

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022

Levica Feblien
Universitas Buddhi Dharma
Email : levicafeblien04@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 dan dalam menentukan jumlah sampel menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 30 perusahaan menjadi sample penelitian sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 25 dengan metode analisa data yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap Manajemen Laba, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Manajemen Laba serta Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Manajemen Laba.

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

PENDAHULUAN

Laporan keuangan adalah laporan yang menyajikan informasi keuangan suatu entitas bisnis atau organisasi selama periode tertentu untuk memberikan gambaran tentang kinerja keuangan mereka serta mencerminkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan kepada para pemangku kepentingan, seperti pemilik, investor, karyawan, kreditor, dan pihak terkait lainnya untuk membantu para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan bisnis atau organisasi.

Laporan keuangan terdiri dari berbagai jenis atau bagian dan salah satu bagian atau jenis laporan paling penting yaitu merupakan laporan laba/rugi, Suatu perusahaan yang performa dan kinerjanya dinilai berdasarkan informasi terkait laba maka manajemen perusahaan akan lebih memperhatikan terkait perolehan laba yang dihasilkan perusahaan. Tindakan opportunistik yang dilakukan perusahaan dengan cara menerapkan salah satu strategi akuntansi yaitu menetapkan beberapa kebijakan untuk menghasilkan laporan keuangan perusahaan yang sesuai dengan keinginan perusahaan yaitu memastikan bahwa perusahaan mengalami profit atau laba dan aktivitas yang dilakukan oleh manajemen ini dapat disebut dengan manajemen laba (Melati, 2022)

Salah Satu fenomena terikait dengan manajemen laba yang pernah terjadi di Indonesia adalah kasus manajemen laba yang dialami oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Dilansir dari CNBC Indonesia bahwa pada tahun 2019 PT Tiga Pilar Sejahtera Food mengeluarkan laporan keuangan yang merupakan hasil modifikasi yang menyatakan bahwa PT Tiga Pilar Sejahtera Food mendapatkan laba bersih senilai Rp.1,49 triliun padahal di periode desember 2018 PT Tiga Pilar Sejahtera Food masih mengalami kerugian senilai Rp.123,43 miliar dan berdasarkan laporan keuangan tersebut didapatkan data bahwa pendapatan netto AISA pada 2019 turun 4,4% (Rp. 1,51

triliun) dari tahun 2018 (Rp. 1,58 triliun). Setelah diselidiki bahwa pada tahun 2019 AISA mendapatkan penghasilan lainnya senilai Rp.1,9 triliun yaitu berasal dari pembalikan atas penurunan nilai piutang sebesar Rp.990 miliar, selisih nilai wajar restrukturisasi untung obligasi dan sukuk ijarah Rp.903,34 miliar, dan pembalikan atas penurunan nilai persediaan neto Rp.6,88 miliar sehingga membuat laba perusahaan melonjak menjadi Rp.1,49 triliun. (www.cnbcindonesia.com/markettigapilar)

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Konsep teori keagenan yang pertama kali diperkenalkan oleh (Jensen dan Meckling, 1976) yang menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul karena adanya kontrak antara pemilik (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*) yang merupakan pengelola perusahaan, pihak *principal* memberikan wewenang kepada agen untuk dapat menjalankan operasional perusahaan termasuk dalam hal pengambilan keputusan.

Teori agensi menekankan pentingnya penyerahan otorisasi perusahaan dari pemilik (*principal*) kepada pihak yang memiliki kemampuan untuk mengelola operasional perusahaan dengan lebih baik (*agent*). Sebagai pihak pemberi otoritas (*principal*) mempunyai hak untuk melakukan pengawasan dan tanggung jawab atas apa yang terjadi di dalam perusahaan dan sebagai penerima wewenang (*agent*) memiliki kewajiban untuk memberikan laporan kepada *principal* secara berkala serta mau untuk menerima pengawasan dan arahan dari *principal* namun *agent* tetap memiliki hak untuk menolak intervensi *principal* yang ingin mencampuri urusan manajerial perusahaan dengan kepentingan pribadi.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah atau nilai penjualan yang dimiliki perusahaan dari tahun ke tahun

selama periode akuntansi.

