

PENGARUH NILAI PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA

Ajeng Triska Ramadhani

ajengtriska20@gmail.com

Endah Sulistyowati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to test the impact of firm values which are measured by price to earning ratio, the standard of companies and leverage that are measured by debt to equity ratio toward profit management. The population of this study are the food and beverage companies which are registered in Indonesian Stock Exchange 2015-2018. This study is a correlational research with quantitative approach. The sources are collected by applying secondary data from Indonesian Stock Exchange's gallery database (GIBEI). The study applies purposive sampling for collecting the samples. The samples of this study are 40 with the observation on 10 companies for 4 years. The method of this analysis applies multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Services Solutions) version 23.0. The result of this study shows that the firm values which are measured by the price to earning ratio do not impact the profit management, the standard of the companies give significant impact to the profit management and leverage which are measured by the debt to equity ratio gives positive and significant impact to the profit management.

Keywords: firm values, the standard of companies, leverage, profit management

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh nilai perusahaan yang diukur dengan *price to earning ratio*, ukuran perusahaan dan *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* terhadap manajemen laba. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 sampai 2018. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan berdasarkan sumber datanya yaitu data sekunder, sumber data di dapat dari database Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI). Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 40 observasi pada 10 perusahaan dalam kurun waktu 4 tahun. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Services Solutions*) versi 23.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diukur dengan *price to earning ratio* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: nilai perusahaan, ukuran perusahaan, *leverage*, manajemen laba

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin canggih pada zaman sekarang sangat mempengaruhi peningkatan pertumbuhan perekonomian disuatu negara yang akan didukung dengan dunia bisnis yang berkembang khususnya di Indonesia. Perusahaan membutuhkan tambahan kucuran dana dari pihak lain untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Oleh sebab itu timbul persaingan antar perusahaan untuk dapat bertahan dan dapat bersaing yang cukup ketat serta mampu menarik perhatian investor yang mau memberikan kucuran dana pada perusahaan. Perusahaan diwajibkan juga menunjukkan kinerja yang baik dengan menyajikan laporan yang berkualitas, mengungkapkan semua informasi sesuai fakta tanpa rekayasa. Manajemen laba menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba

tanpa rekayasa. Untuk kelangsungan kegiatan operasional, perusahaan akan menjual saham kepada publik di pasar modal, karena pasar modal merupakan wadah atau media bertemu para investor, perusahaan yang terlibat dalam permintaan dan penawaran atas harga saham.

Sebelum membeli saham investor akan melakukan analisis terhadap perusahaan, pada dasarnya tujuan investor membeli saham perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan baik dari selisih harga jual dan harga beli saham (*capital gain*) maupun dari dividen. Jika diasumsikan investor adalah seorang yang rasional, maka investor tersebut pasti akan sangat memperhatikan beberapa aspek untuk menilai ekspektasi mendapatkan hasil yang akan diperoleh. Laporan keuangan merupakan sebuah informasi yang sangat penting bagi investor dalam mengambil keputusan investasi, karena manfaat laporan keuangan tersebut akan menjadi optimal apabila investor dapat menganalisis lebih lanjut melalui rasio keuangan. Rasio keuangan ini berguna untuk memprediksi kesulitan keuangan perusahaan, hasil operasi, kondisi keuangan perusahaan saat ini dan pada masa yang akan datang serta sebagai pedoman bagi investor mengenai kinerja masa lalu dan masa mendatang. Terdapat beberapa rasio keuangan yang dapat digunakan investor untuk menganalisis kinerja perusahaan. Rasio keuangan yang pertama adalah rasio nilai perusahaan.

Menurut Harmono (2009:233) nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Jika harga saham suatu perusahaan tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi, sebaliknya jika harga saham rendah maka nilai perusahaan juga rendah. Rasio keuangan yang kedua adalah ukuran perusahaan. Pada yang dikelompokkan dalam perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005). Suatu perusahaan yang lebih besar sahamnya tersebar sangat luas dan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan. Untuk membiayai pertumbuhan penjualan. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan, kecenderungan untuk memakai dana eksternal juga semakin besar.

