



PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, SALES GROWTH, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMSI PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022

Vemyta Anggreani¹, Rizka Indri Arfianti²

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Indonesia^{1,2}

vemytaanggreani@gmail.com¹, rizka.indri@kwikkiangie.ac.id²

ABSTRAK

Laporan laba rugi dalam laporan merupakan salah satu indikator penting bagi para pemegang saham dan kreditur untuk mendapatkan informasi laba serta kinerja keuangan suatu perusahaan. Laba mencerminkan bahwa perusahaan telah mencapai kinerja keuangan yang baik. Praktik manajemen laba akan dilakukan manajer untuk mempengaruhi beberapa pihak yang memiliki kepentingan berbeda didalam sebuah perusahaan dengan tujuan agar laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan target laba yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah perencanaan pajak, *sales growth*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Teori yang mendasari penelitian ini adalah Teori Agensi, Teori Akuntansi Positif, dan Teori Sinyal. Penelitian ini menggunakan data 147 sampel perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022. Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat cukup bukti untuk menyatakan bahwa *sales growth* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba, serta tidak terdapat cukup bukti bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba.

Kata kunci : Perencanaan Pajak, *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan, dan Manajemen Laba.

ABSTRACT

The income statement in the financial report is one of the important indicator for shareholders and creditors to obtain information on on profit and financial performance of a company and make investment decisions in a company. Profit reflects that the company has achieved good financial performance. Managers will carry out earnings management practices to influence several parties who have different interests in a company with the aim of ensuring that the financial reports presented are in line with the expected profit targets. This research aims to prove whether tax planning, sales growth, and firm size influence earnings management. The theories underlying this research are Agency Theory, Positive Accounting Theory, and Signalling Theory. This research uses data from 147 samples of consumer non-cyclical sector companies registered on Indonesia Stock Exchange in 2020-2022. The conclusion of this research is there is sufficient evidence in sales growth and firm size to state that both have a positive influence on earnings management, and that there is insufficient evidence that tax planning has a positive influence on earnings management.

Keywords : Tax Planning, Sales Growth, Firm Size, and Earnings Management.



PENDAHULUAN

Laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan menggambarkan kinerja manajemen pada saat mengelola sumber daya perusahaannya (PSAK 1, 2022). Laporan laba rugi menjadi salah satu indikator penting dalam laporan keuangan bagi para pemegang saham dan kreditur untuk mendapatkan informasi laba serta kinerja keuangan suatu perusahaan. Laba berkaitan erat dengan pembagian deviden kepada pemilik perusahaan sehingga laba mencerminkan bahwa perusahaan telah mencapai kinerja keuangan yang baik. Manajemen berusaha untuk mencapai target laba agar tujuan atas apa yang telah dilakukan tercapai

Persaingan antar perusahaan khususnya dalam industri manufaktur di Indonesia sangat ketat terutama pada sektor barang konsumsi primer yang menjadi salah satu sektor dengan jumlah perusahaan terbanyak, sehingga perusahaan juga perlu memiliki keunggulan dalam pengelolaan keuangan yang baik yang dinyatakan dalam jumlah laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Kondisi seperti ini memungkinkan manajer melakukan penyimpangan informasi laba yang biasa dikenal dengan praktik manajemen laba. Secara sektoral, IDX *consumer non-cyclicals* tumbuh 7,89% sepanjang tahun 2022. Kondisi ini menunjukkan pemulihan konsumsi masyarakat ke level pra-pandemi, dengan rata-rata IKK ada di 124,5. Di sisi lain, laju inflasi memang bisa menjadi penghambat. Inflasi Indonesia naik menjadi 5,51% secara tahunan (YoY) pada Desember 2022. Tingkat inflasi yang terjaga itu dapat menjadi sentimen positif bagi pertumbuhan ekonomi. Berlanjut di 2023, kinerja sektor barang konsumsi primer ini cemerlang di awal tahun. Dengan naik turunnya laba perusahaan, secara tidak langsung akan menunjukkan bahwa perusahaan tidak mampu mempertahankan laba yang persisten di masa mendatang. Melakukan manipulasi laba tidak jarang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian para investor.

