

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan adalah alat untuk menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu perusahaan secara terstruktur. Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang berguna bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi (PSAK, 2017:1). Laporan keuangan yang mencantumkan informasi-informasi material dapat dijadikan dasar bagi *stakeholder* dalam mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan (laba) dan juga bagi *shareholder* dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi. Laporan keuangan merupakan suatu cerminan dari kondisi perusahaan karena memuat informasi mengenai posisi keuangan, dan juga menunjukkan seberapa besar kinerja manajemen serta merupakan sumber dalam mengevaluasi kinerja manajemen (Ramanda, dkk, 2022).

Dari beberapa jenis laporan keuangan yang ada, laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang sering diperhatikan oleh pihak pengguna. Laporan laba rugi berisi informasi yang berkaitan dengan ukuran kinerja perusahaan yang disampaikan dalam bentuk laba atau rugi. Informasi mengenai laba membantu perusahaan untuk memprediksikan dan melihat seberapa besar laba yang dapat dihasilkan untuk periode yang mendatang, ukuran laba juga menggambarkan bagaimana kinerja manajemen dalam menghasilkan laba guna membayar dividen investor, bunga kreditor dan pajak pemerintah. (Hery, 2018:34). Informasi laba

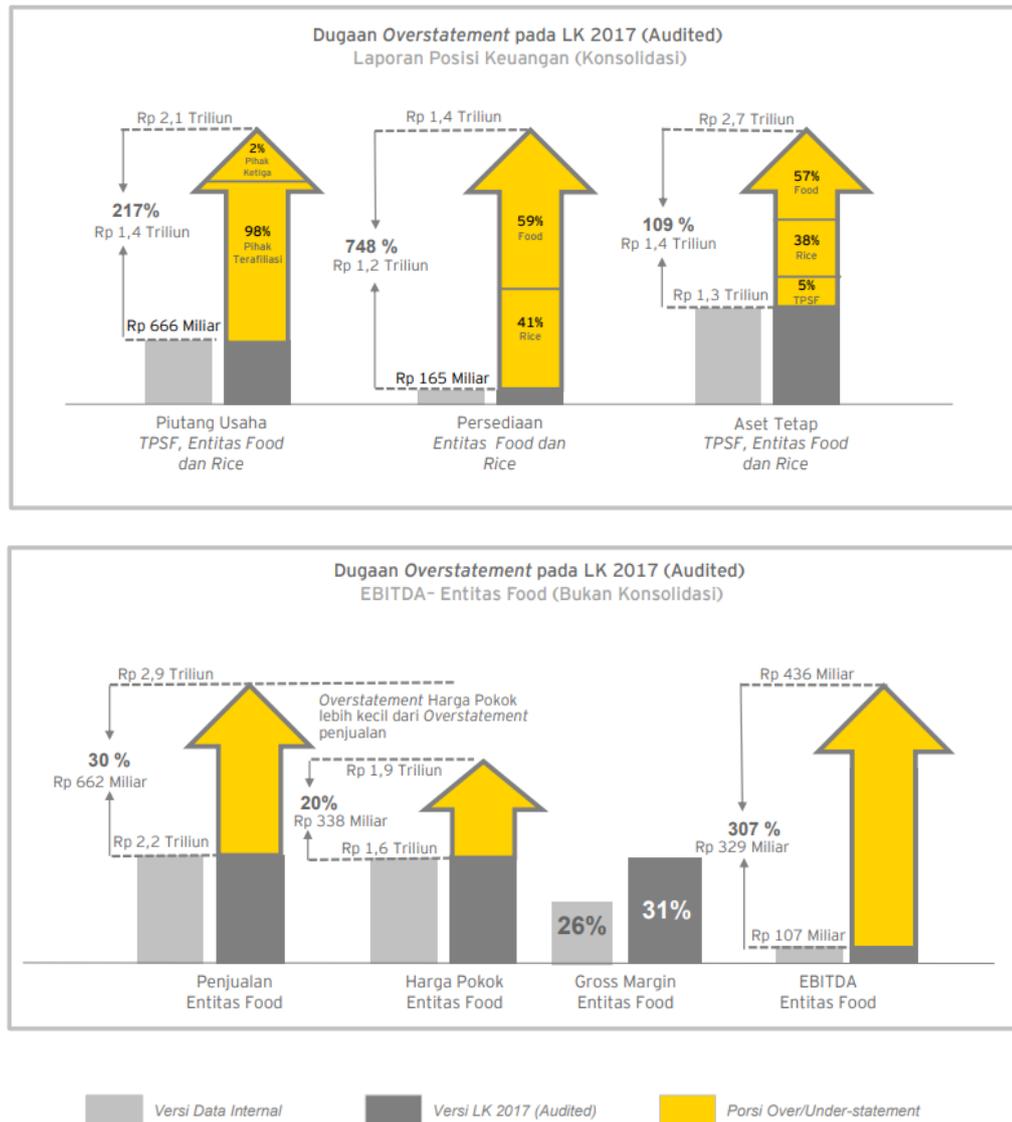
sering digunakan para *stakeholder* dan *shareholders* sebagai tolak ukur kinerja perusahaan untuk melihat apakah tujuan operasi sudah tercapai dan juga sebagai pertanggungjawaban manajemen serta menjadi dasar dalam pengambilan sebuah keputusan (Panjaitan dan Muslih, 2019). Laba mencerminkan bahwa perusahaan telah mencapai kinerja yang baik. Laba berkaitan erat dengan pembagian deviden kepada pemilik perusahaan. Sehingga manajemen berusaha untuk mencapai target laba agar memperoleh manfaat dari apa yang telah dilakukannya.