Faktor terakhir yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki beban tetap berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman menanggung beban bunga sebagai beban tetap membiayai operasional perusahaan untuk meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Perusahaan yang memiliki biaya modal tetap, menggunakan *leverage*. Meningkatkan modal untuk peningkatan nilai perusahaan diikuti dalam tanggapan pasar yang akan meningkat pula. Hal ini disebabkan karena modal merupakan salah satu sumber pembiayaan yang memiliki tingkat resiko yang tinggi. Perusahaan cenderung akan selalu menunjukkan kinerja yang baik. Alat ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan adalah besarnya angka laba yang diperoleh. Angka laba yang semakin tinggi dari tahun ke tahun diasumsikan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara maksimal untuk memperoleh keuntungan.

Berdasarkan beberapa penelitian yang sebelumnya, ada perbedaan dalam hasil penelitian yang disebabkan oleh beberapa faktor yang salah satunya disebabkan perbedaan waktu penelitian dan objek penelitian. Penulis ingin melakukan penelitian kembali mengenai variabel yang mempengaruhi manajemen laba. Sampel yang digunakan penelitian ini diambil dari perusahaan manufaktur *food and beverage* yang terdaftar di BEI selama tahun 2015 - 2018. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu: (1) Apakah nilai perusahaan (PER) berpengaruh terhadap manajemen laba?, (2) Apakah ukuran perusahaan (UKP) berpengaruh terhadap manajemen laba?, (3) Apakah *leverage* perusahaan (DER) berpengaruh terhadap manajemen laba?. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini yaitu: (1) Untuk menguji secara empiris pengaruh nilai perusahaan (PER)

terhadap manajemen laba, (2) Untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan (UKP) terhadap manajemen laba, (3) Untuk menguji secara empiris pengaruh *leverage* perusahaan (DER) terhadap manajemen laba.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan, seperti: (1) Kontribusi praktis yaitu; Bagi perusahaan, diharapkan informasi yang didapat dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Informasi yang didapatkan dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan strategi perusahaan agar dapat bersaing secara global di masa yang akan datang. Bagi investor, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi terkait keadaan perusahaan yang sebenarnya sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan, (2) Kontribusi teoritis yaitu; Diharapkan hasil penelitian ini memberikan bukti secara empiris dan menjelaskan pentingnya profitabilitas, likuiditas dan *leverage* dalam kaitannya meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, diharapkan penelitian ini mampu mendukung teori ilmu akuntansi dan keuangan dan mampu menjadi acuan referensi mengenai materi yang berhubungan dengan penelitian ini guna mendukung kesempurnaan skripsi oleh peneliti lain dimasa yang akan datang.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam teori keagenan menjelaskan tentang dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal dan agen. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika prinsipal dan agen memiliki tujuan yang sama maka agen akan mendukung dan melaksanakan semua yang diperintahkan oleh prinsipal. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal. Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Terdapat berbagai macam pengertian nilai perusahaan menurut para ahli, menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Sedangkan menurut Sudana (2011:23), rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*). Dalam penelitian ini alat ukur yang akan digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Earning Ratio* (PER) adalah rasio harga pasar per saham terhadap laba bersih per saham. Rasio *Price to Earning* ini adalah rasio valuasi harga per saham

perusahaan saat ini dibandingkan dengan laba bersih per sahamnya. *Price to Earning Ratio* ini merupakan rasio yang sering digunakan untuk mengevaluasi investasi prospektif. Rasio ini juga digunakan untuk membantu investor dalam pengambilan keputusan apakah akan membeli saham perusahaan tertentu.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, penjualan dan nilai pasar saham. Salah satu tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Kasmir (2013) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda: Pertama, ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Suatu perusahaan yang lebih besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan, kecenderungan untuk memakai dana eksternal juga semakin besar. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil pengelolaan laba yang dilakukan manajemen, sedangkan semakin kecil ukuran perusahaan, maka semakin besar pengelolaan laba yang dilakukan manajemen.

