terbesar bagi manager dalam melangsungkan aktivitas manajemen laba, sehinga dipastikan berdampak pada kemampuan perusahaan yaitu terlihat buruk oleh pemilik perusahaan dan berdampak pula pada citra perusahaan di mata publik. Menurut Husni (2011),

menunjukkan jika profitabilitas berefek positif tentang manajemen laba. Ershad (2008) melakukan penelitian yang menghasilkan data, bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba. Dari uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:  
H6 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba yang diproksikan dengan DA (*Discretionary Accrual*). *Discretionary accrual* (DA) digunakan sebagai indikator praktik manajemen laba karena menekankan kebijakan manajer dalam memilih dan menerapkan prinsip akuntansi untuk mencapai hasil akhir (Bernstein & Wild, 1998). Pengukuran variabel ini menggunakan model jones yang dimodifikasi.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *leverage*, *sales growth*, ukuran perusahaan dan profitabilitas. *Leverage* dihitung dengan menggunakan *Debt Ratio* (DR) dengan cara membandingkan jumlah utang dengan jumlah aset. *Sales Growth* dapat dihitung dengan membandingkan antara jumlah penjualan tahun sekarang dikurangi dengan jumlah penjualan t-1 dibagi penjualan t-1 (Agus S, 2002). Ukuran perusahaan dihitung dengan cara menjumlahkan aset. *Ln* atau *natural log* dari total aset merupakan proksi dari ukuran perusahaan. Kemudian, profitabilitas dihitung dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA) yaitu membandingkan laba bersih setelah bunga dan pajak dengan total aset.

### Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 3 tahun yang dimulai dari tahun 2016 hingga tahun 2018. Peneliti ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk menentukan sampel yang akan digunakan.

**Tabel 1**  
**Data Hasil Pemilihan Sampel**

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	167
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar atau IPO sebelum periode 2016-2018	(11)
3.	Perusahaan manufaktur yang memiliki informasi kurang lengkap mengenai manajemen laba, <i>leverage</i> , <i>sales growth</i> , ukuran perusahaan dan profitabilitas	(43)
4.	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian	(43)
5.	Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang asing	(29)
6.	Perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel	41

### Metode Analisis Data

Seluruh hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan regresi linear berganda. Persamaan untuk regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$DA = 1.359248 - 0.006475 (SIZE) - 0.415037 (LEV) + 0.024866 (ROA) - 1.899312 (SG)$$

Keterangan:

- DA = Manajemen Laba
- SIZE = Ukuran Perusahaan
- LEV = *Leverage*
- ROA = Profitabilitas
- SG = *Sales Growth*

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 2  
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Jumlah Data	Nilai Minimal	Nilai Maksimal	Rata-rata	Deviasi Standar
LEV	123	,08	,84	,4113	,19183
SG	123	-,23	,86	,0933	,14999
SIZE	123	6,91	21,24	13,460	2,47227
ROA	123	,00	,53	,0853	,10172
DA	123	-9,74	2,09	,9263	,97584
Valid N (listwise)	123				

Sumber: Output Eviews, data sekunder yang diolah 2020

Keterangan:

- LEV = *Leverage*
- SG = *Sales Growth*
- SIZE = Ukuran Perusahaan
- ROA = Profitabilitas
- DA = Manajemen Laba

Variabel *leverage* diukur dengan membagi jumlah utang dibagi dengan jumlah aktiva (DER). Tinggi nya persentase DER berarti jumlah utang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan ekuitas dan kapabilitas dalam melakukan pembayaran utang tergantung modal yang dimiliki. Sebaliknya, rendahnya persentase DER mengartikan nilai utang akan lebih rendah apabila dibandingkan ekuitas dan kapabilitas dalam melakukan pembayaran utang sesuai dengan modal yang dimiliki. *Leverage* memiliki angka minimum sebesar 0,08 dan maksimum di angka 0,84. Kemudian, *mean* atau nilai rata-rata yaitu 0,41 artinya bahwa setiap Rp1 utang perusahaan dapat ditanggung oleh Rp 0,41 aset perusahaan. dan nilai standar deviasi sebesar 0,19. Nilai deviasi standar menunjukkan besarnya nilai penyimpangan untuk variabel *leverage* dikarenakan terjadinya heterogenitas dalam data. Perusahaan yang memiliki nilai *leverage* terendah adalah PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2016. Perusahaan yang memiliki nilai *leverage* tertinggi adalah PT Industri Indai Aluminium Tbk.