Menurut (Listianawati, 2019) Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran mengenai kondisi kestabilan keuangan suatu perusahaan serta menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Melalui pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan oleh perusahaan pada masa yang akan datang.

Sedangkan menurut (Widhi dan Suarmanayasa, 2021) Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dianggap telah berhasil dalam menjalankan strategi bisnis yang dimilikinya. karyawan''.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dapat dihitung dengan rumus :

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

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu rasio didalam laporan keuangan yang berisi perbandingan antara nilai laba, total aset dan modal yang digunakan sebagai parameter untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional

Menurut (Hery, 2021) Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya, dan bisa disebut sebagai rasio rentabilitas yang bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

Sedangka menurut (Robinson, 2020) Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi atau perusahaan yang mengindikasikan seberapa efektif keseluruhan unit perusahaan dikelola oleh manajemen yang ada.

Rasio profitabilitas di proxy dengan ROA (Return On Asset) yang dapat dihitung dengan rumus :

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

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk mengetahui pengkategorian perusahaan berdasarkan besar atau kecil suatu perusahaan

Menurut (Toni dan Simorangkir, 2021) Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan yang lebih besar akan memiliki sumber dana yang lebih besar untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba.

Sedangkan menurut (Firmansyah dan Estutik, 2021) Ukuran perusahaan merupakan skala penting yang akan menjelaskan pemilihan metode akuntansi serta ukuran perusahaan dapat digolongkan sebagai salah satu unsur dari lingkungan kerja yang akan turut mempengaruhi persepsi manajemen dikemudian hari.

Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Manajemen Laba

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

Menurut (Sunarsi dan Ahmar, 2022) Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan manajemen perusahaan dalam meningkatkan atau menurunkan laba yang dilakukan sebelum melaporkan hasil laporan keuangan yang bertujuan untuk memaksimalkan kepentingan manajemen

perusahaan.

Sedangkan menurut (Hidayat dan Wijaya, 2022) Manajemen laba merupakan metode yang digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi jumlah laba yang diperoleh secara sengaja dan sistematis dengan memilih prosedur dan kebijakan akuntansi tertentu sehingga para pihak manajemen dapat memaksimalkan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

Manajemen Laba dapat dihitung dengan menggunakan rumus *Discretionary Accruals* (DAC) menggunakan *Modified Jones Model* yaitu :

1. Mencari Nilai Total *Accruals*

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

2. Melakukan estimasi nilai total accruals dengan persamaan regresi berganda

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

3. Mencari nilai *Non-Discretionary Accruals*

$$NDA_{it} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

4. Mencari nilai *Discretionary Accruals*

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

Perumusan Hipotesa

- a. Menurut (Kalbuana dan Utami, 2020) pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba sehingga ketika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maka potensi manajemen

melakukan manajemen laba akan meningkat.

- b. Maka H₁ : Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba
- c. Menurut (Febria, 2020) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, ini berarti bahwa ketika nilai profitabilitas perusahaan naik maka akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan manajemen laba.
Maka H₂ : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba
- d. Menurut (Yanti dan Setiawan, 2019) ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba yaitu ketika perusahaan berukuran kecil maka keputusan manajemen untuk melakukan manajemen laba akan meningkat sedangkan perusahaan dengan ukuran besar akan meminimalisir praktik manajemen laba karena beresiko untuk laporan keuangannya dilihat secara lebih kritis oleh pemegang saham.
Maka H₃ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba
- e. H₄ : Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba.

METODE

Jenis Penelitian

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

Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memfokuskan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang secara konsisten terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia didalam kurun waktu 4 tahun ialah periode 2019-2022.

Jenis dan Sumber Data

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

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022 yang dapat dilihat melalui situs resmi BEI yakni www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022 sehingga diperoleh sebanyak 84 perusahaan

Sedangkan untuk sampel yang digunakan didalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian dengan beberap pertimbangan tertentu dengan sesuai pada tujuan penelitian dan masalah yang dikembangkan sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 30 perusahaan.