Menurut Sulistyanto (2018 : 41) manajemen laba dapat didefinisikan sebagai cara yang dilakukan oleh manajer perusahaan untuk memberi pengaruh pada informasi-informasi yang terdapat di dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui para *stakeholder* yang ingin mengetahui bagaimana kinerja dan kondisi di dalam perusahaan. Tindakan perusahaan yang melakukan manajemen laba dapat mengurangi kredibilitas pada laporan keuangan, dan juga menambah bias pada laporan keuangan serta dapat mengganggu para pengguna laporan keuangan yang percaya pada angka hasil rekayasa tersebut sebagai angka yang sebenarnya.

Fenomena yang terjadi pada PT Boga Mulia Raya Tbk (KEJU) yang mengalami stagnansi pada penjualan bersihnya di tahun 2022 dan PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) yang mengalami penurunan laba bersih sepanjang kuartal I/2023 menunjukkan bahwa praktik manajemen laba pada perusahaan tersebut masih belum dilakukan dengan baik. Kedua perusahaan tersebut merupakan perusahaan industri manufaktur pada sektor barang konsumsi primer. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak, *sales growth*, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi dijabarkan secara lebih rinci oleh Jensen & Meckling (1976), teori keagenan (*agency theory*) merupakan sebuah teori yang mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) dengan manajemen perusahaan yang terjadi sebagai akibat dari adanya pemisahan fungsi antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*principal*) memerintahkan pihak lain (*agent*) untuk melakukan suatu pekerjaan dan memberikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. *Principal* yang dimaksud dalam teori keagenan ini adalah pemilik atau pemegang saham perusahaan, sedangkan *agent* adalah manajemen perusahaan yang mengelola kekayaan yang dimiliki oleh pemilik perusahaan.

Adanya informasi yang terdistribusi secara tidak merata diantara pemegang saham dan manajemen perusahaan menyebabkan manajer berkemungkinan melakukan praktik manajemen laba agar laporan keuangan disampaikan sesuai dengan harapan *principals*. Motivasi manajemen melakukan praktik manajemen laba ialah ingin memperoleh keuntungan bagi pemegang saham dan manajer. Manajemen laba juga dapat meningkatkan hubungan antara manajer dengan karyawan karena pelaporan laba yang meningkat juga berkemungkinan untuk meningkatkan gaji serta bonus yang didapat karyawan



Teori Akuntansi Positif (*Accounting Positive Theory*)

Teori akuntansi positif dikemukakan oleh Watts & Zimmerman (1990), merupakan teori yang menjelaskan dan memprediksi konsekuensi ekonomis dari berbagai kebijakan dan praktik akuntansi. Semakin tinggi rasio utang pada ekuitas maka semakin tinggi juga kemungkinan manajer akan melakukan metode akuntansi positif untuk meningkatkan pendapatan Manuela dan Wulan et al (2022). Tindakan manajemen laba dalam bentuk perataan laba mendasari adanya perilaku manajemen perusahaan dalam pengakuan laba pada laporan keuangan ketika mengelola laba perusahaan. Kewenangan manajemen dalam penyampaian laporan keuangan mendorong pengelolaan laba perusahaan itu sendiri.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Ross (1977) tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal terhadap pengguna laporan keuangan dengan seharusnya. Teori ini diambil berdasarkan pemikiran bahwa manajemen akan memberikan informasi kepada pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik yang berkaitan dengan perusahaan (Sandra et al., 2022). Praktik manajemen laba merupakan salah satu cara manajemen perusahaan dalam menampilkan laporan keuangan yang baik sesuai dengan harapan pemegang saham.

Teori sinyal dapat diartikan sebagai informasi perusahaan untuk memberikan hasil positif atau negatif terhadap pemegang saham. Pemegang saham akan diuntungkan jika manajemen laba digunakan untuk memberi sinyal mengenai informasi privat yang dimiliki manajer. Sebaliknya, pemegang saham akan dirugikan jika manajemen laba digunakan untuk menghasilkan keuntungan pribadi manajer, seperti menaikkan kompensasi dan mengurangi kemungkinan pemecatan ketika kinerja manajer terhadap perusahaan menurun.

