

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

Tini Kristina^{1)*}, Lia Dama Yanti²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾tini.kristina91@gmail.com

²⁾lia.d4may@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Pertumbuhan Penjualan
Perencanaan Pajak
Ukuran Perusahaan
Leverage
Manajemen Laba

ABSTRAK

Untuk membuat posisi keuangan mereka terlihat menarik, perusahaan sering melakukan manajemen laba. Istilah ini mengacu pada praktik-praktik yang dengan sengaja salah menggambarkan pendapatan perusahaan untuk memenuhi tujuan. Akibatnya, manajemen akan fokus pada pencapaian tujuan laba dengan mengorbankan segala sesuatu yang lain. Hal ini karena melayani kepentingan pribadi mereka sendiri serta kepentingan investor.

Penelitian ini menguji pengaruh ukuran bisnis, leverage, pertumbuhan penjualan dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba. Target penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di sektor makanan dan minuman; populasinya adalah 26 perusahaan. Untuk menguji pengaruh faktor-faktor ini pada perusahaan yang berbeda, 11 dipilih melalui pengambilan sampel. 11 perusahaan ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang diperoleh melalui SPSS Versi 24.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa Sales Growth berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi 0,010. Selain itu, Perencanaan Pajak, ukuran perusahaan dan leverage semuanya tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,869, 0,519 dan 0,191. Selanjutnya ditunjukkan bahwa pengaruh tersebut bersifat simultan dengan nilai signifikansi 0,023.

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

I. PENDAHULUAN

Pasang surut penjualan di antara perusahaan-perusahaan di sektor industri barang konsumsi. Perusahaan akan mengalami penjualan yang sangat kuat sepanjang liburan, termasuk Natal dan Tahun Baru. Namun, perekonomian memiliki sedikit penjualan selain hari perayaan libur besar

Natal dan Tahun Baru. Fenomena ini dikenal sebagai siklus musiman karena akan meningkat disaat hari perayaan. Pendapatan dalam akun keuangan akan berfluktuasi jika perusahaan memiliki siklus musiman, yang akan mempengaruhi penjualan dalam periode tersebut dan akan mempengaruhi pilihan yang sudah dibuat oleh pihak berkepentingan. Dalam menangani keadaan ini, pihak berkepentingan membuat laporan keuangan atau prosedur manajemen laba yang mengarah pada stabilitas perusahaan yang berkelanjutan (Andini dan Amboningtyas, 2020).

Investor dan pihak berkepentingan lainnya mendapatkan keuntungan dari mengetahui keuntungan perusahaan. Inilah sebabnya mengapa perusahaan mengukur laba mereka—sehingga mereka dapat menyajikan akun keuangan mereka dengan cara yang menguntungkan. Pelaporan keuangan memungkinkan manajemen untuk mengungkapkan keterlibatan mereka dengan perusahaan kepada pihak ketiga. Hal ini memungkinkan investor dan pihak lain yang berkepentingan untuk menerima informasi mengenai laporan keuangan perusahaan. Informasi yang terkandung dalam laporan laba rugi menunjukkan apakah suatu perusahaan efektif. Ini ditunjukkan melalui metrik untung atau rugi. Manajemen bekerja untuk mencapai target laba untuk mendapatkan keuntungan dari upaya masa lalu. persyaratan akuntansi, tindakan manajemen laba diperbolehkan. Manajer menggunakan manajemen laba untuk memaksimalkan pendapatan bagi organisasi dan diri mereka sendiri. Hal ini mendorong keputusan mereka untuk mengejar peluang di berbagai bisnis. Misalnya, perusahaan besar seperti Google dan Facebook memanfaatkan kesempatan untuk mengumpulkan data dari publik, yang memungkinkan mereka untuk menjual iklan bertarget.

Baik pemegang saham maupun prinsipal perusahaan dapat menghadapi masalah dengan manajemen laba. Konflik keagenan atau konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang bertindak sebagai prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen dapat terjadi. Dalam kedua kasus, ada keinginan untuk memaksimalkan pengembalian saham bagi pemilik dan kompensasi yang signifikan untuk agen. Hal ini dapat menyebabkan keuntungan yang berlebihan bagi kedua belah pihak. Perwakilan organisasi harus mengelola pendapatan mereka untuk memenuhi kepentingan kedua belah pihak. Motivasi ini membawa Andini dan Amboningtyas ke tahun 2020 untuk menyimpulkan bahwa manajemen pendapatan merupakan perhatian yang signifikan bagi organisasi.