Selanjutnya, variabel ukuran perusahaan. Nilai ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai minimum sebesar 6,9 , nilai maksimum sebesar 21,2 dengan nilai rata-rata sebesar 13,4 dan deviasi standar sebesar 2,47. Nilai deviasi standar menunjukkan besarnya nilai penyimpangan untuk variabel ukuran perusahaan dikarenakan terjadinya heterogenitas dalam data. Di dalam hasil penelitian, menentukan apakah perusahaan masuk kedalam perusahaan dengan total aktiva besar atau total aktiva kecil dengan melihat nilai median. Nilai median diperoleh dari nilai minimum ditambah nilai maksimum yaitu sebesar 14,05. Hasil penelitian menyatakan bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada nilai median senilai  $13,4 < 14,05$  yang berarti masuk kedalam kategori perusahaan dengan total aktiva yang kecil. Perusahaan yang dengan kategori berukuran kecil adalah PT Sukabumi Tbk tahun 2016, dan perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan tertinggi adalah PT Sucacco Tbk tahun 2018.

Variabel profitabilitas menghasilkan ROA yakni *minimum value* senilai 0,00 dan *maximum value* senilai 0,53. Rerata ROA yang dimiliki 123 senilai 0,0853. Artinya, setiap Rp 1 aset perusahaan dapat memproduksi Rp 0.0853 laba. Nilai deviasi standar ROA adalah sebesar 0,101 (diatas rata-rata), artinya ROA memiliki tingkat variasi data yang tinggi. Nilai ROA yang meningkat artinya kapabilitas perusahaan menghasilkan laba mengalami kenaikan. Sebaliknya mengecilnya nilai ROA artinya kapabilitas perusahaan menghasilkan laba merendah. Perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang rendah adalah PT Asahimas Flat Glass Tbk tahun 2018, dan perusahaan dengan nilai profitabilitas tertinggi adalah PT Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2017. Selanjutnya, analisis hasil perhitungan variabel *sales growth*. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *sales growth* memiliki nilai minimum -0,23 , nilai maksimum 0,86 , nilai rata-rata (mean) 0,93 artinya bahwa setiap peningkatan Rp 1 penjualan dapat meningkatkan laba sejumlah Rp 0,93. dan deviasi standar sebesar 0,14. Nilai deviasi standar menunjukkan besarnya nilai penyimpangan untuk variabel *sales growth* dikarenakan terjadinya heterogenitas dalam data. Perusahaan yang memiliki nilai *sales growth* yang rendah adalah PT Indal Aluminium Tbk tahun

2018, dan perusahaan dengan nilai *sales growth* tertinggi adalah PT Alakasa Industrindo Tbk tahun 2018.

Variabel dependen berupa manajemen laba memiliki nilai minimum sebesar -9,74 , nilai maksimum 2,09, nilai rata-rata sebesar 0,92 yang artinya bahwa terdapat peningkatan *discretionary accrual* yang bersifat menaikkan laba dan nilai deviasi standar sebesar 0,97. Nilai deviasi standar menunjukkan besarnya nilai penyimpangan untuk variabel manajemen laba dikarenakan terjadinya keheterogenan dalam data. Perusahaan yang memiliki nilai manajemen laba terendah dan tertinggi adalah PT Alaka Industri tahun 2016 dan 2017.