Informasi laba ini menjadi sasaran utama yang direkayasa oleh manajemen sesuai dengan kepentingan manajemen itu sendiri. Informasi ini digunakan sebagai bentuk pelaporan kinerja untuk pihak investor sehingga manajemen cenderung melaporkan laba yang baik sehingga asimetri informasi yang terjadi dapat meningkatkan kecenderungan manajemen untuk memanipulasi laba. Dalam hal ini dapat disebut bahwa perusahaan melakukan praktik manajemen laba.

Manajemen laba timbul akibat adanya perbedaan kepentingan antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*) atau yang sering disebut dengan konflik keagenan serta perbedaan informasi yang diterima dimana informasi yang diterima oleh *principal* lebih sedikit dari pada *agent* (Jensen dan Meckling, 1976). Praktik manajemen laba dapat mempengaruhi kewajaran dari penyajian laporan keuangan, sehingga laporan keuangan dapat menyesatkan pemakainya padahal seharusnya berguna bagi pemakainya. Manajemen laba tidak selalu dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi pada pemilihan metode akuntansi yang sengaja dipilih oleh manajemen.

Fenomena manajemen laba pernah terjadi pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk atau AISA. Berdasarkan keluarnya hasil investigasi oleh PT. Ernst & Young Indonesia serta audit oleh RSM International pada laporan keuangan tahun 2017.

Gambar 1.1
Rincian Temuan



Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan rincian temuan diatas, terdapat dugaan overstatement sebesar Rp 4 triliun pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap Grup TPSF dan sebesar Rp 662 miliar pada Penjualan serta Rp 329 miliar pada EBITDA Entitas Food.

Terdapat dugaan aliran dana sebesar Rp 1,78 triliun dengan berbagai skema dari Grup TPSF kepada pihak-pihak yang diduga terafiliasi dengan Manajemen Lama. Terkait hubungan dan transaksi dengan pihak terafiliasi, tidak ditemukan adanya pengungkapan (*disclosure*) secara memadai kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang relevan. Hal ini berpotensi melanggar Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No. KEP-412/BL/2009 tentang Transaksi Afiliasi dan Benturan Kepentingan Transaksi Tertentu.