Pertumbuhan penjualan dapat memberi manajer wawasan tentang peningkatan pendapatan. Ini dapat memberi mereka kerangka kerja untuk memikirkan metode untuk meningkatkan kinerja. Satu-satunya tujuan manajemen laba adalah membuat laba perusahaan tampak lebih rendah nilainya daripada yang sebenarnya. Hal ini dicapai dengan meningkatkan pendapatan pada tingkat yang lebih rendah dari pertumbuhan penjualan, atau bahkan tidak menunjukkan peningkatan sama sekali (Anindya et al. 2020; Zakia et al 2019). Hal ini dapat dipengaruhi oleh penelitian sebelumnya yang melibatkan pertumbuhan penjualan dan manajemen laba oleh Anindya et al. pada tahun 2020 dan Zakia et al. pada tahun 2019.

Menurut Lestari dkk. 2018, penelitian sebelumnya, perencanaan pajak dapat berpengaruh terhadap manajemen laba. Namun, tidak ada pengaruh perencanaan pajak perusahaan terhadap manajemen laba menurut Achyani dan Lestari 2019. Sebaliknya, tujuan perencanaan pajak perusahaan adalah menggunakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan untuk penghematan pajak. Berkenaan dengan perencanaan pajak individu, tujuannya adalah untuk menentukan berapa banyak pajak yang harus mereka bayar dan menguranginya.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba telah dipelajari secara ekstensif. Beberapa penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba; Namun, penelitian lain mengklaim bahwa ukuran memang mempengaruhi

kemungkinan praktik manajemen laba tertentu. Dalam satu studi, Purnama mengklaim bahwa perusahaan kecil lebih mungkin untuk mengelola pendapatan mereka—meskipun klaim ini dibantah dalam studi lain oleh Anindya et al.

Leverage perusahaan adalah perbandingan total aset dan total kewajiban mereka. Kepercayaan kreditur menurun ketika perusahaan memiliki rasio leverage yang tinggi; Hal ini karena mereka percaya perusahaan memiliki risiko tinggi untuk tidak membayar utangnya. Artinya perusahaan dengan utang luar negeri yang tinggi memiliki nilai leverage yang lebih tinggi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa leverage tidak mempengaruhi manajemen laba. Kebutuhan akan perataan laba karena laba yang bergejolak memotivasi manajemen organisasi untuk melakukan praktik tersebut. Hal itu tertuang dalam artikel Purnama 2017.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Kasmir, 2019, p. 107) :

“Kapasitas perusahaan untuk mempertahankan posisinya keuangannya dalam menghadapi ekspansi ekonomi dan industri yang signifikan diukur dengan rasio yang dikenal sebagai rasio pertumbuhan..“

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah pandangan tentang prospek komersial yang harus diraih perusahaan di pasar. Bisnis yang tumbuh cepat biasanya membutuhkan lebih banyak dana dari pihak luar yang signifikan. Penjualan yang tinggi pada suatu perusahaan akan mampu mendongkrak pendapatan yang akan mampu mendongkrak nilai perusahaan dan mendukung ekspansinya.

Tingkat pertumbuhan penjualan adalah ukuran seberapa besar *leverage* dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Bila pemasaran serta laba bertambah tiap tahun, pembiayaan pinjaman ditambah dengan bobot senantiasa khusus hendak menaikkan pemasukan pemegang saham. Untuk mendesak eksekutif mengelola profitabilitas seiring dengan pertumbuhan penjualan perusahaan yang meningkat (Anindya *et al.*, 2020). Oleh karena itu, tujuan manajer dalam mengelola laba adalah menjaganya pada tingkat minimum atau membuatnya tampak lebih rendah dari yang sebenarnya..