Manajemen Laba

Menurut Scott (2015), manajemen laba adalah penentuan metode, prinsip, dan kebijakan akuntansi oleh pihak manajemen dengan maksud mencapai tujuan tertentu. Laba merupakan komponen penting dalam laporan keuangan yang menjadi perhatian banyak *stakeholder*. Sejalan dengan berkembangnya penelitian akuntansi keuangan dan berperilaku saat ini ada beberapa definisi manajemen laba yang berbeda antara satu dengan lainnya sesuai dengan pemahaman dan penilaian orang yang mendefinisikan terhadap aktivitas pengelolaan dan pengaturan laba. Secara konseptual definisi-definisi itu mempunyai benang merah yang menghubungkan satu definisi dengan definisi lainnya, yaitu menyepakati bahwa manajemen laba merupakan aktivitas manajerial untuk mempengaruhi dan mengintervensi laporan keuangan.

Perencanaan Pajak

Pohan (2013:8) menyatakan bahwa perencanaan pajak merupakan rangkaian strategi untuk mengatur akuntansi dan keuangan perusahaan untuk meminimalkan kewajiban perpajakan dengan cara-cara yang tidak melanggar peraturan perpajakan (*in legal way*). Perencanaan pajak atau *tax planning* adalah usaha yang mencakup perencanaan perpajakan agar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan benar-benar efisien. Tujuan utamanya adalah mencari berbagai celah yang dapat ditempuh dalam koridor peraturan perpajakan (*loopholes*) agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimal. Manfaat yang dapat diperoleh dari perencanaan pajak yang cermat menurut Pohan (2013:20) yaitu penghematan kas keluar, karena beban pajak yang merupakan unsur biaya dapat dikurangi dan dapat mengatur aliran kas masuk dan keluar (*cash flow*), karena dengan perencanaan pajak yang matang dapat diestimasi kebutuhan kas untuk pajak dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat.

Sales Growth

Sales growth atau pertumbuhan penjualan merupakan rasio pertumbuhan yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya. Pertumbuhan penjualan ini mencerminkan pertumbuhan pendapatan suatu perusahaan (Kasmir, 2008). Perusahaan yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang meningkat dari tahun ke tahun akan lebih diminati investor. Karena investor cenderung mempercayakan dananya untuk berinvestasi pada perusahaan yang menghasilkan pendapatan yang cenderung stabil karena dianggap dapat menghindari kerugian dalam berinvestasi.



Ukuran Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, *log size*, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain. Besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat mendorong perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Perusahaan berukuran kecil akan berupaya meningkatkan kinerjanya supaya kondisi perusahaan akan terlihat baik sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Sedangkan perusahaan besar memiliki pengawasan yang lebih ketat sehingga dapat memperkecil kesempatan manajemen untuk bertindak berlawanan dengan tujuan perusahaan. Selain itu, perusahaan besar cenderung lebih dikenal publik dan tidak ingin merusak reputasinya. (Sari & Khafid, 2020)

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba

Perencanaan pajak merupakan langkah awal sebelum perusahaan melakukan pembayaran pajak yang merupakan biaya bagi perusahaan. Manajer sebagai pihak yang bertanggungjawab mengupayakan laba yang tinggi untuk mendapatkan berbagai bonus yang ditawarkan pemilik perusahaan jika manajer mampu mencapai target yang diharapkan (Achyani & Lestari, 2019). Semakin tinggi perencanaan pajak membuat semakin besar peluang perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Perusahaan yang ingin melakukan perencanaan pajak supaya beban pajak dapat diperkecil akan meninjau labanya karena laba merupakan dasar dari pengenaan pajak.

H₁ Perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba

Pengaruh Sales Growth terhadap Manajemen Laba

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang penting untuk mengukur aktivitas perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Meningkatnya hasil penjualan memberikan gambaran mengenai laba yang mengalami peningkatan pula sehingga akan terbentuk pola pikir manajer mengenai cara mengoptimalkan hasil. Menurut Fionita & Fitra (2021), dengan adanya pertumbuhan penjualan atau *sales growth* yang tinggi, membuat manajer cenderung termotivasi dalam melakukan manajemen laba.