Perilaku manajemen laba muncul dikarenakan ada faktor yang telah mempengaruhi perilaku tersebut yaitu salah satunya adalah *leverage*. *Leverage* merupakan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai dengan utang. Perusahaan akan berusaha memenuhi perjanjian utang agar memperoleh penilaian yang baik dari kreditur. Hal inilah yang kemudian dapat memotivasi manajer melakukan manajemen laba untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang. Menurut (Agustia dan Suryani, 2018), perusahaan yang mempunyai rasio leverage tinggi akibat besarnya jumlah utang dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan, diduga akan melakukan praktek manajemen laba karena perusahaan terancam *default* yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya. Agustia dan Suryani (2018), Satria dan Jeni (2020), Fandriani dan Tunjung (2019) melakukan penelitian untuk melihat pengaruh *leverage* perusahaan terhadap tindakan manajemen laba. Hasil penelitian berhasil memperoleh bukti bahwa *leverage* berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba. Namun, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handini (2021), Fahmi (2018) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap praktek manajemen laba.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama satu periode waktu tertentu (Agustia dan Suryani, 2018). Apabila profitabilitas yang dihasilkan perusahaan tinggi berarti perusahaan berhasil memperoleh laba yang baik. Laba perusahaan yang baik cenderung mengurangi motivasi manajemen dalam melakukan praktik manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2019), Handini (2021), Febria (2020) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Agustia & Suryani (2018), Satria dan Jeni (2020), Jumiyanti, dkk (2021), Fandriani dan Tunjung (2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi manajemen laba. Pada umumnya ukuran perusahaan dibagi dalam 3 bentuk yaitu besar, menengah, dan kecil. Penentuan ini didasarkan dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Jika dibandingkan perusahaan kecil, perusahaan sedang sampai besar lebih cenderung terdorong untuk melakukan tindakan manajemen laba. Hal ini dikarenakan kebutuhan dana didapatkan dari investor, sehingga manajemen laba dilakukan supaya laporan keuangan terlihat baik dan investor tertarik untuk menanamkan modal ke perusahaan (Jumiyanti, dkk, 2021). Terdapat perbedaan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2019), Jumiyanti, dkk (2021), dan Handini (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan menurut penelitian Agustia & Suryani (2018), Satria dan Jeni (2020), Fandriani dan Tunjung (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Faktor lainnya yang bisa mempengaruhi tindakan manajemen laba yaitu kompensasi bonus. Jika kompensasi bonus diberikan oleh perusahaan kepada manajer dengan mendasarkan kompensasi manajer pada suatu kinerja dalam pengoperasian perusahaan, maka manajer akan melakukan praktik manajemen laba. Dengan pemberian kompensasi, maka manajer akan berusaha untuk meningkatkan kinerja demi kepentingan pemegang saham. Sehingga, semakin tinggi kompensasi bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer perusahaan, semakin tinggi pula manajer dalam melakukan praktik manajemen laba untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan (Prihastomo & Khafid, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan & Muslih (2019), Ramanda, dkk (2022), Syaddyah, dkk (2019) menyatakan bahwa kompensasi bonus berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Rosady & Abidin (2018), Muhammad & Pribadi (2020), dan Shania, dkk (2022) menyatakan bahwa kompensasi bonus tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Fenomena manajemen laba sangat menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran akan perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu, yaitu dengan adanya kemungkinan munculnya manajemen laba yang dilakukan oleh manajer dengan merekayasa laba perusahaannya menjadi lebih tinggi, rendah ataupun selalu sama selama beberapa periode, karena adanya motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk mengatur data keuangan khususnya laba yang dilaporkan.

Dilihat dari fenomena yang terjadi dan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten, maka peneliti termotivasi kembali untuk meneliti kembali pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kompensasi bonus terhadap

manajemen laba. Peneliti mengambil sampel pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Leverage*, *Profitabilitas*, *Ukuran Perusahaan*, dan *Kompensasi Bonus* terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*?
2. Apakah *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*?
3. Apakah *ukuran perusahaan* berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*?
4. Apakah *kompensasi bonus* berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022
4. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi bonus terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wadah untuk mengembangkan pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah dalam pengaplikasian teori yang berkaitan dengan manajemen laba perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan gambaran antara teori yang dilaksanakan selama masa perkuliahan dengan penerapan sebenarnya tentang seberapa besar pengaruh *leverage*,

profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kompensasi bonus terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam menilai kinerja manajemen dan sebagai pertimbangan agar dapat mengambil keputusan yang tepat atas laporan keuangan perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi adalah cabang teori permainan yang mempelajari rancangan kontrak untuk memotivasi agen rasional untuk bertindak atas nama *principal* saat kepentingan agen tersebut bertentangan dengan milik *principal* (Scott, 2020). Teori agensi menurut Rahayu,dkk. (2018:7) yaitu: “Teori agensi berasumsi bahwa entitas terpisah dari pemiliknya. Hubungan agensi adalah kontrak antara satu atau lebih *principal* (pemegang saham) dengan agen (manajemen perusahaan) untuk bertindak menurut kepentingan mereka termasuk mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen.” Agen diasumsikan memaksimalkan kepentingan pribadi sehingga tidak selalu bertindak sesuai dengan keinginan *principal* sehingga dapat menimbulkan konflik agensi. Konflik ini dapat berupa adanya tindakan untuk saling menguntungkan dirinya sendiri dan menomorduakan kepentingan perusahaan

Teori agensi menurut Supriyono (2018:63) adalah konsep yang mendeskripsikan hubungan antara prinsipal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), prinsipal mengontrak agen untuk bekerja demi kepentingan atau tujuan prinsipal sehingga prinsipal memberikan wewenang pembuatan keputusan kepada agen untuk mencapai tujuan tersebut. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa teori agensi adalah teori yang timbul antara 2 pihak yaitu pemilik dengan manajemen. Kedua pihak ini mempunyai tujuan yang berbeda, pihak pemilik menginginkan laba yang sebesar-besarnya sedangkan pihak

manajemen menginginkan bonus yang besar. Sehingga kedua pihak ini selalu terjadi konflik karena perbedaan tujuan tersebut.

Hubungan Keagenan Menurut Ghozali dan Chariri (2022), menyatakan bahwa terdapat 3 hubungan keagenan antara lain :

- a. Antara pemegang saham (pemilik) dengan manajemen, apabila manajemen memiliki jumlah saham yang lebih sedikit dibanding perusahaan lain, maka manajer akan cenderung melaporkan laba lebih tinggi atau konservatif. Hal ini dikarenakan pemegang saham menginginkan dividen maupun capital gain dari saham yang dimilikinya. Sedangkan manajer ingin dinilai kinerjanya bagus dan mendapatkan bonus, maka manajer melaporkan laba yang lebih tinggi. Namun jika kepemilikan manajer lebih banyak dibanding para investor lain, maka manajemen cenderung melaporan laba lebih konservatif.
- b. Antara manajemen dengan kreditur, manajemen cenderung melaporkan labanya lebih tinggi karena pada umumnya kreditur beranggapan bahwa perusahaan dengan laba yang tinggi akan melunasi utang dan bunganya pada tanggal jatuh tempo.
- c. Antara manajemen dengan pemerintah, manajer cenderung melaporkan labanya secara konservatif. Hal ini dikarenakan untuk menghindari pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah, para analis sekuritas dan pihak yang berkepentingan lainnya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 hubungan keagenan yaitu hubungan antara pemegang saham dengan manajemen, manajemen dengan kreditur, dan manajemen dengan pemerintah.

2.1.2 Teori Akuntansi Positif

Perkembangan teori akuntansi positif tidak dapat dilepaskan dari ketidakpuasan praktisi terhadap teori normatif (Watt dan Zimmerman, 1986). Selanjutnya dinyatakan bahwa dasar pemikiran untuk menganalisa teori akuntansi dalam pendekatan normatif terlalu sederhana dan tidak memberikan dasar teoritis yang kuat. Terdapat tiga alasan mendasar terjadinya pergeseran pendekatan normatif ke positif yaitu (Watt dan Zimmerman, 1986):

- a. Ketidakmampuan pendekatan normatif dalam menguji teori secara empiris, karena didasarkan pada premis atau asumsi yang salah sehingga tidak dapat diuji keabsahannya secara empiris.
- b. Pendekatan normatif lebih banyak berfokus pada kemakmuran investor secara individual daripada kemakmuran masyarakat luas.
- c. Pendekatan normatif tidak mendorong atau memungkinkan terjadinya alokasi sumber daya ekonomi secara optimal di pasar modal. Hal ini mengingat bahwa dalam sistem perekonomian yang berdasarkan pada mekanisme pasar, informasi akuntansi dapat menjadi alat pengendali bagi masyarakat dalam mengalokasikan sumber daya ekonomi secara efisien.