Perencanaan Pajak

Menurut (Pohan, 2017, p. 8) menyatakan bahwa :

“Terdiri dari kumpulan tindakan yang dibutuhkan untuk menangani akuntansi dan keuangan bisnis dengan cara yang mengurangi kewajiban pajak dengan mematuhi undang-undang dan peraturan perpajakan (secara hukum). Ini mencakup topik luas tentang bagaimana perencanaan pajak dimasukkan dalam seluruh proses manajemen pajak.”

Menurut (Lestari *et al.*, 2018) melaporkan kalau perancangan pajak, yang menekankan pada pengaturan tiap bisnis yang mempunyai implikasi pajak, adalah tindakan penataan yang dicatat karena potensi efek pajaknya..

Menurut (Achyani dan Lestari, 2019) menyatakan bahwa perencanaan pajak merupakan tahap awal sebelum bisnis membayar pajak, yang dibebankan kepada bisnis. Untuk mencapai laba operasional yang tinggi, perusahaan terus berupaya untuk mengeluarkan sejumlah biaya minimum.

Definisi tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa perencanaan pajak adalah tahap pertama dari pengelolaan pajak, dengan fokus pada pengelolaan setiap transaksi dengan dampak pajak. Untuk mengefisienkan jumlah pajak yang dibayarkan kepada pemerintah, pada tahap ini dilakukan

penghindaran pajak daripada penyelundupan pajak yang merupakan kejahatan fiskal yang tidak dapat ditolerir. Aturan pajak sedang dikumpulkan dan diteliti

Ukuran Perusahaan

Menurut (Hery, 2017, p. 93) menyatakan bahwa :

“Skala yang disebut ukuran perusahaan memungkinkan ukuran perusahaan dibagi menjadi beberapa area, termasuk total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain.”

Ukuran perusahaan adalah sistem yang membagi bisnis ke dalam kategori besar dan kecil berdasarkan berbagai faktor, termasuk ukuran aset, nilai pasar saham, total aset, dan banyak lagi. Kemampuan organisasi untuk mengelola risiko yang dapat timbul dari berbagai keadaan akan dipengaruhi oleh ukurannya. Dibandingkan dengan usaha kecil, perusahaan besar kurang berisiko. Bisnis besar dapat bersaing di pasar karena biasanya yang dapat bersaing itu adalah bisnis besar yang memiliki modal yang besar. Selain itu, bisnis yang lebih besar lebih mudah dalam mencari akses ke lapangan atau sumber data dibanding dengan usaha yang lebih kecil, memberi mereka lebih besar sumber daya untuk meningkatkan nilainya (Zakia *et al.*, 2019).

Ukuran Industri adalah membandingkan bisnis, sangat penting untuk memperhitungkan ukurannya dalam hal total aset, ukuran log, dan harga pasar saham mereka (Purnama, 2017). Ukuran perusahaan mengacu pada seberapa besar suatu perusahaan ketika dapat diukur dalam hal total penjualan bersih atau total aset. Ukuran perusahaan tumbuh seiring dengan total aset atau penjualannya. Ukuran aset meningkatkan jumlah modal yang diinvestasikan, sedangkan jumlah penjualan meningkatkan jumlah uang yang hilang dari perusahaan.

Perusahaan dengan peningkatan *sales* yang besar membutuhkan lebih besar juga sumber daya bisnis untuk membantu mereka. Di sisi lain, dalam bisnis dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang lambat, sumber daya yang lebih sedikit juga diperlukan. Jadi, ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai ukuran atau kuantitas asetnya.

Perusahaan yang besar memiliki motivasi yang cukup kuat untuk mengelola labanya karena antara lain harus mampu memenuhi harapan pemegang saham atau investor. Selain itu, bisnis yang lebih besar biasanya memainkan peran yang lebih kuat sebagai pemangku kepentingan. Ini menyiratkan bahwa kebijaksanaan industri besar hendak lebih pengaruhi kebutuhan publik dari industri kecil. Sebab bidang usaha yang lebih besar hendak lebih nampak oleh publik, mereka akan lebih memperhatikan saat menyelesaikan pelaporan keuangan, membutuhkan lebih banyak akurasi dalam keadaan laporan keuangan seperti yang disajikan.

