

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Sales Growth Terhadap Manajemen Laba

Dian Sadewa*, Dani Sopian

Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi, STIE STAN Indonesia Mandiri, Bandung
Jl. Belitung No.7, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat
Email: ^{1,*}sadewadian@gmail.com, ²dani.sopian@stan-im.ac.id
Email Penulis Korespondensi: sadewadian@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan sales growth terhadap manajemen laba. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan di sektor kesehatan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018 sampai tahun 2022. Populasi dari penelitian ini ada 33 perusahaan penelitian ini menggunakan sample data sebanyak 14 perusahaan dalam kurun waktu 5 tahun. Pengambilan sample dilakukan menggunakan purposive sampling Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara simultan (uji-f) menunjukkan bahwa $3,145 > 0,219$ dengan nilai signifikansi 0,996. Nilai signifikansi sebesar $0,883 > 0,05$ memiliki arti bahwa variabel ukuran perusahaan, leverage dan sales growth secara parsial tidak memberikan pengaruh kepada manajemen laba.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan; Leverage; Sales Growth; Manajemen Laba.

Abstract—This research aims to determine the influence of company size, leverage, and sales growth on earnings management. The population in this study consists of all companies in the healthcare sector in the Indonesia Stock Exchange during the period from 2018 to 2022. The population for this study consists of 33 companies. This research uses a sample of 14 companies over a 5-year period. The sampling was done using purposive sampling. This is a quantitative research that employs classic assumption tests and multiple linear regression analysis. The results of this research simultaneously (F-test) show that $3.145 > 0.219$ with a significance value of 0.996. A significance value of $0.883 > 0.05$ means that the variables of company size, leverage, and sales growth collectively do not significantly influence earnings management.

Keywords: Company Size; Leverage; Sales Growth; Earnings Management.

1. PENDAHULUAN

Laporan keuangan mencerminkan kinerja perusahaan dan berisi informasi mengenai laba yang penting bagi perusahaan serta pihak eksternal seperti investor. Informasi laba ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Informasi mengenai laba penting untuk menilai kinerja perusahaan dan tanggung jawab manajemen. Namun, informasi laba tidak selalu akurat karena manajemen sering memanipulasinya untuk kepentingan pribadi, seperti meningkatkan atau menurunkan laba, yang bisa merugikan pemegang saham (Ayu Apriliani Hidayat, 2019)

Ketika manajemen tidak dapat mencapai target laba yang ditetapkan, mereka sering menggunakan fleksibilitas yang diizinkan oleh Standar Akuntansi Keuangan untuk memodifikasi laba yang akan dilaporkan. Manajemen termotivasi untuk menunjukkan kinerja yang baik dan mencapai laba maksimum bagi perusahaan, sehingga mereka cenderung memilih dan menerapkan metode akuntansi yang memberikan informasi laba yang lebih baik. Praktik ini, dikenal sebagai pengendalian hasil atau manajemen laba, sering dilakukan oleh manajer (Rizki, 2021)

Manajemen laba adalah tindakan manajer perusahaan untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan melakukan penyesuaian pada laporan keuangan dimana yang bertujuan agar pemangku kepentingan diberikan informasi yang bukan sebenarnya mengenai kinerja dan kondisi perusahaan.

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 asimetris informasi (Agustia & Suryani, 2018)

Informasi laba merupakan mengetahui sejauh mana kinerja keuangan yang baik dan buruknya yang akan dijadikan dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen pada perusahaan. Informasi laba juga sering menjadi target rekayasa melalui tindakan oportunistik manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya. Adanya kecenderungan disadari manajemen atas informasi laba, hal ini dapat memicu dengan melakukan praktik dan mengolah laba dengan kepentingan pribadinya atau informasi yang tidak semestinya, hal ini dapat dipahami disebut dengan manajemen laba. Pemahaman mengenai laba memerankan peran penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, yang menjadi dasar bagi pengambilan keputusan oleh manajemen. Namun, informasi laba sering kali menjadi target pengaturan laba oleh manajemen yang opportunistik untuk mencapai kepuasan pribadinya. Salah satu penyebab manajemen laba adalah leverage. Leverage menunjukkan sejauh mana aset perusahaan didanai oleh hutang. Untuk mengukur leverage, dilakukan perbandingan antara total hutang dan total aset. Selain menjual saham di pasar modal, perusahaan juga dapat memperoleh dana dari sumber eksternal berupa hutang. Perusahaan akan berupaya memenuhi perjanjian utang agar mendapatkan penilaian positif dari kreditor.

Manajemen laba merupakan sebuah pilihan saat manajemen menggunakan kebijakan akuntansi dalam rangka pencapaian suatu tujuan, manfaat dari manajemen laba adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang kegunaan informasi laba bersih yang ditujukan kepada keperluan investor, kreditor, maupun otoritas pajak. Namun ternyata,

kebanyakan manajer menerapkan manajemen laba hanya untuk kepentingan bisnis serta keuntungan pribadi saja. Banyak perusahaan yang memalsukan laporan keuangan dengan alasan yang beragam untuk menarik perhatian investor, manajemen perusahaan mengupayakan hasil laporan keuangan yang bagus atau terlihat menguntungkan (Winona, 2022).