Watts dan Zimmerman (1986) merumuskan tiga hipotesis dalam teori akuntansi positif, yaitu:

- a. Hipotesis rencana bonus (*Bonus Plan Hypothesis*), dalam keadaan *ceteris paribus* para manajer perusahaan dengan rencana bonus akan lebih memungkinkan untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang atau dikenal dengan income smoothing. Dengan hipotesis tersebut apabila manajer dalam

sistem penggajiannya sangat tergantung pada bonus akan cenderung untuk memilih metode akuntansi yang dapat memaksimalkan gajinya.

- b. Hipotesis perjanjian hutang (*Debt Covenant Hypothesis*), dalam keadaan *ceteris paribus* manajer perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* (*debt/equity*) yang besar akan lebih suka memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang. Dengan memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan pengakuan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang maka perusahaan akan mempunyai *leverage ratio* yang kecil. Seperti diketahui bahwa banyak perjanjian hutang mensyaratkan peminjam untuk mematuhi atau mempertahankan rasio hutang atas modal, modal kerja, ekuitas pemegang saham, dan sebagainya selama masa perjanjian. Jika perjanjian tersebut dilanggar perjanjian hutang mungkin memberikan penalti, seperti kendala dalam pinjaman tambahan.
- c. Hipotesis biaya politik (*Political Cost Hypothesis*), dalam keadaan *ceteris paribus* semakin besar biaya politik perusahaan, semakin mungkin manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang menangguhkan pelaporan laba periode sekarang ke periode mendatang. Hipotesis ini berdasarkan 3 asumsi bahwa perusahaan dengan biaya politik yang besar lebih sensitif dalam hubungannya untuk mentransfer kemakmuran yang mungkin lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang biaya politiknya kecil. Dengan kata lain perusahaan besar cenderung lebih suka menurunkan atau mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan kecil.

Tiga hipotesis tersebut menunjukkan bahwa teori akuntansi positif mengakui adanya 3 hubungan keagenan, yaitu antara manajemen dengan pemilik, antara manajemen dengan kreditur, antara manajemen dengan pemerintah.

2.1.3 Manajemen Laba

Schipper (1986) adalah orang pertama yang memberikan definisi manajemen laba. Schipper (1986) mendefinisikan manajemen laba adalah manajemen pengungkapan, yakni pelaporan keuangan diintervensi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi. Manajemen melakukan upaya-upaya rekayasa dengan menggunakan teknik-teknik tertentu agar tampilan pelaporan keuangannya terlihat lebih baik, terlihat lebih tinggi labanya, atau terlihat lebih rendah labanya. Tampilan tersebut disesuaikan dengan tujuan yang diharapkan manajemen, yaitu penurunan tarif pajak, penghindaran monopoli. Kompensasi dan bonus, tekanan kovenan utang, dan motivasi-motivasi lainnya.

Supriyono (2018: 123) menyatakan bahwa: “Manajemen Laba adalah semua tindakan yang digunakan oleh para manajer untuk memengaruhi laba sesuai dengan tujuannya”. Menurut Hery (2018:50) menyatakan bahwa: “Manajemen Laba merupakan permasalahan moral yang paling penting bagi profesi akuntansi. Manajemen laba dapat diartikan sebagai sebuah trik akuntansi di mana fleksibilitas dalam penyusunan laporan keuangan digunakan atau dimanfaatkan oleh manajer yang berusaha untuk memenuhi target laba”.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan aktivitas manajerial yang dilakukan untuk mempengaruhi laporan keuangan baik dengan cara memanipulasi atau dengan cara menggunakan metode

akuntansi yang pada akhirnya hal tersebut dilakukan untuk memperoleh keuntungan dan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam perusahaan.