**Tabel 3**

Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	
Adjusted R Square	Kesimpulan
,102= 10,2%	Variabel bebas mempengaruhi variabel terikat sebesar 10,2%

Sumber : Output Eviews, data sekunder yang diolah 2020

Dari **Tabel 3** diperoleh angka R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0.102172 atau 10,2%. Hal ini menjelaskan presentase jumlah pengaruh *leverage*, *sales growth*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba sebesar 10,2%. Oleh karena itu, manajemen laba dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *leverage*, *sales growth*, ukuran perusahaan dan profitabilitas sebesar 10,2%, kemudian hasil sisanya sebesar 89,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Tabel 4**

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)			
Model	Sig.	Syarat Signifikansi	Kesimpulan
Regression	,012168	<0,05	Variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Sumber : Output Eviews, data sekunder yang diolah 2020

Berdasarkan perhitungan dengan uji F telah diperoleh nilai F yaitu 3,357061 dengan nilai signifikansi 0,012168. Nilai signifikansi sebesar 0,012168 < 0,05 memiliki arti bahwa variabel bebas dalam penelitian secara serentak memberikan pengaruh kepada manajemen laba yaitu sebagai variabel terikat. Dengan demikian, inferensi yang diambil adalah menerima hipotesis penelitian.

**Tabel 5**

Uji Signifikansi Parameter Individual			
Variabel Bebas	Sig.	Syarat Signifikansi	Kesimpulan
LEV	,4166	<0,05	LEV tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
SG	,0042	<0,05	SG berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
SIZE	,8693	<0,05	SIZE tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
ROA	,9791	<0,05	ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba

Sumber : Output Eviews, data sekunder yang diolah 2020

Tabel 5 merupakan hasil dari pengujian t dengan kesimpulan masing-masing hipotesis dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis yang pertama mengenai pengaruh *leverage* manajemen laba menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,4166. Nominal signifikansi tersebut lebih tinggi dari 5% atau 0,05. Kesimpulannya adalah *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Dengan demikian Hipotesis ke-1 diterima.
2. Hasil dari uji hipotesis ke-2 mengenai pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,0042 yang berarti nilai signifikansi tersebut lebih rendah dari 5% atau 0,05. Kesimpulan yang diperoleh adalah *sales growth* memberikan pengaruh positif terhadap manajemen laba. Dengan demikian Hipotesis ke-2 diterima.
3. Pengujian hipotesis ke-3 mengenai ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,8693. Nilai signifikansi tersebut lebih tinggi dari 5% atau 0,05. Kesimpulannya adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Dengan demikian, Hipotesis ke-3 ditolak.
4. Pengujian hipotesis ke-4 yang menguji pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba memberikan hasil nilai signifikansi sebesar 0,9792. Nilai signifikansi tersebut lebih dari 5% atau 0,05. Hasil pengujian ini berarti bahwa variabel profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap manajemen laba. Maka kesimpulannya adalah Hipotesis ke-4 ditolak.

### **Interpretasi Hasil**

#### **Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba**

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah *leverage* secara negatif mempengaruhi manajemen laba. Pada Tabel 5 telah tertera bahwa hasil penelitian ini mendukung H1, karena variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Astri Linasmia (2016) yang memberikan pernyataan bahwa *leverage* mempengaruhi kinerja keuangan. Ini artinya jika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, maka tindakan manajemen laba yang dilakukan manajer akan tetap atau konstan. Jika dikaitkan dengan statistik deskriptif, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata perusahaan memiliki *leverage* yang aman dalam arti perusahaan mampu membayar hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan, maka manajer tidak tertarik atau tidak termotivasi untuk melakukan praktek manajemen laba. Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak membutuhkan tindakan-tindakan yang akan membantu perusahaan dalam situasi tertentu. Perusahaan berada dalam keadaan yang baik atau aman dan mampu untuk membayar hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan.

#### **Pengaruh *Sales Growth* terhadap Manajemen Laba**

Hipotesis kedua dari penelitian ini menyatakan variabel *sales growth* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hal ini sejalan dengan penelitian Astri Linasmia (2016) bahwa hasil dari penelitiannya variabel *sales growth* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Dapat dilihat dari tabel 5, bahwa nilai signifikansi adalah 0,0042 yaitu  $< 0,05$  artinya ada pengaruh antara *sales growth* terhadap manajemen laba. Tingkat *sales growth* merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh *leverage* (Weston dan Copeland, 2008). Jika penjualan dan laba setiap tahun meningkat, maka pembiayaan dengan utang dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemilik saham. Sehingga manajer terdorong untuk melakukan manajemen laba seiring dengan semakin tingginya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Gu dkk (2005) yang menunjukkan hasil bahwa *sales growth* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba**