Leverage Perusahaan

Leverage merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total aset perusahaan. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin tinggi risiko perusahaan dalam membayar kewajibannya sehingga hal ini akan berdampak pada kepercayaan kreditur. Nilai rasio *leverage* yang tinggi dianggap mempunyai banyak utang kepada pihak eksternal. Akibatnya kondisi tersebut mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik *income smoothing*. Menurut Hanafi (2004:332) *leverage* keuangan bisa diartikan sebagai besarnya beban tetap keuangan yang digunakan oleh perusahaan. Lebih umum *leverage* juga diartikan sebagai alat untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan telah dibiayai oleh penggunaan utang. Widyaningdyah (2001) *leverage* merupakan indikator yang sangat penting untuk manajemen laba hal ini kemungkinan disebabkan oleh perusahaan yang mengalami *default* (tidak dapat melunasi kewajiban pada saat jatuh tempo). Hal ini disebabkan karena kesulitan keuangan, perusahaan semacam ini sangat rentan terhadap tindakan manajemen laba. Sedangkan, *leverage* yang terlalu tinggi dibandingkan *leverage* industri pada umumnya, mengakibatkan suatu perusahaan kesulitan untuk memperoleh dana tambahan dengan melakukan pinjaman.

Manajemen Laba

Laba merupakan pengukuran dari ringkasan kinerja perusahaan yang dilakukan berdasarkan akuntansi berbasis akrual. Informasi laba pada laporan keuangan umumnya merupakan perhatian utama dalam menaksir kinerja atau melihat bagaimana pertanggungjawaban manajemen. Manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja keuangan. Manajemen laba dapat dikatakan sebagai permainan akuntansi. Apalagi jika melihat bahwa rekayasa tersebut merupakan upaya untuk menyembunyikan dan mengubah informasi dengan memperlakukan besar kecilnya angka-angka komponen laporan keuangan yang dilakukan ketika mencatat dan menyusun informasi. Hal tersebut akan menimbulkan dampak bagi *stakeholder*, karena tidak dapat memperoleh informasi yang valid dan memadai untuk memastikan apa yang seharusnya dilakukan. Manajemen dapat menggunakan kebijakan

dalam laporan keuangan untuk menurunkan dan menaikkan laba sesuai kepentingannya dengan tidak menyalahi prinsip-prinsip akuntansi. Menurut Scott (2006) manajemen laba merupakan suatu tindakan manajemen guna memilih kebijakan-kebijakan akuntansi dari suatu standar tertentu dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pihak manajemen atau nilai pasar perusahaan. Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan yang bisa memberikan informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*), yang sesungguhnya tidak dialami perusahaan yang dalam jangka panjang tindakan tersebut bisa merugikan perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan harga saham. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *Price to Earning Ratio* (PER). Rasio PER ini mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham. PER ini merupakan salah satu indikator yang digunakan investor untuk menilai suatu perusahaan dengan melihat kinerja perusahaan. Dimana nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam operasi masa lalu dan prospek dimasa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham. Dengan nilai perusahaan yang baik, maka agent akan memberikan sinyal yang bagus kepada prinsipal/investor agar mereka mau menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. *Prinsipal* atau investor ini akan melakukan investasi di suatu perusahaan dengan nilai PER yang tinggi, maka semakin tinggi rasio ini akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan juga semakin membaik. Sehingga agar kondisi perusahaan stabil dan nilai/kinerja perusahaan tetap baik dimata investor maka manajer perusahaan akan melakukan manajemen laba. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu *et al.*, (2016) yang menunjukkan hasil bahwa *Price to Earning Ratio* (PER) berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan paparan tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, penjualan dan nilai pasar saham (Kusumawardhani, 2012). Salah satu tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi manajemen laba. Ukuran perusahaan dilihat dari seberapa besar aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan ukuran yang besar akan dilihat kinerjanya oleh publik sehingga perusahaan akan melaporkan kondisi keuangannya dengan lebih berhati-hati dan lebih transparan, sehingga perusahaan besar lebih sedikit melakukan manajemen laba. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka semakin kecil perusahaan tersebut melakukan manajemen laba karena kinerjanya lebih diawasi publik sehingga perusahaan lebih berhati-hati melaporkan kondisi keuangannya. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purnama (2017) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Berdasarkan paparan tersebut dan hasil penelitian sebelumnya maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Pengaruh Leverage Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