Teknik untuk merekayasa laba dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok, yaitu :

- 1) Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi.

Cara manajemen untuk mempengaruhi laba melalui judgement terhadap estimasi akuntansi antara lain, estimasi tingkat piutang tidak tertagih, 3 estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi, dan lain-lain.

- 2) Mengubah metode akuntansi.

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh: merubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

- 3) Menggeser periode biaya atau pendapatan.

Beberapa orang menyebut rekayasa jenis ini sebagai manipulasi keputusan operasional (Fischer dan Rozenzweig, 1995; Bruns dan Merchant, 1990). Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain: mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian sampai periode akuntansi berikutnya (Daley dan Vigeland, 1983) dan mempercepat/menunda pengeluaran.

Teknik manajemen laba menurut Scott (2020) ada 4 yaitu :

- a) *Taking a bath* : Teknik ini dapat dilakukan dengan mengatur laba menjadi tinggi ataupun rendah jika dibandingkan laba tahun sebelumnya.

- b) *Income Minimization* : Teknik ini dapat dilakukan dengan menjadikan laba sebenarnya lebih rendah pada saat pelaporan laba.
- c) *Income Maximation* : Teknik ini dapat, dilakukan dengan menjadikan laba sebenarnya lebih tinggi pada saat pelaporan laba.
- d) *Income Smoothing* : Teknik ini dapat dilakukan dengan cara pelaporan laba yang stabil agar mengurangi fluktuasi laba yang terjadi.

2.1.4 *Leverage*

Leverage merupakan rasio yang memproyeksikan keadaan hutang dalam keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2018:153) “*Leverage* adalah rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang.”

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Kasmir, pengertian *leverage* ini ditegaskan kembali oleh Kartikahadi (2020:161) menjelaskan bahwa rasio *leverage* atau disebut juga rasio solvabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban liabilitasnya. Rasio ini menghasilkan informasi jumlah relatif liabilitas yang digunakan untuk membiayai usahanya.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa rasio *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* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan seberapa banyak aset perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham dibandingkan dengan aset yang dimiliki oleh kreditor (pemberi hutang). Jika pemegang saham memiliki lebih banyak aset, maka perusahaan tersebut dikatakan kurang *leverage*. Namun jika kreditor (pemberi hutang) memiliki mayoritas aset, maka perusahaan yang bersangkutan dikatakan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Rasio *leverage* ini sangat membantu manajemen maupun investor untuk memahami bagaimana tingkat risiko struktur modal pada perusahaannya.

Menurut Kasmir (2018:153) berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

- a. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
- b. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
- c. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
- d. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
- e. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
- f. Untuk menilai dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
- g. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendirinya yang dimiliki.

Sedangkan, menurut Kasmir (2018:154) berikut adalah beberapa manfaat *leverage* yaitu:

- a. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
- b. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
- c. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
- d. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
- e. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
- f. Untuk menganalisis dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
- g. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

Pada rasio *leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage* berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir dalam bukunya (2018:155) yaitu:

- a. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Hutang terhadap Ekuitas)

Debt to Equity Ratio atau Rasio Hutang terhadap Ekuitas merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara ekuitas dan hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to Equity Ratio (DER)* atau Rasio Hutang Terhadap Ekuitas ini dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*liabilities*) dan membaginya dengan ekuitas (*equity*).

b. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Debt Ratio atau Rasio Hutang adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya.

Debt Ratio atau Rasio Hutang ini dihitung dengan membagikan total hutang (total liabilitas) dengan total aset yang dimilikinya. *Debt Ratio* ini sering juga disebut dengan rasio hutang terhadap total aset (*total debt to total assets ratio*).

c. *Times Interest Earned Ratio*

Times Interest Earned adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. *Times Interest Earned Ratio* ini juga sering disebut juga *Interest Coverage Ratio*.