H₂ Sales Growth berpengaruh positif terhadap manajemen laba

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Febriyanti (2020) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan memegang peranan penting dalam perusahaan yang melakukan praktik manajemen laba. Perusahaan besar biasanya akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal yang dikenalkan oleh Ross (1977) yang menjelaskan manajemen akan terdorong untuk mempublikasikan informasi yang dimiliki perusahaan untuk menarik para investor. Sehingga kesempatan informasi akan turun dan pihak eksternal akan lebih kritis dalam menyoroti kinerja perusahaan.

H₃ Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

METODE PENELITIAN

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur industri barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan menggunakan 147 sampel data dari laporan keuangan periode 2020 sampai 2022. Peneliti mengambil sampel dengan menggunakan metode *judgement sampling*. Pada penelitian ini, laporan keuangan digunakan sebagai sumber informasi untuk memperoleh data mengenai perencanaan pajak, *sales growth*, ukuran perusahaan, dan manajemen laba.

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini manajemen laba. Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan manajer perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian dari beberapa jurnal, manajemen laba dapat diukur dan dideteksi dengan lebih efektif menggunakan *Modified Jones Model*. Manajemen laba diprosikan



dengan *discretionary accruals* (DAC). Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyanto (2008). Menghitung nilai *discretionary accruals* (DAC) dapat dihitung dengan rumus:

$$DAC_{it} = \frac{TAC}{A_{it-1}} - NDAC_{it}$$

Variabel Independen

1. Perencanaan Pajak

Menurut Pohan (2013) perencanaan pajak merupakan rangkaian strategi untuk mengatur akuntansi dan keuangan perusahaan untuk meminimalkan kewajiban perpajakan dengan cara-cara yang tidak melanggar peraturan perpajakan (*in legal way*). Perusahaan dalam mengukur perencanaan pajak menggunakan tingkat retensi pajak untuk menganalisis suatu ukuran dari tingkat efektivitas manajemen pajak yang dilakukan pada laporan keuangan tahun berjalan yang dirumuskan sebagai berikut :

$$TRR = \frac{Net\ Income}{Pretax\ Income}$$

2. Sales Growth

Definisi *Sales Growth* atau pertumbuhan penjualan secara umum merupakan rasio pertumbuhan yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya. Perusahaan yang memiliki *sales growth* yang tinggi akan termotivasi dalam melakukan tindakan manajemen laba dalam memperoleh laba, sehingga untuk agar perusahaan mempertahankan laba. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki tingkat *sales growth* yang rendah akan cenderung menyedatkan laporan keuangan melalui tindakan manipulasi laba. Kasmis (2008) mengemukakan *sales growth* atau pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan cara penjualan tahun sekarang dikurang dengan penjualan tahun lalu lalu dibagi dengan penjualan tahun lalu yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Sales\ Growth = \frac{Pt - (Pt - 1)}{Pt - 1}$$

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Sandra et al, 2022). Adapun cara untuk menghitung ukuran perusahaan dengan merubah struktur total aktiva perusahaan dengan menggunakan bentuk logaritma natural.

Teknik Analisis Data

Pengolahan dan pengujian data akan dilakukan dengan menggunakan bantuan software program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 26 untuk Windows. Berikut adalah teknik pengujian dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode analisis data yang digunakan untuk menggambarkan variabel penelitian yang didapat melalui hasil pengujian dan memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Metode ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terkait dengan penelitian melalui data yang telah dikumpulkan.

2. Uji Kesamaan Koefisien

Uji kesamaan koefisien dilakukan untuk mengetahui apakah penggabungan data (*pooling*) *time series* dengan *cross sectional* dapat dilakukan. Peneliti melakukan pengujian kesamaan koefisien menggunakan alat bantu SPSS versi 26.



3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai apakah di dalam model regresi penelitian ini terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur korelasi hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$EM = \beta_0 + \beta_1 TRR + \beta_2 SG + \beta_3 SIZE + \varepsilon$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan deskripsi gambaran (deskripsi) data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi yang dihasilkan dari variabel penelitian. Meninjau terlebih dahulu mengenai deskriptif variabel penelitian dengan statistik deskriptif merupakan langkah awal sebelum melakukan analisis data. Berikut ialah hasil uji statistik deskriptif dari penelitian yang sudah dilakukan:

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DAC	147	0,4406	0,9683	0,7248	0,1091
TRR	147	0,0876	1,0523	0,7549	0,1193
SG	147	-0,5567	1,1880	0,1284	0,2201
SIZE	147	3,2695	3,4912	3,3783	0,0522

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian dengan Program SPSS 26

a. Secara keseluruhan perusahaan pada sektor barang konsumsi primer melakukan praktik manajemen laba dengan motif yang berbeda-beda sesuai dengan kepentingan tertentu. Variabel manajemen laba (DAC) memiliki nilai maksimum sebesar 96,83% yang dimiliki oleh PT BISI International Tbk pada tahun 2022, hal ini berarti bahwa PT BISI International Tbk melakukan manajemen laba dengan cara menaikkan angka laba (*income maximization*) yang paling besar diantara perusahaan sektor barang konsumsi primer lainnya.

Sedangkan nilai minimum manajemen laba sebesar 44,06% yang dimiliki oleh PT Austindo Nusantara Jaya Tbk pada tahun 2021. Nilai minimum yang tertera bukan berarti perusahaan tidak melakukan manajemen laba, namun perusahaan melakukan manajemen laba dengan menurunkan laba. Nilai rata-rata manajemen laba sebesar 72,48%, menunjukkan bahwa hampir seluruh perusahaan melakukan tindakan manajemen laba. Nilai standar deviasi yang dimiliki sebesar 55,62% lebih rendah dari nilai rata-rata, yang berarti bahwa variasi data variabel manajemen laba bersifat homogen.

b. Variabel perencanaan pajak (TRR) memiliki nilai maksimum sebesar 105,23% yang dimiliki oleh PT Panca Mitra Multiperdana Tbk pada tahun 2022, menunjukkan bahwa perencanaan pajak yang dilakukan PT Panca Mitra Multiperdana Tbk paling efektif diantara perusahaan lainnya pada sampel penelitian ini. Semakin tinggi nilai Tax Retention Rate perusahaan menunjukkan keefektifan perusahaan dalam menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan.

Sedangkan nilai minimum sebesar 8,76% yang dimiliki oleh PT Austindo Nusantara Jaya Tbk pada tahun 2020. Nilai rata-rata perencanaan pajak yang dimiliki perusahaan sebesar 75,49%, yang berarti hampir seluruh perusahaan melakukan perencanaan pajak dengan efektif. Nilai standar deviasi perencanaan pajak sebesar 11,93% lebih rendah dari nilai rata-rata, yang berarti bahwa variasi data variabel perencanaan pajak bersifat homogen. Hal ini menunjukkan rendahnya variasi antara nilai tertinggi dan terendah selama periode pengamatan sehingga tidak terdapat kesenjangan yang cukup besar antara rasio perencanaan pajak tertinggi dan terendah.

c. Variabel *sales growth* (SG) memiliki nilai maksimum sebesar 118,8% yang dimiliki oleh PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk pada tahun 2021, hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk pada tahun 2021 memiliki peningkatan paling baik diantara



perusahaan sampel. Meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas wilayah penjualan merupakan salah satu strategi PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk dalam meningkatkan pertumbuhan penjualannya.

Sebaliknya, pada tahun 2022 PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk mengalami penurunan penjualan hingga anjlok sebesar 55,67%. Angka ini juga menjadi nilai minimum dari variabel *sales growth* dalam penelitian ini. Porsi ekspor PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk yang melandai di awal tahun 2022 mendorong penurunan beban pokok sehingga laba bersih yang dihasilkan jauh dari tahun sebelumnya. Nilai rata-rata *sales growth* yang dimiliki perusahaan sebesar 12,84% dengan standar deviasi *sales growth* sebesar 22,01% lebih tinggi dari nilai rata-rata, yang berarti bahwa variasi data variabel *sales growth* bersifat heterogen. Hal ini menunjukkan bahwa variasi data cukup beragam antara rasio *sales growth* yang tertinggi dan terendah.

Variabel ukuran perusahaan (SIZE) tertinggi dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2022 dengan total aset sebesar Rp 180.433.300.000.000.