Leverage

Menurut (Kasmir, 2019, p. 153) menyatakan bahwa :

“Perbandingan yang dipakai untuk membagi seberapa besar hutang yang dipakai untuk mendanai peninggalan industri diketahui dengan rasio solvabilitas atau rasio *leverage*.”

Menurut (Hery, 2017, p. 16) menyatakan bahwa:

“*Leverage* adalah rencana keuangan yang berkaitan dengan pilihan bisnis untuk membiayai investasinya. perusahaan yang menggunakan hutang harus menutupi biaya bunga dan pokok. Karena tingginya risiko gagal bayar yang terkait dengan penggunaan utang (*external financing*), perhatian harus diberikan untuk memastikan bahwa bisnis dapat membayar utang.”

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

Menurut (Purnama, 2017) menyatakan bahwa total kewajiban dan total aset perusahaan dibandingkan untuk menentukan leverage-nya. Kepercayaan kreditur akan dipengaruhi oleh

risiko perusahaan dalam kemampuan membayar utangnya, yang meningkat dengan rasio leverage yang lebih besar. Diperkirakan nilai rasio leverage yang tinggi menunjukkan utang eksternal yang cukup besar.

Menurut (Kodriyah dan Fitri, 2017) menyatakan bahwa rasio *leverage* adalah ukuran dari jumlah pembiayaan hutang yang dimiliki sebuah perusahaan. Bahwa perusahaan menggunakan hutang dalam batas jumlah yang berlebih, mengakibatkan menderita karena akan masuk dalam kategori leverage ekstrim, artinya akan terperangkap dengan banyak hutang dan sulit untuk keluar dari bawahnya. Karena ketidakmampuan perusahaan untuk melakukan pembayaran utang tepat waktu, yang telah menempatkannya pada risiko gagal bayar, dapat diharapkan untuk melakukan manajemen laba.

Manajemen Laba

Menurut (Sulistyanto, 2014, p. 6) menyatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan untuk manajemen bisnis strategi mengubah atau mempengaruhi data laporan keuangan upaya untuk mengelabui pihak yang berkepentingan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kinerja dan kondisi perusahaan merupakan manajemen laba.”

Menurut (Hery, 2017, p. 85) menyatakan bahwa:

“Laba merupakan hasil dari pencocokan pendapatan dengan biaya. Untuk menghindari kerugian bagi perusahaan, manajemen harus dapat memperkirakan jumlah pemasukan yang wajib didapat serta bayaran yang hendak dikeluarkan industri di era yang hendak tiba. Industri membutuhkan keuntungan untuk bertahan hidup dan menentukan tingkat keberhasilannya. Keputusan investasi masa depan dapat didasarkan pada keuntungan tahun berjalan.”

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan aturan akuntansi memang menawarkan sejumlah metode dan prosedur tambahan yang dapat digunakan, tindakan manajer untuk memanipulasi komponen akrual diskresioner untuk memperkirakan tingkat keuntungan perusahaan.

Menurut (Andini dan Amboningtyas, 2020) Pengelolaan laba merupakan tantangan yang sering muncul di tempat kerja. Konflik keagenan, atau konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang berperan selaku prinsipal serta eksekutif yang berperan selaku agen, merupakan tahap awal dalam tata cara manajemen untuk mengatur laba. Owner yang terpicat untuk mendanakan mendapatkan kenaikan profit untuk meningkatkan pengembalian saham mereka. Agen yang berhasil diberikan remunerasi kontrak yang signifikan

III. METODE

Teknik Pengumpulan Data

Industri manufaktur pada sub zona santapan serta minuman yang tertera di www.sahamu.com dan BEI dipilih sebagai populasi riset.

Perusahaan di bidang makanan dan minuman dipilih oleh peneliti karena memegang peranan penting dalam mengarahkan peneliti untuk mempelajari perusahaan tersebut.