2.1.5 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2018:196), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2021 : 197), pengertian profitabilitas adalah pendapatan bersih dari serangkaian kebijakan dan juga keputusan, ditetapkan dengan cara menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu yang digunakan yaitu rasio keuangan, yang mana dijadikan sebagai analisis dalam menganalisis kondisi keuangan suatu perusahaan, hasil operasi, sampai pendapatan.

Menurut Hery (2018 : 192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari

aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki, yaitu berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal. Alat yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu rasio profitabilitas.

Berikut beberapa jenis-jenis rasio profitabilitas (Hery, 2018:314 ; Sudana, 2019:217):

1) Hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset

berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

2) Hasil pengembalian atas ekuitas (*Return On Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan ekuitas.

Semakin tinggi pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

3) Margin laba kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor dengan terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang dimaksud dengan penjualan bersih disini adalah penjualan (tunai ataupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

Semakin tinggi margin laba kotor berarti semakin tinggi pula jumlah laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan

karena tingginya harga jual dan atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor berarti semakin rendah pula jumlah laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya harga jual dan atau tingginya harga pokok penjualan.

4) Margin laba operasional (*Operating Profit Margin*)

Margin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional disini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Semakin tinggi margin laba operasional berarti semakin tinggi pula jumlah laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin rendah margin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang di hasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor dan atau rendahnya beban operasional.

5) Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak

penghasilan dengan laba beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan disini adalah laba operasional ditambah dengan pendapatan dan keuntungan lain-lain kemudian dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

Semakin tinggi margin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

6) *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak.

Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan menurut Kasmir (2018:197) dan Hery (2017:313):

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.
- 5) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
- 6) Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
- 7) Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
- 8) Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar/kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya skala perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2021:4) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut : “Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.

Sedangkan menurut Hery (2017:12) menyatakan bahwa: “Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset ataupun total penjualan bersih”. Semakin besar total aset maupun penjualan, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan

Menurut Jogiyanto (2017: 282) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai berikut: “Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain)”.

Dari pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan merupakan pengelompokan perusahaan kedalam beberapa skala ukuran diantaranya perusahaan besar, perusahaan sedang dan perusahaan kecil. Skala ini merupakan cerminan dari besar kecilnya aktiva atau total aset yang dimiliki perusahaan.

Saat ini di Indonesia pengukuran dan pengelompokan ukuran perusahaan mengacu pada UU No. 20 Tahun 2008. Ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Dalam melakukan klasifikasi ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut: Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah

atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.”

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6 mengatur kriteria ukuran perusahaan dilihat dari segi keuangan dalam modal yang dimilikinya adalah:

1. Kriteria Usaha Makro adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).
 4. Kriteria Usaha Besar adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

Dari kriteria dalam klasifikasi ukuran perusahaan yang diungkapkan oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar/kecilnya aktiva atau aset suatu perusahaan.

2.1.7 Kompensasi Bonus

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Pembentukan sistem kompensasi yang efektif

merupakan bagian penting dari manajemen sumber daya manusia karena membantu menarik dan mempertahankan pekerjaan-pekerjaan yang berbakat. Selain itu sistem kompensasi perusahaan memiliki dampak terhadap kinerja strategis. Hasibuan (2017:119)

Kompensasi bonus adalah salah satu bentuk insentif yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai penghargaan atas kinerja yang baik. Bonus dapat diberikan dalam bentuk uang tunai, saham, atau bentuk lainnya. Menurut Milkovich dan Newman (2017), bonus dapat menjadi alat yang efektif untuk memotivasi karyawan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Menurut Lawler dan Milkovich (2017), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi besarnya kompensasi bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Kinerja karyawan

Kinerja karyawan merupakan faktor utama yang mempengaruhi besarnya kompensasi bonus yang diberikan. Karyawan yang memiliki kinerja yang baik akan mendapatkan bonus yang lebih besar dibandingkan dengan karyawan yang memiliki kinerja yang buruk.

2. Tingkat persaingan di pasar

Tingkat persaingan di pasar juga mempengaruhi besarnya kompensasi bonus yang diberikan. Perusahaan yang berada di pasar yang sangat kompetitif cenderung memberikan bonus yang lebih besar untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih keras.