Manajemen laba timbul akibat dari konflik keagenan (Agency Theory) adalah terjadinya konflik kepentingan antara pihak manajemen perusahaan (agen) dengan pihak pemegang saham (prinsipal). Pihak manajemen termotivasi supaya bisa memaksimalkan kepentingan pribadinya dengan cara memenuhi kebutuhan ekonomi seperti memperoleh investasi, pinjaman ataupun kontrak kompensasi sedangkan pihak pemegang saham termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan tingkat profitabilitas yang selalu meningkat (Syaddyah et al., 2020).

Di Indonesia saat era globalisasi sekarang ini, kegiatan manajemen laba masih menjadi fenomena umum yang terjadi di perusahaan, tindakan ini menyebabkan timbulnya beberapa kasus manajemen laba yang diantaranya berasal dari sektor perusahaan jasa sub sektor transportasi yakni PT. Weha transportasi Indonesia Tbk. (WEHA) tahun 2021 yang mencatat rugi bersih perusahaan Rp 9,62 miliar, perusahaan mampu membalikkan keadaan dengan mencetak laba bersih hingga sebesar Rp 19,92 miliar pada tahun 2022. Hasil positif tersebut didasari oleh peningkatan pendapatan WEHA yang menyentuh 96,32% menjadi Rp 183,43 miliar periode tahun 2022, sedangkan pada tahun sebelumnya pendapatan bersih WEHA hanya menyentuh angka Rp 93,43 miliar. Catatan positif yang dilakukan oleh PT Weha Transportasi Indonesia Tbk dengan naiknya pendapatan perusahaan hampir menyentuh 100% dalam kurun waktu hanya satu tahun dimana pada tahun sebelumnya perusahaan WEHA mengalami kerugian mengindikasikan perusahaan melakukan praktik manajemen laba (Kontan.co.id, 2023). Kasus manajemen laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sejak covid-19 yakni PT Kereta Api Indonesia tahun 2021 telah mengalami kerugian dengan hanya meraih pendapatan sebesar Rp. 7,46 triliun di semester I-2021, hanya naik tipis sebesar 0,67% yaitu Rp. 7,41 triliun pada realisasi semester I-2020. PT KAI juga masih mengalami kerugian bersih yang di antribusikan kepada pemilik entitas induk sejumlah Rp. 454,6 miliar per semester I-2021. Namun jumlah tersebut menyusut 65,90% jika dibandingkan pada rugi bersih pada semester I- 2020 sebesar Rp.1,33 triliun. Vice President Public Relations, Joni Martinus melontarkan pernyataan bahwa KAI masih mengalami kerugian karena belum pulih seiring kebijakan Social Distancing yang diterapkan pemerintah dampak dari pandemi Covid-19. Joni Martinus juga mengatakan masih ada catatan positif KAI selain dari berkurangnya rugi bersih yaitu KAI mampu membukukan EBITDA positif sebesar Rp. 548 miliar pada semester I-2021. Di periode tahun lalu EBITDA KAI menunjukkan level negatif sebesar Rp. 182 miliar (Insight.kontan.co.id, 2021). Tingginya nilai EBITDA hingga mencapai jumlah sebesar 366 miliar dalam kurun waktu hanya satu tahun dan juga pencapaian itu dari catatan negatif menjadi catatan yang positif, mengindikasikan PT KAI melakukan manajemen laba. Terdapat beberapa faktor munculnya manajemen laba diantaranya ukuran perusahaan, leverage, dan sales growth.

Faktor pertama yaitu ukuran perusahaan ukuran merupakan sebuah perbandingan besar atau kecilnya terhadap suatu objek. Jika digabungkan definisi ini dengan perusahaan, dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan merupakan sebuah perbandingan besar atau kecil usaha dari sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai skala klasifikasi besar atau kecilnya perusahaan antara lain dengan total asset, penjualan, nilai pasar saham dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan menunjukkan besar atau kecilnya nilai sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan sangat berpengaruh terhadap terjadinya tindakan manajemen laba karena apabila semakin besar sebuah perusahaan tentu harus bisa memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang saham. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka dana yang dibutuhkan juga menjadi lebih besar dibandingkan dengan ukuran perusahaan yang lebih kecil. Berdasarkan hasil penelitian (Lengga dkk., 2019) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan hasil penelitian (Joe & Ginting, 2022) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018, Hal ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil manajemen perusahaan untuk melakukan pengelolaan laba (Yasa Trisma Eva Komang dkk., 2020).

Faktor kedua leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besaran aktiva yang didanai utang. Rasio leverage mengukur seberapa jauh sebuah perusahaan dibiayai oleh utang, rasio ini juga menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset yang dimilikinya dan apabila rasio leverage dalam perusahaan tinggi yang disebabkan tingkat utang yang tinggi dibandingkan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. Maka, akan menyebabkan turunnya laba yang akan diperoleh perusahaan dan tentunya perusahaan tidak bisa membayar hutang tepat waktu. Untuk itu, pihak manajemen akan berusaha menghindarinya dengan melakukan manajemen laba untuk bisa meningkatkan pendapatan maupun laba. Kesimpulan yang diambil yaitu asimetri informasi, financial distress, leverage, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan perbankan menurut (Sandrya Dewi & Dewi Antari, 2022). Menurut (Mulyono & Opti, 2020) leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan semakin tinggi hutang akan meningkatkan risiko default bagi perusahaan, tetapi manajemen laba tidak bisa dijadikan sebagai mekanisme untuk menghindarkan default tersebut, karena pemenuhan kewajiban hutang tidak dapat dihindarkan dengan manajemen laba. Selain itu, pengawasan dalam perusahaan oleh pihak ketiga yang ketat dapat mengurangi peluang manajemen untuk melakukan manajemen laba.