Sedangkan total aset terendah dimiliki oleh PT Wahana Interfood Nusantara Tbk pada tahun 2020 senilai Rp 263.754.414.443. Adapun nilai rata-rata ukuran perusahaan sejumlah Rp 172.186.915.517.990 selama periode 2020 – 2022 yang dapat diartikan bahwa perusahaan – perusahaan yang menjadi sampel termasuk perusahaan besar sehingga probabilitas kebangkrutan yang dimiliki rendah dan dapat mengoptimalkan pengelolaan manajemen labanya.

Uji Kesamaan Koefisien

Tabel 2 : Hasil Uji Kesamaan Koefisien

Variabel	B	Sig.
Constant	-0,452	0,644
TRR	0,002	0,817
SG	-1,060	0,568
SIZE	0,333	0,251
DT1	-0,944	0,499
DT2	-0,203	0,886
DT1 TRR	0,070	0,798
DT1 SG	-0,008	0,897
DT1 SIZE	0,278	0,503
DT2 TRR	0,009	0,959
DT2 SG	0,022	0,821
DT2 SIZE	0,074	0,861

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian *pooling* menunjukkan nilai-nilai variabel yang telah dikali dummy memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dapat dilakukan dalam 1 kali uji

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Kajian Informatika Kwik Kia

Nama Pengujian	Kriteria	Hasil			Keputusan
Normalitas	<i>Asymp Sig.</i> > 0,05	0,200			Data berdistribusi normal
Multikolonieritas	<i>Tolerance</i> ≥ 0,1 dan <i>VIF</i> ≤ 10	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Tidak terjadi multikolonieritas
		TRR	0,982	1,018	
		SG	0,996	1,004	
		SIZE	0,985	1,015	
Autokorelasi	DU < DW < 4-DU, dengan Nilai DU	2,125			Tidak terjadi autokorelasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	(K = 3, N = 147) adalah 1,772		
Heterokedastisitas (Spearman's Rho)	Sig > 0,05	Variabel	Sig
		TRR	0,677
		SG	0,201
		SIZE	0,118
			Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian dengan Program SPSS 26

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan jumlah sampel sebanyak 147 data diperoleh nilai *Asymp Sig 2-tailed* sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen di dalam model regresi. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini menunjukkan nilai Durbin-Watson adalah 2,125. Nilai tersebut berada di antara Du (1,772) dan 4-Du (2,228) sehingga dapat disimpulkan tidak ditemukan autokorelasi dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini memperlihatkan nilai signifikansi semua variabel independen di atas 0,05 yang artinya dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heterokedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4 : Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Determinasi	Uji F	Regresi Linier Berganda	Uji t	
	<i>R Square</i>	<i>Sig</i>	<i>Unstandardized Coefficient (B)</i>	<i>Sig (2 – tailed)</i>	<i>Sig (1-tailed)</i>
Constant	0,062	0,000	-0,901	0,114	0,057
TRR			0,060	0,422	0,211
SG			0,072	0,075	0,037
SIZE			0,465	0,007	0,003

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian dengan Program SPSS 26

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda, menunjukkan model persamaan untuk analisis regresi linier pada penelitian ini adalah:

$$EM = -0,901 + 0,060 TRR + 0,072 SG + 0,465 SIZE$$

Persamaan regresi diatas dapat diterangkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -0,901 artinya bahwa apabila seluruh variabel independen (perencanaan pajak, sales growth, dan ukuran perusahaan) nilainya 0 maka manajemen laba nilainya adalah -0,901.
- Koefisien perencanaan pajak sebesar 0,060 menunjukkan bahwa ada hubungan yang searah antara manajemen laba dengan perencanaan pajak. Maka setiap peningkatan satuan dari perencanaan pajak, maka manajemen laba juga mengalami peningkatan sebesar 0,060.
- Koefisien *sales growth* yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel manajemen laba dengan variabel *sales growth* yang menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan *sales growth* sebesar 1% maka akan meningkatkan manajemen laba sebesar 0,072 dengan variabel independen yang lain dianggap konstan.
- Koefisien ukuran perusahaan yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel manajemen laba dengan variabel ukuran perusahaan yang menunjukkan bahwa jika terjadi



peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1% maka akan meningkatkan manajemen laba sebesar 0,465 dengan variabel independen yang lain dianggap konstan.