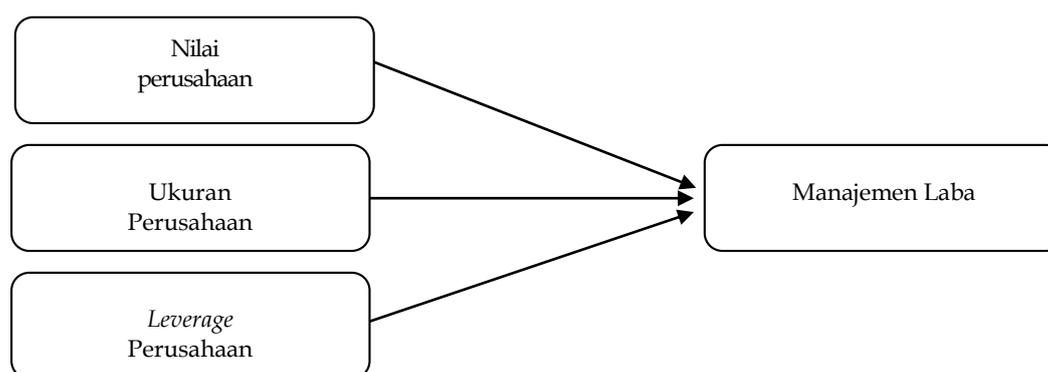
Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *Leverage* merupakan suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam

menggunakan aktiva dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan. Rasio berguna untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagih. Semakin tinggi *Leverage* suatu perusahaan berarti semakin tinggi pula ketergantungan perusahaan untuk melakukan hutang kepada kreditur. Sehingga dapat mempengaruhi hal tersebut, perusahaan dituntut melakukan pengungkapan yang lebih lengkap guna memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian Agustia dan Suryani (2018) *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Rerangka Konseptual

Rerangka konseptual dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan penelitian ini menggunakan data sekunder. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Penelitian memakai satu variabel dependen yaitu manajemen laba. Variabel independen dalam penelitian adalah Nilai Perusahaan yang diukur dengan *Price to Earning Ratio* (PER), Ukuran perusahaan yang diukur dengan *Ln Total Asset* dan *Leverage* perusahaan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Sedangkan variabel dependen yang digunakan merupakan manajemen laba. Sedangkan populasi penelitian adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti. Populasi yang digunakan dalam peneliti ini adalah perusahaan manufaktur *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 4 tahun dengan periode antara tahun 2015 - 2018.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Sampel menurut Sugiyono (2011:80) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2011:85) adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu. Inilah kriteria dari penentuan sampel adalah seperti: (1) Perusahaan dalam bidang manufaktur *food and beverage* yang terdaftar di BEI atau disebut Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 - 2018,