3. Kebijakan perusahaan

Kebijakan perusahaan juga mempengaruhi besarnya kompensasi bonus yang diberikan. Perusahaan yang memiliki kebijakan yang lebih fleksibel dalam memberikan bonus cenderung memberikan bonus yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kebijakan yang lebih kaku.

4. Kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi juga mempengaruhi besarnya kompensasi bonus yang diberikan. Perusahaan yang berada di masa ekonomi yang sulit cenderung memberikan bonus yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang berada di masa ekonomi yang baik.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Fandriani dan Tunjung (2019) dengan obyek penelitian perusahaan sektor *property, real estate, dan building construction* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah sampel sebanyak 153 data. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, kualitas audit. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, kualitas audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Panjaitan & Muslih (2019) dengan obyek penelitian Perusahaan Sektor Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2017 sebanyak 20 perusahaan.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan kompensasi bonus. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis regresi data panel dengan menggunakan *software Eviews 10* dengan menggunakan metode PLS, FE dan RE. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, kompensasi bonus berpengaruh positif terhadap manajemen laba, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Agustia & Suryani (2018) dengan obyek penelitian perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 sebanyak 17 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan umur perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Fahmi (2018) dengan obyek penelitian perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2012-2014 sebanyak 37 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : profitabilitas, *leverage*, struktur kepemilikan, pertumbuhan penjualan, dan komisaris Independen. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh negatif

terhadap manajemen laba, struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Kusumawati (2019) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 sebanyak 42 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : *Leverage*, *free cash flow*, profitabilitas, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris, komite audit, dan kualitas audit. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris, perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. *Leverage*, *FCF*, kualitas audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, profitabilitas dan ukuran perusahaan dan komite audit berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Satria dan Jeni (2020) dengan obyek penelitian 32 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : Konvergensi IFRS, pertumbuhan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan dan *return on equity*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : Konvergensi IFRS, pertumbuhan perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan dan *return on equity* (profitabilitas) tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Febria (2020) dengan obyek penelitian perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : *leverage*, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel, dengan beberapa pemilihan model uji chow dan uji hipotesis menggunakan *software E-Views*. Hasil dari penelitian ini adalah : *leverage* dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan, profitabilitas mempunyai pengaruh positif manajemen laba.

Jumiyanti, dkk (2021) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 sebanyak 24 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : kepemilikan institusional, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Purwiyanto, dkk (2019) dengan obyek penelitian perusahaan yang pernah terdaftar menjadi peserta CGPI selama periode 2012-2018 sebanyak 13 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : *FCF*, *GCG*, *Leverage*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : *FCF*, *GCG*, dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Handini (2021) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : profitabilitas, *leverage*, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : *Leverage* dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Rosady dan Abidin (2018) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : kompensasi bonus, *leverage*, ukuran perusahaan, *earning power*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : kompensasi bonus, ukuran perusahaan dan *earning power* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba,

Muhammad dan Pribadi (2020) dengan obyek penelitian perusahaan perbankan syariah Indonesia periode 2010–2017. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : kompensasi bonus, pendidikan dewan direksi dan komposisi gender dewan direksi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan model *common effect*. Hasil dari penelitian ini adalah : kompensasi bonus dan pendidikan direksi tidak berpengaruh terhadap manajemen

laba, sedangkan komposisi gender dewan direksi berpengaruh terhadap manajemen laba,

Ramanda, dkk (2022) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : kompensasi bonus, profitabilitas, dan *leverage*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : kompensasi bonus berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan profitabilitas dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Shania, dkk (2022) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : kompensasi bonus, beban pajak tangguhan dan ukuran perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : kompensasi bonus tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, beban pajak tangguhan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Syaddyah, dkk (2019) dengan obyek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : asimetri informasi, perencanaan pajak, dan kompensasi bonus. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi

berganda. Hasil dari penelitian ini adalah : asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba, perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, dan kompensasi bonus berpengaruh negatif terhadap manajemen laba terhadap manajemen laba.