Sampel adalah bagian dari populasi, namun tetap mengandung fitur atau data yang relevan. *Purposive sampling* adalah pendekatan pengambilan sampel yang digunakan, dan melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang dicocokkan dengan tujuan riset serta permasalahan riset yang diperoleh. Dalam riset ini, patokan ilustrasi merupakan selaku selanjutnya:

1. Industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020
2. Industri yang mengalami kerugian selama periode 2017-2020

3. Industri yang tidak menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
4. Industri yang memiliki informasi dan lengkap untuk kebutuhan analisis

Teknik Analisis Data

Analisis ini menggunakan sejumlah teknik analisis, termasuk perhitungan statistik untuk mencoba anggapan analisa kuantitatif data dipakai dalam riset ini. Untuk membuat tabel dan penjelasan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang temuan analisis, Langkah pertama dalam analisis data kuantitatif adalah mengumpulkan informasi yang secara tepat mencerminkan sampel peneliti. Data ini kemudian diolah kembali menggunakan SPSS ver. 24 (*statistical Package for the Social Sciences*). Menurut (Ghozali, 2018, p. 15) SPSS adalah perangkat lunak yang menggunakan statistik parametrik dan non-parametrik untuk memeriksa data dan melakukan perhitungan statistik. Metode analisa data yang dipakai dalam riset ini merupakan selaku selanjutnya:

1. Analisa Statistik Deskriptif

Analisa statistik deskriptif dicoba untuk mengenali cerminan biasa dari data yang dipakai dalam riset ini, Mean, nilai terendah, nilai maksimum, dan standar deviasi dari variabel yang diteliti akan diperiksa dan dibahas dalam kaitannya dengan analisis deskriptif Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Percobaan normalitas bermaksud untuk mengecek apakah elastis bebas ataupun terikat dalam model regresi terdistribusi dengan cara wajar. Semacam dikenal, percobaan t serta F membayangkan kalau terdistribusi dengan cara wajar.

- b. Uji Multikolonieritas

Percobaan multikolonieritas bermaksud untuk membenarkan apakah model regresi menciptakan ikatan antara elastis bebas. Variabel independen dalam model regresi yang tepat tidak boleh berhubungan satu sama lain. (Ghozali, 2018, p. 107).

- c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah residual dari satu observasi dalam model regresi mempunyai varians yang berlainan dari residual dari observasi yang lain. Model regresi yang terbaik merupakan yang tercantum homoskedastisitas ataupun tidak tercantum heteroskedastisitas. Diucap homoskedastisitas bila residual dari satu observasi ke observasi selanjutnya senantiasa, serta diucap heteroskedastisitas bila berganti. (Ghozali, 2018, p. 137).

- d. Uji Autokorelasi

Percobaan autokorelasi bermaksud mencoba apakah untuk memandang apakah kekeliruan pengacau pada rentang waktu t serta kekeliruan pengacau pada rentang waktu t- 1 berkorelasi memakai model regresi linier (Ghozali, 2018, p. 111).

2. Analisis Regresi

Analisa regresi berarti mendeskripsikan ikatan antara elastis terbatas serta bebas untuk mengukur ikatan antara 2 elastis ataupun lebih. Pada intinya, analisa ini membuktikan pembelajaran mengenai ikatan antara elastis serta satu ataupun lebih

elastis dengan tujuan untuk berspekulasi nilai pada umumnya elastis terikat bersumber pada nilai elastis leluasa yang dikenal.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien pemastian (R^2) dipakai untuk menerangkan instabilitas elastis terbatas ditunjukkan oleh koefisien pemastian (R^2). Koefisien pemastian mempunyai nilai antara 0 dan 1. Kemampuan variabel dependen sangat dibatasi oleh nilai R^2 yang rendah.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Percobaan statistik F dipakai untuk mengenali apakah akibat elastis bebas serta terbatas mempengaruhi beriringan (Ghozali, 2018, p. 98) batas signifikansi untuk pengujian ini adalah 0,05 (5%),

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Tujuan dari percobaan t statistik merupakan untuk membuktikan sepanjang mana tiap-tiap elastis bebas atau penjelas memberikan kontribusi untuk penjelasan varians dependen. (Ghozali, 2018, p. 98). Variabel dianggap memiliki dampak yang cukup besar jika t-hitung melebihi t-tabel pada tingkat signifikansi 5%. Variabel berpengaruh besar jika t-hitung lebih kecil dari data pada t-tabel pada tingkat 5%, dan sebaliknya jika selisihnya lebih kecil.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien pemastian membuktikan seberapa baik model bisa menerangkan alterasi elastis terbatas (R^2). Koefisien pemastian mempunyai bentang antara 0 serta 1. Nilai R^2 yang kecil amat menghalangi nilai elastis dependen. Variabel bebas nyaris seluruhnya sesuai untuk alterasi elastis terbatas bila nilainya mendekati 1.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.665 ^a	.443	.366	.00342	2.114