(2) Selama tahun 2015 – 2018 perusahaan sampel menerbitkan laporan keuangan sesuai dengan kebutuhan lengkap dan menggunakan mata uang Indonesia yaitu rupiah, (3) Perusahaan dalam bidang manufaktur *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia yang mendapatkan laba selama periode 2015 – 2018.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data adalah data dokumenter. Data dokumenter merupakan jenis data penelitian berupa arsip yang memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian. Pengumpulan data merupakan usaha untuk memperoleh data yang dibutuhkan sendiri. Data bisa diperoleh dengan berbagai cara dan dari sumber yang berbeda. Pemilihan teknik pengumpulan data tergantung pada fasilitas yang tersedia, tingkat akurasi yang diisyaratkan, keahlian peneliti, kisaran waktu studi, biaya, dan sumber daya lain yang berkaitan dan tersedia untuk pengumpulan data. Dalam rangka mendapatkan data dan informasi untuk penyusunan penelitian, teknik pengumpulan data dilakukan berdasarkan sumber datanya yaitu data sekunder, sumber data di dapat dari database Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) STIESIA Surabaya. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian adalah menggunakan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama 4 tahun mulai 2015 sampai 2018 dan *annual report* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama 4 tahun mulai 2015 sampai 2018 serta sumber data lain yang dibutuhkan oleh peneliti.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini ada dua macam variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel yang mempengaruhi terhadap variabel lainnya yaitu variabel bebas atau variabel *independen*. Sebaliknya, variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel terikat atau variabel *dependen*. Variabel bebas (*independent*) yang digunakan merupakan nilai perusahaan *Price to Earning Ratio* (PER), ukuran perusahaan Ln *Total Asset* dan *leverage* perusahaan *Debt to Equity Ratio* (DER). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) yang digunakan merupakan manajemen laba. Variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Dalam penelitian ini alat ukur yang akan digunakan adalah *Price to Earning Ratio* (PER). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Rumus untuk mengukur *Price Earning Ratio* (PER) adalah:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}}$$

Ukuran Perusahaan adalah ukuran besar kecilnya perusahaan dilihat dari nilai ekuitas, nilai perusahaan atau aset total yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya perusahaan yang dihitung dengan menggunakan logaritma natural dari total aktiva, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{UKP} = \text{Ln Total Aset}$$

Leverage merupakan rasio yang menunjukkan proporsi penggunaan hutang oleh perusahaan yang digunakan untuk membiayai atau membeli aset perusahaan, dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan yaitu memakmurkan pemilik perusahaan. Dalam penelitian ini alat ukur yang akan digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rumus dari rasio DER adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan yang bisa memberikan informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*), yang sesungguhnya tidak dialami perusahaan yang dalam jangka panjang tindakan tersebut bisa merugikan perusahaan. Dalam penelitian ini, perantara laba merupakan suatu usaha manajemen perusahaan untuk mengukur menggunakan *Modified Jones Model*. *Modified Jones Model* digunakan untuk mengukur *discretionary accruals* yang diuji dengan pengakuan pendapatan. Berikut tahap-tahap perhitungan *discretionary accruals modified model jones*:

Menghitung nilai *Total Accrual* (TAC) dengan menggunakan pendekatan arus kas:

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

Mengestimasi nilai *Total Accrual* (TAC) dengan *Ordinary Least Square* (OLS) untuk mendapatkan koefisien regresi:

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Setelah mendapatkan koefisien regresi, langkah selanjutnya adalah menghitung *Non Discretionary Accruals* (NDA) dengan rumus sebagai berikut:

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Langkah terakhir adalah menghitung *Discretionary Accruals* (DA) sebagai ukuran dari manajemen laba:

$$DA_{it} = \frac{TAC_{it}}{A_{it}} - NDA_{it}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis yang dimana perhitungannya menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23, yang bertujuan untuk menentukan pengaruh nilai perusahaan, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap manajemen laba. Tahap-tahap dalam mengelola data setelah data terkumpul adalah sebagai berikut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Earning Ratio* (PER), ukuran perusahaan yang diukur dengan *Total Asset* dan *Leverage* perusahaan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Manajemen Laba (ML). Pengujian dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:96). Model perhitungan regresi linier berganda:

$$ML = \alpha + \beta_1 PER + \beta_2 UKP + \beta_3 DER + \varepsilon$$

Keterangan:

ML : Manajemen Laba

α : Konstanta

PER : Nilai Perusahaan
 UKP : Ukuran Perusahaan
 DER : *Leverage*
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi
 ε : *Error*

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dikatakan sebagai kriteria ekonometrika untuk melihat apakah hasil estimasi memenuhi dasar linier klasik atau tidak, dan pengujian ini dilakukan untuk memperoleh persamaan yang baik dan mampu memberikan estimasi yang handal. Pengujian ini dilakukan untuk pengujian terhadap empat asumsi klasik, yaitu: normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 23.