HASIL

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan Penjualan	120	-.46516	.50403	.0991049	.17349670
Profitabilitas	120	.00011	.41632	.0911560	.06402410
Ukuran Perusahaan	120	26.24650	32.82638	29.2579800	1.53669264
Manajemen Laba	120	-.26067	.23672	-.0215932	.09563053
Valid N (listwise)	120				

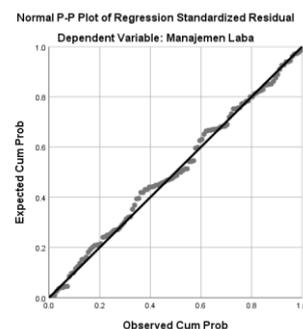
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.63744932
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.037
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) nya sebesar 0.200 atau nilainya lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.



normal probability plot diatas terlihat bahwa sebaran error (berupa dot) masih ada disekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas atau residu dari model dapat dianggap berdistribusi secara normal.

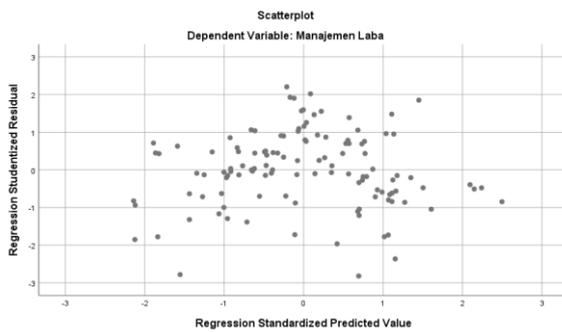
Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Pertumbuhan Penjualan	.978	1.023
Profitabilitas	.949	1.054
Ukuran Perusahaan	.952	1.050

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan bahwa data yang ada tidak terjadi gejala multikolonieritas antara masing-masing variabel independen karena dilihat dari jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $Tolerance \geq 0.10$, sehingga model persamaan regresi ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat dikatakan atau disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Model	Model Summary ^b				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.543 ^a	.295	.477	.08131	1.831

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Manajemen Laba

Dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1.831, nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai du dan 4-du. Nilai du diambil dari tabel DW signifikansi 5% dengan $n = 120$

dan $k = 3$, sehingga diperoleh du sebesar 1.7536 dan nilai 4-du adalah 2.2464 kemudian dilakukan pengambilan keputusan atas hasil tersebut dengan ketentuan $du < dw < 4 - du$ maka nilai $1.7536 < 1.8310 < 2.2464$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa artinya tidak terdapat gejala autokorelasi dalam data penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1.061	.220		4.827	.000
	Pertumbuhan Penjualan	-.167	.046	-.304	-3.678	.000
	Profitabilitas	.036	.126	.024	2.286	.046
	Ukuran Perusahaan	-.536	.058	-.406	-4.831	.017

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan hasil diatas maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$EM = 1.061 - 0.167SG + 0.036ROA - 0.536SIZE + \epsilon$$

- Nilai konstanta sebesar 1.061 mempunyai arti bahwa jika semua variabel bebas atau independen yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan konstant atau bernilai 0, maka nilai manajemen laba sebesar 1.061.
- Nilai koefisien regresi -0.167 (SG) pada variabel pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dengan variabel manajemen laba. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1% pada pertumbuhan penjualan maka akan menyebabkan penurunan manajemen laba sebesar 0.167 atau 16.7% .
- Nilai koefisien regresi 0.036 (ROA) pada variabel profitabilitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dengan variabel manajemen laba. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1% pada profitabilitas maka akan menyebabkan kenaikan manajemen laba sebesar 0.036 atau 3.6%.

d. Nilai koefisien regresi -0.536 (SIZE) pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dengan variabel manajemen laba. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1% pada ukuran perusahaan maka akan menyebabkan penurunan manajemen laba sebesar 0.536 atau 53.6%.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.295	.477	.08131

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas
 b. Dependent Variable: Manajemen Laba