Faktor ketiga Sales Growth (Pertumbuhan penjualan) diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Eugene F. Brigham, 2011). Bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan tinggi, berarti volume penjualan meningkat, sehingga perlu peningkatan kapasitas produksi. Peningkatan

kapasitas produksi seperti penambahan mesin- mesin baru, akan memerlukan dana yang besar. Untuk itu perusahaan cenderung menggunakan hutang dengan harapan volume produksi meningkat untuk mengimbangi tingkat penjualan yang tinggi. Menurut penelitian (Yeldi puspita dkk, 2023) secara sales growth tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Dan sedangkan Menurut (Ridwan Ananta & Juliana Dillak, 2022) Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa pada variabel sales growth, financial leverage dan Good Corporate Governance secara simultan variabel berpengaruh terhadap manajemen laba.

Penelitian ini bertujuan pembaca supaya dapat lebih mengetahui dan memperoleh pengetahuan serta menambah wawasan apakah Ukuran Perusahaan, Leverage dan Sales Growth secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Selain bagi pihak internal perusahaan dapat memberikan masukan mengenai apakah Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan agar dapat melakukan evaluasi terhadap kegiatan usaha perusahaan agar dapat meningkatkan laba perusahaannya. Bagi pihak investor dan kreditur dalam membuat keputusan investasi dengan mempertimbangkan apakah Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Manajemen laba tidak dapat terlepas dari teori agensi (Agency Theory). Menurut (Supriyono, 2018) Konsep teori keagenan (Agency Theory) yaitu hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana principal memberi wewenang kepada agen mengenai pembuatan keputusan yang terbaik bagi principal dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban termasuk beban pajak dengan melakukan penghindaran pajak. Pemisahan kepemilikan antara pemilik (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen) dapat memicu konflik keagenan. Teori agensi menggambarkan hubungan antara pemilik saham dan manajer perusahaan. Pemegang saham (prinsipal) mendelegasikan tugas dan tanggung jawab operasional kepada manajer (agen), yang diharapkan melaksanakan tanggung jawab tersebut sebaik mungkin untuk mencapai tingkat keuntungan yang optimal. Dalam perusahaan yang modalnya berbentuk saham, pemegang saham berperan sebagai prinsipal dan CEO berperan sebagai agen. Teori agensi berasumsi bahwa setiap individu terdorong untuk mengejar kepentingannya sendiri, yang dapat menyebabkan konflik antara pemilik dan manajemen perusahaan. Prinsipal termotivasi untuk memaksimalkan keuntungan pribadi.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya tindakan praktik manajemen laba, diantaranya leverage (Dewi & Wirawati, 2019) dan ukuran perusahaan (Wulan Astriah dkk., 2021) dan sales growth (Fionita Yola & Fitra Halkadri, 2021). Berdasarkan beberapa faktor di atas peneliti memiliki minat dan tertarik untuk meneliti 3 (tiga) faktor, yaitu ukuran perusahaan, leverage dan sales growth terhadap manajemen laba.

Manajer memiliki kebebasan dalam menentukan kebijakan dan memilih teknik akuntansi yang digunakan, yang dapat mendorong perilaku oportunistik dan memudahkan manajer dalam mencapai tujuannya. Motivasi manajer untuk bertindak oportunistik dapat dikaitkan dengan Positive Accounting Theory. Teori ini telah berkembang menjadi ilmu yang menjelaskan berbagai prosedur yang harus digunakan oleh manajer atau pihak lain dalam laporan keuangan. Dengan teori akuntansi positif, manajer akan lebih berhati-hati dalam mengelola profitabilitas berupa laba. Dalam teori ini, "menjelaskan" berarti memberikan alasan terhadap praktik manajemen laba melalui efisiensi pengelolaan informasi laba yang dilakukan oleh manajer. Selanjutnya, "memprediksi" berarti mengamati dan memprediksi kapan manajer akan melakukan praktik manajemen laba dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam pengelolaan informasi laba.

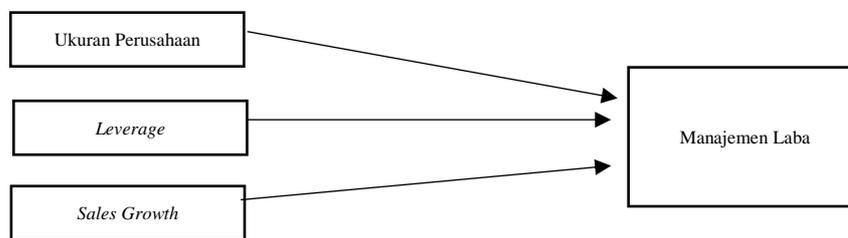
Manajemen laba adalah pilihan tindakan atau kebijakan akuntansi yang dilakukan oleh manajer untuk memengaruhi laba dalam laporan keuangan guna mencapai tujuan laba tertentu (Scott, 2015) Motivasi yang mendorong manajer perusahaan untuk melakukan manajemen laba dapat bervariasi, mulai dari motivasi bonus, kontrak hutang jangka panjang, motivasi politik, motivasi perpajakan, pergantian Chief Executive Officer (CEO), hingga Penawaran Saham Perdana (Initial Public Offering). Berdasarkan model empiris, terdapat beberapa model yang digunakan untuk mendeteksi manajemen laba, seperti model Healy, model De Angelo, model Jones, dan model Jones yang dimodifikasi. Dalam penelitian ini, manajemen laba diprosikan dengan Discretionary Accruals (DAC) menggunakan perhitungan model Jones yang dimodifikasi (Sulistyanto, 2018).