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, besarnya *Adjusted R²* adalah 0,062. Hasil tersebut menunjukkan kemampuan variabel independen (perencanaan pajak, *sales growth*, dan ukuran perusahaan) dalam menerangkan perubahan variabel dependen (manajemen laba) sebesar 6,2% sisanya 93,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Uji Signifikansi Simultan (F)

Hasil uji F pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; maka dapat dikatakan bahwa model layak digunakan, sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan pengungkapan perencanaan pajak, *sales growth*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (t)

Berdasarkan olah data pada penelitian ini, diperoleh nilai sig. $0,211 > 0,05$ untuk variabel perencanaan pajak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif antara perencanaan pajak terhadap manajemen laba. Selanjutnya, untuk variabel *sales growth* diperoleh nilai sig. $0,037 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dengan nilai positif *unstandardized β* sebesar 0,072 antara *sales growth* terhadap manajemen laba. Serta untuk variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai sig. $0,007 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Pembahasan

Pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa tidak terdapat cukup bukti untuk menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Sejalan dengan teori akuntansi positif, dimana pihak manajemen akan memiliki kecenderungan untuk menunjukkan kinerja yang baik dalam hal untuk memperoleh bonus. Manajemen laba cenderung terjadi karena *self interest* bukan karena perencanaan pajak yang menjadi kepentingan principal (pemilik perusahaan). (Wardani & Susilowati, 2020).

Jika dilihat dari sudut pandang agen pada teori agensi, manajer memiliki insentif untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar bisa mendapatkan bonus yang seringkali terkait dengan laporan keuangan yang dibuat. Tujuan agent yang berbeda dengan kepentingan *principal* ini didukung dengan adanya asimetri informasi, sehingga tindakan manajemen laba dilakukan sesuai dengan kepentingan *agent* dalam memperoleh tujuannya tersebut. Perencanaan pajak yang dilakukan manajer tidak selalu bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan secara artifisial. Tujuan utama dari perencanaan pajak ialah untuk mengurangi beban pajak secara legal, bukan untuk mengelola laba dengan cara yang meragukan atau untuk kepentingan pribadi *agent*.

Transparansi dan konsistensi perusahaan dalam pelaporan keuangan dapat dianggap sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang sehat. Tujuan dari perencanaan pajak dan tindakan manajemen laba dapat berbeda, karena perencanaan pajak biasanya dilakukan untuk mengoptimalkan kewajiban pajak perusahaan secara legal, sedangkan manajemen laba dilakukan untuk memberi sinyal kepada pengguna laporan keuangan, sehingga perencanaan pajak tidak sepenuhnya memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Achyani & Lestari (2019) dan Natalie & Pratiwi (2023) yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap manajemen laba.

Pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Pendapatan pemegang saham akan meningkat jika laba terus meningkat setiap tahunnya. Sejalan dengan teori sinyal, pertumbuhan penjualan memberikan sinyal positif mengenai kinerja perusahaan. Pihak manajemen cenderung melakukan manajemen laba agar keberlanjutan pertumbuhan perusahaan tetap terjaga sehingga menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan masa depan. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor.



Pada dasarnya, pemegang saham akan memberikan kepercayaan pembuatan keputusan kepada manajemen perusahaan yang terkait dengan strategi yang akan memaksimalkan kinerja perusahaan. Peran pemegang saham memiliki keterbatasan dalam mengelola perusahaan. Dengan adanya asimetri informasi, pihak manajer akan memantau pertumbuhan penjualan dengan melakukan manajemen laba, agar laporan keuangan yang disampaikan sesuai dengan harapan principal, sehingga dalam hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi tindakan manajemen laba.

Dalam menjaga kestabilan pertumbuhan penjualan, manajer perusahaan juga melakukan manajemen laba karena jika pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat, maka laba perusahaan juga meningkat. Sejalan dengan teori akuntansi positif, kenaikan pertumbuhan penjualan diharapkan memberi keuntungan bagi pihak manajer dan karyawan dalam memperoleh bonus. Sehingga dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi manajer dalam melakukan tindakan manajemen laba.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Sejalan dengan teori agensi, asimetri informasi antara principal dan manajer dapat semakin membesar dengan meningkatnya ukuran perusahaan karena perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks. Manajer akan memiliki akses lebih besar terhadap informasi operasional dan keuangan, sehingga meningkatkan potensi untuk melakukan manajemen laba. Menurut Purnama et al (2021), semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar tindakan manajemen laba karena perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh masyarakat dan lebih berhati-hati agar penyajian laporan keuangannya dapat dipercaya.