Nilai koefisien korelasi (R²) pada gambar diatas sebesar 0.477 atau 47.7%, maka dapat disimpulkan adanya indikasi bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup baik terhadap variabel dependen, dan variabel dependen dapat dijelaskan oleh beberapa faktor lain yang diluar variabel yang tidak dipakai di dalam penelitian ini dengan nilai sebesar 52.3%.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.061	.220		4.827	.000
	Pertumbuhan Penjualan	-.167	.046	-.304	-3.678	.000
	Profitabilitas	.036	.126	.024	2.286	.046
	Ukuran Perusahaan	-.536	.058	-.406	-4.831	.017

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Dari gambar diatas diperoleh :

a. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi 0.000 serta memiliki nilai t hitung -3.678 < t tabel 1.981. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif secara parsial terhadap manajemen laba dan H₁ diterima.

b. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0.046 serta memiliki nilai t

hitung 2.286 > t tabel 1.981. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif secara parsial terhadap manajemen laba dan H₂ diterima.

c. Pengaruh Ukura Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi 0.017 serta memiliki nilai t hitung -4.831 < t tabel 1.981. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara parsial terhadap manajemen laba dan H₃ diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.321	3	.107	16.209	.000 ^b
	Residual	.767	116	.007		
	Total	1.088	119			

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas

Berdasarkan gambar diatas diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 dan nilai F hitung sebesar 16.209. Yang berarti bahwa berdasarkan nilai tersebut nilai signifikansi 0.000 < 0.05 dan nilai F hitung > nilai F table yaitu 16.209 > 2.68 dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu manajemen laba dan menunjukkan bahwa H₄ diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan beberapa pengujian yang telah dilakukan didalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa :

a. Variable pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel manajemen laba. Hal ini menjelaskan bahwa jika terjadi penurunan pada nilai pertumbuhan penjualan maka akan menaikkan nilai manajemen laba begitu juga sebaliknya yaitu ketika nilai pertumbuhan penjualan

- mengalami kenaikan maka nilai pertumbuhan penjualan menurun.
- b. Variable profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel manajemen laba. Hal ini menjelaskan bahwa jika terjadi kenaikan pada nilai profitabilitas maka nilai manajemen laba juga mengalami kenaikan begitu juga sebaliknya jika profitabilitas mengalami penurunan maka nilai manajemen laba juga mengalami penurunan.
 - c. Variable ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel manajemen laba. Hal ini menjelaskan bahwa jika terjadi kenaikan pada nilai ukuran perusahaan maka nilai manajemen laba mengalami penurunan begitu juga sebaliknya jika ukuran perusahaan mengalami penurunan maka nilai manajemen laba mengalami kenaikan.
 - d. Semua variabel independen dalam penelitian ini yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen didalam penelitian ini yaitu manajemen laba.

REFERENSI

- Febria, D. (2020). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Tambang 2016-2018.
- Firmansyah, A., & Estutik, R. S. (2021). *Kajian Akuntansi Keuangan*. Penerbit Adab.
- Hery. (2021). *Analisis Laporan Keuangan-Integrated And Comprehensive*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hidayat, H., & Wijaya, S. (2022). *Penghindaran Pajak: Manajemen Laba Dan Transfer Pricing*. Guepedia.
- Kalbuana, N., & Utami, S. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Persistensi Laba Dan Pertumbuhan Laba Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan.
- Listianawati. (2019). Pengaruh Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Journal Unikom*.
- Marksin. (2023, September 22). *Laporan Keuangan : Pengertian, Fungsi, Jenis, Dan Format*.
- Melati, N. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Manajemen Laba.
- Robinson, P. (2020). *Manajemen Strategis*. Salemba.
- Sunarsi, C., & Ahmar, N. (2022). *Strategi Kepemimpinan Biaya, Diferensiasi, Manajemen Keberlanjutan Dan Pengelolaan Laba*. Penerbit NEM.
- Toni, D. N., & Simorangkir, E. N. (2021). *Praktik Perataan Laba (Income Smoothing) Perusahaan*. Penerbit Adab.
- Widhi, N. N., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Subsektor Tekstil Dan Garmen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*.
- Yanti, & Setiawan. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Pada Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur 2014-2016.