Ukuran Perusahaan adalah suatu ukuran, skala, atau variabel yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aset, log size, nilai pasar, total penjualan, saham, pendapatan, modal, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur melalui total aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset dalam jumlah besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi, sehingga manajemen cenderung memperhatikan laba perusahaan dan melakukan tindakan manajemen laba. Tindakan manajemen laba juga dapat dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah aset yang kecil karena manajemen ingin agar aset perusahaan terlihat lebih besar pada saat pelaporan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan perbedaan pendapat, di mana beberapa penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba sementara penelitian lain menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba

Leverage merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Salah satu metode

untuk mengukur leverage adalah dengan menggunakan Debt to Assets Ratio (DAR), yang menghitung proporsi nilai aset perusahaan yang didanai oleh utang (Kasmir, 2015) Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dalam perbandingannya dengan dana yang diperoleh dari kreditur perusahaan, atau untuk mengukur sejauh mana perusahaan bergantung pada utang. Leverage berkaitan dengan perilaku manajemen laba karena leverage dapat menunjukkan sejauh mana aset perusahaan didanai oleh utang. Beberapa penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa leverage memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Prasetyo, 2020). namun ada juga penelitian lain yang menunjukkan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Pertumbuhan penjualan (sales growth) juga dijadikan sebagai indikator keberhasilan suatu entitas. Ketika tingkat pertumbuhan mengalami penurunan, manajer cenderung melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan laba perusahaan sehingga laporan keuangan terlihat lebih baik dan menarik bagi investor. Di sisi lain, jika perusahaan mencatat laba yang tinggi, hal ini akan mengakibatkan pembayaran pajak yang tinggi pula. Oleh karena itu, perusahaan mungkin akan menekan atau menyesuaikan laba agar sesuai dengan target yang diinginkan. Menurut (Fathihani & Natsution Haris Ibnu, 2021) pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja perusahaan. Jika perusahaan berada dalam kondisi yang buruk, manajemen laba diharapkan dapat membantu perusahaan mendapatkan tambahan dana dan tetap berkembang di tengah persaingan pasar yang ketat. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa manajer cenderung melakukan manajemen laba hanya ketika pertumbuhan penjualan menurun, sedangkan ketika pertumbuhan penjualan meningkat, kemungkinan manajer melakukan manajemen laba semakin kecil.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.2 Hipotesis Penelitian

2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut. Variabel ukuran perusahaan merupakan nilai besar/kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, dan beban pajak, sehingga dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan (Helin, 2023). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur berdasarkan total asetnya. Perusahaan dengan aset yang besar cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi, sehingga manajemen lebih fokus pada keuntungan perusahaan dan mungkin melakukan manajemen laba. Manajemen laba juga bisa terjadi pada perusahaan dengan aset kecil, karena manajemen ingin menampilkan aset perusahaan dalam jumlah yang besar pada saat pelaporan. Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H2 diterima. Artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan uraian tersebut (Fionita Yola & Fitra Halkadri, 2021) dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

2.2.2 Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba

Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya dengan jumlah aset yang dimiliki perusahaan, (Rivandi and Petra, 2022). Rasio leverage adalah ukuran penilaian kinerja perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Variabel leverage merupakan suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (long term loan) seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Hutang jangka panjang biasanya didefinisikan sebagai kewajiban membayar yang jatuh temponya lebih dari satu tahun. Rasio leverage dan rasio likuiditas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, namun kedua-duanya memiliki perbedaan dalam jangka waktu pemenuhan kewajibannya. Leverage merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Menurut (Maiyaliza dkk., 2022), debt equity ratio yang tinggi akan menghalangi manajemen untuk melakukan manajemen laba. Ketika perusahaan menggunakan utang untuk membiayai operasi, debt covenant akan membatasi pengeluaran yang tidak optimal dan menempatkan perusahaan di bawah pengawasan yang lebih ketat dari pemberi pinjaman. Kreditur akan menuntut laporan keuangan yang lebih dapat dipercaya, meningkatkan pengawasan yang lebih ketat, dan memberikan tekanan kepada manajer sehingga manajer tidak memiliki kesempatan untuk melakukan manajemen laba. Pengawasan dari pemberi pinjaman eksternal mengurangi kesempatan untuk terjadinya manajemen laba. Leverage dapat diukur dengan menggunakan Debt to Assets Ratio (DAR) (Joe & Ginting, 2022), Leverage mempunyai hubungan

dengan praktik manajemen laba, dimana investor akan melihat rasio leverage perusahaan yang terkecil karena rasio leverage mempengaruhi dampak resiko yang terjadi (Dewi & Wirawati, 2019). Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba (Joe & Ginting, 2022b) Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.2.3 Pengaruh Sales Growth Terhadap Manajemen Laba