Pertama, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat. Untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak dapat dilihat melalui normal *probability plot* dengan membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Data normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2016:110). Selain itu untuk menguji normalitas residual dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Dasar pengambilan keputusan analisis uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) adalah: (1) Apabila hasil 1-sample K-S diatas tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas, (2) Apabila hasil 1-sample K-S dibawah tingkat signifikansi 0,05 tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Kedua, uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinietitas adalah dengan melihat *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Model regresi yang bebas multikolinieritas mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 atau nilai VIF di bawah 10 (Ghozali, 2016).

Ketiga, uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2016:93). Uji utokorelasi dilakukan dengan metode *Durbin-Watson*. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi sebagai berikut: (1) Angka D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif; (2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi; (3) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Keempat, uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi jika terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual berbeda dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya, maka model tersebut terjadi heteroskedastisitas. Ada tidaknya gejala heteroskdastisitas di dalam model regresi dapat dilihat uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengukur hubungan antara variabel independen yaitu struktur kepemilikan manajerial, struktur kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit dan *leverage* dengan variabel dependen yaitu *tax avoidance*.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri tiga uji antara lain uji F, koefisien determinasi (R^2) dan uji statistik t, yang masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$) (Ghozali, 2016). Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $F \geq 0,05$ menunjukkan bahwa model tidak fit, (2) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ menunjukkan bahwa model fit.

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan perkiraan dalam analisis regresi. Pengujian ini mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu likuiditas, profitabilitas dan leverage secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi majemuk (R^2) yang nilainya antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Cara melakukan uji t adalah dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$) (Ghozali, 2016). Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $t \geq 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, (2) Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu mengenai nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Earning Ratio* (PER), Ukuran Perusahaan (UKP) dan *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Manajemen Laba (ML). Data yang diperoleh dari hasil tabulasi data, diolah dengan menggunakan SPSS versi 23.0 dengan menggunakan hasil perhitungan yang tersaji pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-.938	.880
PER	.688	.724
UKP	-.001	.001
DER	.014	.023

a. Dependent Variable: ML

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

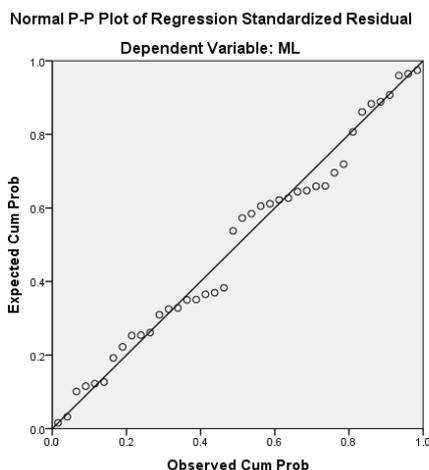
Berdasarkan Tabel 1, maka penjelasan nilai perusahaan dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$ML = -0,938 + 0,688PER - 0,001UKP + 0,014DER + e$$

Penjelasan untuk persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut: (1) Nilai koefisien Nilai Perusahaan (PER) sebesar 0,688 karena koefisien bertanda positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel Nilai Perusahaan (PER) dengan variabel Manajemen Laba (ML), (2) Nilai koefisien Ukuran Perusahaan (UKP) sebesar -0,001 karena koefisien bertanda negatif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang tidak searah antara variabel Ukuran Perusahaan (UKP) dengan variabel Manajemen Laba (ML), (3) Nilai koefisien *Leverage* (DER) sebesar 0,014 karena koefisien bertanda positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel *Leverage* (DER) dengan variabel Manajemen Laba (ML).