Perusahaan yang lebih besar berkemungkinan untuk memiliki akses yang lebih baik ke sumber daya serta informasi yang diperlukan dalam melaksanakan praktik manajemen laba dengan lebih efektif. Dalam hal ini, ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal mengenai kemampuan perusahaan untuk mengelola manajemen laba dengan baik, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar dan pemangku kepentingan. Selain itu, banyaknya informasi dan komplekstitas operasional perusahaan dapat menyebabkan adanya ketidakpastian informasi di antara investor dan analis pasar terkait kinerja perusahaan. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, manajer melakukan praktik manajemen laba untuk menjelaskan dan memprediksi kinerja perusahaan dengan berbagai kebijakan dan praktik akuntansi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat cukup bukti *sales growth* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Tetapi tidak terdapat cukup bukti bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah untuk perusahaan agar pihak manajemen memperhatikan metode yang digunakan dalam mempraktikkan manajemen laba agar dapat menunjukkan pencapaian laba perusahaan itu sendiri, sehingga dapat memberi kepercayaan kepada investor. Untuk para investor lebih berhati-hati dan memperhatikan pertumbuhan penjualan perusahaan serta ukuran perusahaan ketika akan menginvestasikan dana yang dimiliki untuk melihat pengelolaan laba yang disajikan pada laporan keuangan. Untuk pembaca dan pihak-pihak yang melakukan penelitian sejenis, agar menggunakan proksi lain seperti *Effective Tax Rate* (ETR) yang membagi beban pajak penghasilan dengan laba sebelum beban pajak penghasilan dalam menghitung variabel perencanaan pajak yang pada penelitian ini menunjukkan hasil tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

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>
- Febriyanti, G. A. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, PERENCANAAN PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI PEMODERASI. *Bisnid Terapan*, 04, 107–122. <https://itgid.org/good->



Fionita, Y., & Fitra, H. (2021). 430-Article Text-1267-1-10-20211125. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(4), 893–907.

Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *The Economic Nature of the Firm: A Reader, Third Edition*, 283–303.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>

Kasmir. (2008). *Analisis Laporan Keuangan* (8th ed.). PT Raja Grafindo Persada.

Manuela, A., Wulan, A. B. N., Septiani, L., & Meiden, C. (2022). Manajemen Laba: Sebuah Studi Literatur. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 1–14.
<https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.1-14>

Natalie, C. W., & Pratiwi, D. (2023). Pengaruh *Leverage, Free Cash Flow*, Ukuran Perusahaan Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 5(2), 15–29.

Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan : Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis* (p. 81).

Ross L. Watts, & Jerold L. Zimmerman. (1990). Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. *The Accounting Review*, 65(1), 131–156. <https://www.jstor.org/stable/247880>

Ross, S. A. (1977). Determination of Financial Structure: the Incentive-Signalling Approach. *Bell J Econ*, 8(1), 23–40. <https://doi.org/10.2307/3003485>

Sandra, A., Prasetyo, A. H., Arfianti, R. I., Triyani, Y., & Nathanael, R. (2022). Apakah Perencanaan Pajak, Kebijakan Pendanaan dan Ukuran Perusahaan Menjadi masalah bagi nilai perusahaan. *Judicious*, 3(2), 221–231. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1082>

San, N. P., & Khafid, M. (2020). Peran Kepemilikan Manajerial dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan BUMN. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 222–231.
<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.8773>

Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall: Toronto.*
www.pearsoncanada.ca.

Sulistiyanto, H. S. (2018). *Manajemen Laba : Teori dan Model Empiris*.

PERSETUJUAN RESUME KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Vemyta Anggreani

NIM : 39200128

Tanggal Sidang : 08 Maret 2024

Judul Karya Akhir : Pengaruh Perencanaan Pajak, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba pada perusahaan Sektor Barang Konsumsi Primer Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.

Jakarta, 18 / Maret 2024

Mahasiswa/I

(Vemyta Anggreani)

Pembimbing

(.....)