Variable selanjutnya adalah sales growth, yang merupakan perubahan dalam jumlah penjualan suatu perusahaan yang ditandai oleh peningkatan atau penurunan total penjualan yang dihasilkan. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur melalui peningkatan penjualan, yang mencerminkan stabilitas penjualan perusahaan pada setiap periode. Peningkatan penjualan menjadi indikator positif bagi kreditor perusahaan, seperti bank, untuk memberikan pinjaman atau meningkatkan jumlah utang, menandakan perubahan dalam struktur modal yang menginspirasi kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Selanjutnya mengenai penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Wina Anindya & Yuyetta, 2020) dan (Harni Yessi Anastasia, Novyarn., 2022) menemukan pengaruh positif yang signifikan dari sales growth terhadap manajemen laba. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Sales Growth berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.3 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam bentuk diskriptif dan asosiatif untuk menjelaskan hubungan variabel ukuran perusahaan dan manajemen laba, serta menjelaskan pengaruh leverage dan sales growth terhadap manajemen laba. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk melakukan verifikasi dari penelitian terdahulu yang mengenai pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan sales growth terhadap manajemen laba.

2.4 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu seluruh perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 5 tahun yang dimulai dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Peneliti ini menggunakan metode purposive sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan.

Tabel 1. Populasi dan sampel yang di ambil

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah Populasi Perusahaan sektor Kesehatan di BEI	33
2	Perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022	17
3	Perusahaan sektor kesehatan yang memiliki informasi kurang lengkap mengenai manajemen laba, ukuran perusahaan, leverage, sales growth dan perusahaan yang belum IPO di tahun tersebut.	(19)
4	Perusahaan sektor kesehatan yang dijadikan sampel	14

2.4 Metode Analisis Data

2.4.1 Pengukuran Manajemen Laba

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba yang diprosikan 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.

$$\frac{TAC_{jt}}{TA_{jt-1}} = \beta_1 \left[\frac{1}{A_{jt-1}} \right] + \beta_2 \left[\frac{REv_{jt}}{A_{jt-1}} \right] + \beta_3 \left[\frac{PPE_{jt}}{A_{jt-1}} \right] \quad (1)$$

Selanjutnya Discretionary Accrual dapat dihitung sebagai berikut :

$$DA_{it} = (TAC_{it} / A_{it-1}) - NDA_{it} \quad (2)$$

Rumus yang diberikan merupakan bagian dari analisis regresi yang menghubungkan total akrual (TAC) dengan total aset (TA) dari suatu perusahaan pada periode tertentu atau TAC_{it} adalah total accrual perusahaan i pada tahun period eke t. A_{it-1} atau total aset. Secara spesifik, rumus ini memodelkan rasio akrual terhadap aset total pada periode sebelumnya dengan menguraikannya menjadi tiga faktor utama. Faktor pertama, yang diwakili oleh $\beta_1 [1/A_{jt-1}]$ $\beta_1 [A_{jt-1}]$, mengukur pengaruh invers dari total aset periode sebelumnya terhadap rasio akrual. Faktor kedua, yang diwakili oleh $\beta_2 [REv_{jt}/A_{jt-1}]$ $\beta_2 [A_{jt-1} REv_{jt}]$, mencerminkan pengaruh perubahan pendapatan perusahaan (REv) pada periode t terhadap rasio akrual, yang dinormalisasi dengan total aset pada periode sebelumnya. Faktor ketiga, yang diwakili oleh $\beta_3 [PPE_{jt}/A_{jt-1}]$ $\beta_3 [A_{jt-1} PPE_{jt}]$, mengukur pengaruh nilai properti, pabrik, dan peralatan (PPE) terhadap rasio akrual, juga dinormalisasi dengan total aset pada periode sebelumnya. Dengan demikian, rumus ini memungkinkan kita untuk memahami bagaimana total akrual suatu perusahaan dibandingkan dengan total aset pada periode sebelumnya dapat dijelaskan melalui ukuran perusahaan, perubahan pendapatan, dan nilai aset tetap perusahaan. Setiap koefisien β_1 , β_2 , dan β_3 menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel

independen terhadap rasio akrual terhadap aset total.

Rumus $DA_{it} = (TAC_{it} - A_{it-1}) - NDA_{it}$ digunakan untuk menghitung diskresioner akrual (Discretionary Accruals, DA_{it}) untuk perusahaan i pada periode t . Diskresioner akrual adalah bagian dari total akrual (Total Accruals, TAC_{it}) yang tidak dapat dijelaskan oleh faktor-faktor ekonomi normal dan dianggap sebagai hasil dari kebijakan manajemen atau manipulasi laporan keuangan. Dalam rumus ini, total akrual dinormalisasi dengan total aset periode sebelumnya (A_{it-1}) untuk menyesuaikan skala perusahaan. Selanjutnya, dari nilai ini dikurangkan akrual non-diskresioner (Non-Discretionary Accruals, NDA_{it}), yang mewakili bagian dari akrual yang diharapkan terjadi berdasarkan kegiatan ekonomi normal. Dengan demikian, rumus ini membantu dalam memisahkan komponen diskresioner dari total akrual, memungkinkan analisis yang lebih mendalam mengenai potensi manipulasi akrual oleh manajemen perusahaan.