Hipotesis ketiga menyimpulkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dalam manajemen laba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui interelasi dari ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Hasil uji statistik yang ditunjukkan pada Tabel 5 menjelaskan ukuran perusahaan secara negatif mempengaruhi manajemen laba, hal ini dapat diperkuat dengan melihat nilai koefisien regresi negatif (-0,1649) serta nilai signifikan 0,8693 lebih besar dari tingkat



signifikan  $\alpha = 0,05$ . Dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai hipotesis ketiga yaitu variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan belum tentu dapat memperkecil kemungkinan terjadinya manajemen laba, karena perusahaan besar lebih banyak memiliki aset dan memungkinkan banyak aset yang tidak dikelola dengan baik sehingga kemungkinan kesalahan dalam mengungkapkan total aset dalam perusahaan. Marrakchi (2001) di Amerika Serikat dengan menggunakan data sampel perusahaan industri tahun 1996 menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan negatif dengan manajemen laba. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pemegang saham dan pihak luar. Veronica dan Siddharta (2005) meneliti di BEI pada periode pengamatan 1995-1996 dan 1999-2002, menemukan ukuran perusahaan berhubungan negatif signifikan dengan manajemen laba.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba**

Hasil pengujian pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi 0.9791 dan lebih besar dari 0,05. Penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh dalam pembatasan manajemen laba. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi tidak akan melakukan manajemen laba. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ary Irsyad (2008) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Semakin tinggi atau rendahnya profitabilitas yang diperoleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini disebabkan semakin tinggi profitabilitas, dividen yang dibagikan semakin kecil. Profitabilitas yang semakin meningkat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan para pemegang saham akan menerima keuntungan yang semakin meningkat. Karena manajer juga mendapatkan keuntungan sehingga dia tidak melakukan tindakan manajemen laba.

## **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) *Leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba; (2) *Sales Growth* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap manajemen laba.

### **Keterbatasan**

Penelitian ini pastinya memiliki kelemahan serta keterbatasan dalam prosesnya, berikut akan dijabarkan keterbatasan penelitian di bawah ini:

1. Pengambilan sampel yang direncanakan mencakup seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016 hingga 2018 yaitu berjumlah 167 perusahaan yang ternyata dalam pelaksanaannya tidak dapat terpenuhi. Peneliti hanya memperoleh sampel sebanyak 41 perusahaan saja selama periode 2016 hingga 2018. Hal ini disebabkan masih banyak perusahaan yang tidak sesuai dengan kriteria sampel penelitian, seperti perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan, perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang asing, perusahaan yang mengalami kerugian dan perusahaan yang dengan data yang kurang lengkap yang berhubungan dengan variabel penelitian.
2. Adanya data *outlier* yang harus dikeluarkan dari data penelitian ketika proses pengolahan data sehingga hal ini mengurangi jumlah data yang digunakan dalam penelitian.
3. Variabel independen dalam penelitian ini hanya memiliki pengaruh atau nilai *R-Square* ( $R^2$ ) sebesar 10,2%, sedangkan sisanya 89,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini yang memiliki pengaruh lebih besar pada manajemen laba.

## Saran

Peneliti akan memberikan beberapa saran yang bisa digunakan oleh peneliti berikutnya atas dasar berbagai keterbatasan serta hasil yang diperoleh yang ada dalam penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut ialah:

1. Peneliti selanjutnya dapat menyertakan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh kepada manajemen laba agar hasil penelitian dapat menjadi lebih baik dan akan dapat menjelaskan variabel-variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini yang mempengaruhi manajemen laba.
2. Peneliti selanjutnya dapat memperluas dan menambahkan jumlah sampel perusahaan misalnya perusahaan swasta agar lebih bervariasi, dan menambahkan kriteria tertentu yang dapat menyaring sampel secara optimal.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggali informasi dan data yang lebih akurat sehingga tahun penelitian menjadi lebih banyak, sehingga dapat menggambarkan hasil penelitian secara maksimal.
4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil pengolahan yang ada sehingga tidak diperlukannya data *outlier*. Apabila terdapat data *outlier* maka beberapa data akan terhapus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsharairi, M., dan Slama, A. (2011). Does high leverage impact earnings management? Evidence from non-cash mergers and acquisitions. *Journal of Financial and Economic Practice*, 17-33.
- Belkaoui, A. Riahi. (2004). *Accounting Theory*. Jakarta: Salemba Empat.
- Berthelot, Sylvie, Denis Cormier, and Michel Magnan. 2003. "Environmental Disclosure Research : Review and Synthesis ENVIRONMENTAL DISCLOSURE RESEARCH : REVIEW AND SYNTHESIS Sylvie Berthelot ; Denis Cormier ; Michel Magnan *Journal of Accounting Literature* ; 2003 ; 22 , ABI / INFORM Global." *Journal of Accounting Literature* 22(October):1-44.
- Ducharme, Larry L., Paul H. Malatesta, and Stephan E. Sefcik. 2001. "Earnings Management: IPO Valuation and Subsequent Performance." *Journal of Accounting, Auditing & Finance* 16(4):369-96.
- Eisenhardt, Kathleen M. (1989). Agency Theory : An Assessment and Review. *Academy of Management Review*. Vol 14, hal 57-74.
- Gunawan, I. Ketut, Nyoman Ari Surya Darmawan, and I. Gusti Ayu Purnamawati. 2015. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba." *Jurnal Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha* 03(1).
- Henny Wira; Muhyarsyah; Eka Nurmala Sari. 2019. "The Impact of CGPI, Company Size and Leverage on Earning Management and Their Implication to Integrity of Financial Statement." *Multi-Disciplinary International Conference University Of Asahan 2019* (1):660-70.
- Hutchinson, M., dan Leung, S. (2007). An investigation of factors influencing the association between top management ownership and earnings management. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, III (2), 130-153.
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, No. 4, h. 305-360.
- Kim. et al. (2003). The Effect of Firm Size an Earning Management.

- Klein, A. (2002). "Audit Committee, Board of Director Characteristics, and Earnings Management". *Journal of Accounting and Economics*. Vol. 33.
- Kothari, S.P., Leone, A.J & Wasley, C.E. (2005). Performance Matched Discretionary Accrual Measures. *Journal of Accounting and Economics*. 39, 163-197.
- Linasmi, Astri. 2016. "The Effect of Company Size on Profit Management." *Journal of Applied Accounting and Taxation* 2(1):61–67.
- Martins, Ardison. et al. (2012). The Effect of *Leverage* on Earning Management in Brazil. *Scientific and Applied Accounting*. Vol. 5. No. 3. 305-324.
- Nuryaman, Nuryaman. 2009. "Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sukarela." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia* 6(1):89–116.
- Setiawati, Lilis, and Ainun Na'im. 2000. "Rekayasa Saat LABA." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 15(4):424–41.
- Trisnawati, Rina, Noviana Puspitasari, and Noer Sasongko. 2016. "Pengaruh Asimetri Informasi , *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Riil Pada Perusahaan Manufaktur." *The 3rd University Research Colloquium* 3(1):93–107.
- Widyaningdyah, Agnes Utari. 2001. Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Earnings Management Pada Perusahaan Go Public di Indonesia, *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, November Vol. 3 No. 2
- Wijaya, Veronika, and Yulius Christiawan. 2014. "Pengaruh Kompensasi Bonus, *Leverage*, Dan Pajak Terhadap Earning Management Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013." *Tax & Accounting Review* 4(1):1–9.
- Wijayanti., OlehInung. 2017. "Correctory Factors With Real Earnings Management." *International Journal of Advanced Research* 5(11):1059–67.
- Yusrilandari, Larinka Putri, Dini Wahjoe Hapsari, and Dewa Putra Krishna Mahardika. 2016. "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajeman Laba." *Jurnal E-Proceeding of Management* 3(3):3159–67.