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Bersumber pada bagan di atas model summary, akibat sebesar 37% dari perkembangan pemasaran, pemograman pajak, dimensi industri, serta leverage terhadap manajemen laba ditunjukkan oleh Adjusted R-Square nilai sebesar 0,366. Sedangkan faktor lain dipengaruhi variable yang lain.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistic F dipakai untuk memastikan apakah elastis bebas serta terbatas mempengaruhi berbarengan (Ghozali, 2018, p. 98).

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	4	.000	3.206	.023 ^b
	Residual	.002	39	.000		
	Total	.002	43			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan kalau nilai sig merupakan 0,023, lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Perkembangan pemasaran, pemograman pajak, dimensi industri, serta leverage seluruhnya mempengaruhi pada manajemen laba secara simultan, dengan $\text{sig} < 0,05$ ($0,023 < 0,05$).

- Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Tujuan dari uji t statistik adalah Untuk memperjelas bagaimana masing-masing variabel independen bekerja atau untuk memberikan masukan untuk penjelasan variabel dependen. (Ghozali, 2018, p. 98).

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.005	.008		-.678	.502
	X1	.022	.008	.401	2.719	.010
	X2	.001	.008	.024	.166	.869
	X3	.000	.000	.092	.651	.519
	X4	.004	.003	.192	1.330	.191

a. Dependent Variable: Y

a. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1)

Hipotesis dalam penelitian H1 dapat diterima berdasarkan hasil pengujian variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi 0,010, nilai 0,05 ($0,010 < 0,05$),

- dan kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba.
- b. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_2)
Hipotesis dalam penelitian H_2 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian, variabel perencanaan pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,869. Berdasarkan nilai 0,05 ($0,869 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba .
 - c. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3)
Hipotesis dalam penelitian H_3 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,519. Berdasarkan hasil nilai 0,05 ($0,519 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
 - d. Hasil pengujian hipotesis keempat (H_4)
Hipotesis dalam penelitian H_4 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,19. Berdasarkan nilai 0,05 ($0,191 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017–2020 pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba. Dengan nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05.
2. Hasil pengujian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.869 lebih besar dari 0.05.
3. Hasil pengujian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.519 lebih besar dari 0.05.
4. Hasil pengujian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 *Leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.191 lebih besar dari 0.05.
5. Pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh simultan terhadap manajemen laba, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai α 0.05 ($0.023 < 0.05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani, F., & Lestari, S. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 77–88. <https://doi.org/10.23917/REAKSI.V4I1.8063>
- Andini, R., & Amboningtyas, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 557. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.300>
- Anindya, W., Nur, E., & Yuyetta, A. (2020). Pengaruh *Leverage*, *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29136/24632>
- Fahmie, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014). *Jurnal Ilmiah. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 6(2), 119–131.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS. Badan Universitas Diponegoro.
- Hery. (2017). Kajian Riset Akuntansi. PT Grasindo.
- Kasmir. (2019). Analisa Laporan Keuangan. PT RajaGrafindo Persada.
- Kodriyah, & Fitri, A. (2017). Pengaruh *Free Cash Flow* dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.30656/JAK.V4I1.218>
- Lestari, D. S. A., Kurnia, I., & Yuniati, Y. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 129–150. <https://doi.org/10.31955/MEA.VOL2.ISS3.PP84-108>
- Pohan, C. A. (2017). Manajemen Perpajakan strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Purnama, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.25134/jrka.v3i1.676>
- Sulistyanto, S. (2014). Manajemen Laba : Teori dan Model Empiris. PT Grasindo.
- Zakia, V., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating*. *E-Journal Riset Akuntansi*, 08(04), 26–39. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Akuntansi/issue/view/285>