2.4.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut (Harahap, 2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural (\ln) dari rata-rata total aset perusahaan. Aktiva dijadikan dasar pengukuran karena total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu. Penggunaan total aset berdasarkan pertimbangan bahwa total aset mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu. Uraian di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aset. Ukuran aset tersebut diukur sebagai logaritma dari total aset.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln . (\text{total asset}) \quad (3)$$

2.4.3 Pengukuran Leverage

Leverage ratio adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban atau pelunasan utangnya, baik jangka pendek maupun panjang. Dengan kata lain, leverage ratio adalah representasi tingkat utang suatu perusahaan atau bisnis yang telah dikeluarkan. Dalam melakukan pengukuran leverage, peneliti menggunakan pengukuran Total Debt to Total Assets Ratio (DAR) atau dengan kata lain disebut sebagai rasio dalam melakukan perbandingan antara utang perusahaan dengan aset yang dimiliki perusahaan. Rumus untuk mengukur leverage sebagai berikut:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \quad (4)$$

2.4.4 Pengukuran Sales Growth

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur sales growth menurut kasmir (2016:107) adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Sales } t-1} \quad (5)$$

2.4.5 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan software SPSS, analisis ini terdapat analisis regresi linear berganda dan analisis rata-rata (mean). Namun analisis ini dilakukan uji asumsi klasik regresi, digunakan mengetahui normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

2.4.6 Uji Normalitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov dilakukan dengan membandingkan distribusi data kita dengan distribusi data normal idea, dengan mean dan SD yang sama. Jika test menunjukkan hasil signifikan ($p < 0,05$), maka data kita tidak normal. Namun jika test menunjukkan hasil yang tidak signifikan ($p > 0,05$), maka tidak ada perbedaan antara data kita dengan data normal idealnya, dengan kata lain data kita normal.

2.4.7 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode yang digunakan dalam analisis statistik untuk menentukan apakah varians residual (kesalahan) dari suatu model regresi linier konstan di seluruh pengamatan. Ketika varians residual tidak konstan, kondisi ini disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi parameter yang tidak efisien dan inferensi statistik yang tidak valid. Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

2.4.8 Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas adalah metode yang digunakan dalam analisis regresi untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear yang kuat di antara variabel independen dalam suatu model regresi. Multikolinieritas dapat menyebabkan masalah serius dalam interpretasi koefisien regresi, membuatnya sulit untuk menilai dampak individual

dari setiap variabel independen. Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi variabel independen. Jika variabel yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya antar sesama variabel sama dengan nol.

2.4.9 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah metode yang digunakan dalam analisis statistik untuk menentukan apakah residual (kesalahan) dari suatu model regresi linier memiliki korelasi satu sama lain pada urutan waktu tertentu. Autokorelasi dapat mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan mungkin tidak sepenuhnya tepat, karena asumsi independensi residual tidak terpenuhi. Bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Durbin-Watson Test: Salah satu uji yang paling umum digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah Durbin-Watson test. Nilai Durbin-Watson berkisar antara 0 dan 4, dengan nilai sekitar 2 menunjukkan tidak adanya autokorelasi, nilai di bawah 2 menunjukkan autokorelasi positif, dan nilai di atas 2 menunjukkan autokorelasi negatif.

2.4.10 Uji F

Uji F adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang dibuat secara keseluruhan signifikan secara statistik atau tidak. Ini digunakan untuk menguji hipotesis bahwa semua koefisien regresi dalam model, kecuali intersep, sama dengan nol. Dengan kata lain, uji F membantu menentukan apakah ada hubungan yang berarti antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen dalam model regresi. ANOVA atau analisis varian, yaitu koefisien regresi secara bersama-sama (Uji F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05. Uji F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya.

2.4.11 Uji T.

Uji T adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara rata-rata dua kelompok atau untuk menguji signifikansi dari satu koefisien regresi dalam model regresi linier. Uji T membantu dalam inferensi statistik dengan mengevaluasi hipotesis mengenai parameter populasi berdasarkan sampel data. Digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan atau tidak terhadap Y. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05 dan 2 sisi.

3. HASIL PEMBAHASAN

3.1 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov

Pada tabel 2 terlihat Nilai Asymp. Sig. (2-tailed)^c pada uji normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov diatas menunjukkan hasil 0,200 > 0,05 yang artinya hasil uji tersebut menunjukkan hasil yang tidak signifikan maka tidak ada perbedaan antara data kita dengan data normal idealnya, dengan kata lain data normal.

Tabel 2. Tabel uji normalitas

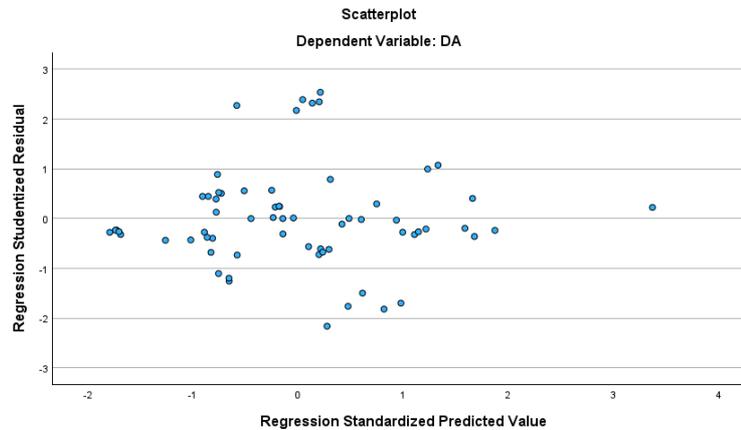
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		35	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	116.830.828	
Most Extreme Differences	Absolute	.112	
	Positive	.060	
	Negative	-.112	
Test Statistic		.112	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.311	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.299
		Upper Bound	.323

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

3.2 Uji Heteroskedastistas

Pada gambar 2, diketahui bahwa titik pada scatterplot menyebar acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka

0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan model regresi layak dipakai untuk memprediksi manajemen laba, berdasarkan variabel ukuran perusahaan, leverage dan sales growth.



Gambar 2. Hasil uji heteroskedastistas

3.3 Uji Multikolinearitas

Pada Tabel 3 terlihat variabel ukuran perusahaan, leverage dan sales growth memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF pada variabel ukuran perusahaan, leverage dan sales growth memiliki nilai < 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinearitas.

Tabel 3. Tabel uji multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.105	3.200	.658	.513		
	UkuranPerusahaan	-.062	.111	-.072	-.563	.986	1.014
	Leverage	.312	.653	.062	.478	.963	1.038
	SalesGrowth	.097	.475	.027	.204	.951	1.051

a. Dependent Variable: DA

3.4 Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi pada tabel 4 dapat dilihat dari nilai DW sebesar 2,037, memperoleh dari nilai du dilihat pada tabel Durbin-Waston, dengan jumlah sampel (N) sebesar 65 dan variabel independen dengan K=3 diperoleh nilai sebesar 1,5035, dari hasil nilai Durbin-Watson lebih kecil dari 4 dikurangi nilai du dapat disimpulkan penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4. Tabel uji autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.033 ^a	.001	-.049	.78972	2.037	

a. Predictors: (Constant), LAG_SalesGrowth, LAG_UkuranPerusahaan, LAG_Leverage

b. Dependent Variable: LAG_DA

3.5 Uji F

Berdasarkan perhitungan dengan uji F telah diperoleh nilai F yaitu 3,145 > 0.219 dengan nilai signifikansi 0,996. Nilai signifikansi sebesar 0,883 > 0,05 memiliki arti bahwa variabel ukuran perusahaan, leverage dan sales growth secara serentak tidak memberikan pengaruh kepada manajemen laba yaitu sebagai variabel terikat. Dengan demikian, inferensi yang diambil maka hipotesis penelitian ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan 0.996 lebih besar dari > 0,05 memiliki pengaruh positif tidak signifikan.

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.041	3	.014	.022	.996 ^b
	Residual	37.420	60	.624		

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total	37.461	63			

a. Dependent Variable: LAG_DA
b. Predictors: (Constant), LAG_SalesGrowth, LAG_UkuranPerusahaan, LAG_Leverage

3.6 Uji T

Berdasarkan tabel 6 uji t ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,575 > 0,05$ dan nilai Ttabel = $-0,563 < 1,999624$, dengan demikian artinya H1 ditolak serta variable ukuran bj. berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Kemudian diketahui nilai signifikansi leverage sebesar $0,634 > 0,05$, serta pada Ttabel = $0.478 < 1,999624$, dengan demikian H2 ditolak, artinya leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Diketahui nilai signifikansi sales growth sebesar $0,839 > 0,05$ serta pada Ttabel = $0.204 < 1,999624$, artinya dengan demikian H3 ditolak artinya sales growth berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Tabel 6. Tabel Uji T

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.055	1.856		.030	.976	
LAG_UkuranPerusahaan	.010	.172	.007	.055	.956	
LAG_Leverage	.141	.752	.025	.188	.851	
LAG_SalesGrowth	-.061	.295	-.028	-.207	.837	

a. Dependent Variable: LAG_DA

3.7 Interpretasi Hasil

3.7.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah ukuran perusahaan secara positif mempengaruhi manajemen laba, tertera pada hasil penelitian ini menunjukkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, dengan hasil pada tabel 6 uji T ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,575 > 0,05$ dan pada nilai Ttabel = $-0,563 < 1,999624$, dengan demikian artinya H1 ditolak serta variable ukuran berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba, dengan demikian hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Lengga dkk., 2019) namun sejalan dengan hasil penelitian (Yasa Trisma Eva Komang dkk., 2020) dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

3.7.2 Pengaruh leverage terhadap manajemen laba

Pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah leverage secara positif mempengaruhi manajemen laba. tertera bahwa hasil penelitian variabel leverage diketahui nilai signifikansi leverage sebesar $0,634 > 0,05$, serta pada Ttabel = $0.478 < 1,999624$, dengan demikian H2 ditolak, artinya leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Joe & Ginting, 2022b). 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. 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.

3.7.3 Pengaruh Sales growth terhadap manajemen laba

Hipotesis ketiga dari penelitian ini menyatakan variabel sales growth berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, nilai signifikansi sales growth sebesar $0,839 > 0,05$ serta pada Ttabel = $0.204 < 1,999624$, artinya dengan demikian H3 ditolak artinya sales growth berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba.. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Wina Anindya, 2020) dan (Harni Yessi Anastasia, Novyarn., 2022) bahwa hasil dari penelitiannya variabel sales growth berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dapat dilihat dari hasil penelitian yang artinya variable sales growth tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Tingkat sales growth merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh leverage (Mokhammad Anwar, 2019). 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.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian statistik secara simultan (uji-f) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, tidak berpengaruh terhadap

manajemen laba. Variable selanjutnya leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dan variable sales growth tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Peneliti akan memberikan beberapa saran yang bisa digunakan oleh peneliti berikutnya yang diperoleh dalam penelitian ini. 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. 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. Peneliti selanjutnya dapat menggali informasi dan data yang lebih akurat sehingga tahun penelitian menjadi lebih banyak, sehingga dapat menggambarkan hasil penelitian secara maksimal.

REFERENCES

- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 10(1), 71–82. <https://doi.org/10.17509/jaset.v10i1.12571>
- Ayu Apriliani Hidayat*, A. J. A. W. J. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi
- Dewi, P. E. P., & Wirawati, N. G. P. (2019). Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 505. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p19>
- Fathihani, & Natsution Haris Ibnu. (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). 1–10.
- FIONISSA NOOR RIZK. (2021). document-2. PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018), 1–18.
- Fionita Yola, & Fitra Halkadri. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Pertumbuhan Penjualan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba. *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Pertumbuhan Penjualan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba*, 1(4), 1–15.
- Harni, R., Anastasia, Y., & Novyarni, N. (2022). PENGARUH SALES GROWTH DAN LEVERAGE TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Cross-border*, 1–24.
- Joe, S., & Ginting, S. (2022a). The The Influence of Firm Size, Leverage, and Profitability on Earnings Management. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 567–574. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1505>
- Joe, S., & Ginting, S. (2022b). The The Influence of Firm Size, Leverage, and Profitability on Earnings Management. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 567–574. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1505>
- Laba Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor, M., Puspita Yeldi, S., Yuli Ayu Putri, S., Author, C., & Putri, R. (2023). Pengaruh Sales Growth, Tax Planning dan Ukuran Perusahaan Terhadap. 1(2). <https://doi.org/10.31933/epja.v1i2>
- Lengga, I., Universitas, S. M., Raja, M., & Haji -Tanjungpinang, A. (2019). THE EFFECT OF COMPANY SIZES ON EARNING MANAGEMENT WITH CAPITAL STRUCTURE AS MODERATED VARIABLES. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 2(2).
- Maiyaliza, -Budianto, E., & Khasanah, U.-. (2022). PENGARUH CURRENT RATIO DAN DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP RETURN ON EQUITY PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR BATU BARA. *Dalam Jurnal Ekonomi & Manajemen (Vol. 4, Nomor 1)*.
- Mulyono, R. H., & Opti, S. (t.t.). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP MANAJEMEN LABA. www.idx.co.id.
- Penulis, T., Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H. G., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, H., Sintha, L., Suharyati, W. S., Ratri, C. M. A., Wattimena, D., Satmoko, R., & Eka, S. (2023). PENGANTAR ADMINISTRASI BISNIS. www.penerbitwidina.com
- Prasetyo, W. A. (2020). PENGARUH MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Kategori Indeks Sri-Kehati yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017), 1–14.
- Ridwan Ananta, A., & Juliana Dillak, V. (2022). PEGARUH SALES GROWTH, FINANCIAL LEVERAGE, GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP MANAJEMEN LABA (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2020).
- Riset Akuntansi JUARA, J., Riset Akuntansi Prodi Akuntansi FEB Unmas Denpasar, J., Luh Putu Sandrya Dewi, N., & Putu Dewi Antari, N. (t.t.). ASPEK-ASPEK YANG MENGINDIKASIKAN TERJADINYA MANAJEMEN LABA.
- Rivandi and Petra. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN. 1–10.
- Syaddyah, A. Y., Ratnawati, V., & Wahyuni, N. (2020). PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, PERENCANAAN PAJAK, DAN KOMPENSASI BONUS TERHADAP MANAJEMEN LABA. 1(2), 2722–5437. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/Journalhomepage:http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>
- Wina Anindya, E. N. A. Y. (2020). PENGARUH LEVERAGE, SALES GROWTH, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA. 1–11.
- Winona, C. (2022). Winona, C. (2022). Pengaruh Corporate Governance, Leverage, Dan Asimetri Informasi Terhadap. *Pengaruh Corporate Governance, Leverage, Dan Asimetri Informasi Terhadap*, 1–101.
- Wulan Astriah, S., Trinanda Akhbar, R., Apriyanti, E., Sarifah Tullah, D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pandu Madania, S. (2021). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Dalam JURNAL AKUNTANSI (Vol. 10, Nomor 2)*. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/akuntansi>



Yasa Trisma Eva Komang, Sunarsih Made Ni, & Pramesti Asri Ayu Gusti I. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI TAHUN 2016-2018, 1–14.