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji Normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi antara *variable dependen* (terikat) dan *variable independen* (bebas) keduanya memiliki distribusi normal atau tidak yang dapat dilihat dengan menggunakan Normal P-P Plot. Uji normalitas data dapat dilihat dari penyebaran data yang mengikuti garis diagonal seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2
Normal Probability Plot
Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan pada Gambar 2 *Normal P- P Plot Regression Standardized* di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	.05314205
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.097
	Negative	-.075
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat jika nilai Sig. Sebesar 0.200 lebih besar dari 0,05 (0.200 > 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi antara variabel *dependen* (terikat) dan variabel *independen* (bebas) keduanya memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2016:105). Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidak yaitu dengan melihat *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila

dari hasil pengujian diperoleh nilai TOL lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF menunjukkan kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa model dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali, 2016:106). Berikut ini merupakan hasil pengujian multikolinieritas:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PER	.839	1.192
UKP	.934	1.071
DER	.828	1.207

a. Dependent Variable: ML

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui nilai *tolerance* (TOL) menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai TOL > 0,10 dan hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Autokorelasi

Untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari masalah autokorelasi. Pendeteksian ada atau tidaknya autokorelasi dilakukan dengan melihat: (1) Angka D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif; (2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi; (3) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif. Hasil perhitungan uji autokorelasi dapat disajikan dalam Tabel 4 berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.900

a. Predictors: (Constant), DER, PER, UKP

b. Dependent Variable: ML

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai uji autokorelasi menunjukkan persamaan nilai *Durbin Watson* sebesar 1,900 terletak antara -2 sampai +2. Hal ini dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Artinya, tidak ada korelasi (hubungan) antara data satu dengan yang lain.

Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan bantuan SPSS dengan uji glejser. Kriterianya adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. Untuk melihat ada tidaknya Heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat Tabel 5 hasil uji glejser sebagai berikut ini:

Tabel 5
Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Sig.
1 (Constant)	.035
PER	.074
UKP	.844
DER	.982

a. Dependent Variable: Abs_Res
Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa nilai Sig. variabel Nilai Perusahaan (PER) sebesar 0,074, Ukuran Perusahaan (UKP) sebesar 0,844 dan *Leverage* (DER) sebesar 0,982 lebih besar dari 0,05, (Sig > 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Artinya, didalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Pengujian Hipotesis

Uji F (*goodness of fit*)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$) (Ghozali, 2016). Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai F yang terlihat pada ANOVA tersaji pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.020	3	.007	4.767	.004 ^b
Residual	.110	36	.003		
Total	.130	39			

a. Dependent Variable: ML
b. Predictors: (Constant), DER, PER, UKP

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan pada Tabel 6 maka dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar 4,767 dengan tingkat signifikansi 0,004. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$), maka hasil dari model regresi menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Sehingga dapat dikatakan jika model yang dihasilkan dalam penelitian ini baik dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menunjukkan proporsi dari varian yang diterangkan oleh persamaan regresi terhadap varian total. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dari uji determinasi dihasilkan nilai R² sebagaimana dapat dilihat dalam Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.388 ^a	.151	.080	.055312

a. Predictors: (Constant), DER, PER, UKP
b. Dependent Variable: ML

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi yang menunjukkan nilai *R Square* pada penelitian ini sebesar 0,151 atau 15,10%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel Nilai Perusahaan (PER), Ukuran Perusahaan (UKP) dan *Leverage* (DER) menjelaskan variabel Manajemen Laba (ML) adalah sebesar 15,10% sedangkan sisanya 84,90% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di ikut sertakan dalam model.

Uji Statistik t (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan SPSS 23 didapat hasil uji t seperti yang tersaji pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-.938	.880	-.764	.450	
PER	.688	.724	.950	.349	
UKP	-.001	.001	-2.410	.021	
DER	.014	.023	2.625	.009	

a. Dependent Variable: ML

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan pada Tabel 8 menunjukkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut: (1) Nilai Perusahaan (PER) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba (ML), (2) Ukuran Perusahaan (UKP) berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba (ML), (3) *Leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba (ML).

Pembahasan

Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan pada Tabel 8 hasil penelitian menemukan bahwa Nilai Perusahaan (PER) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba (ML) karena nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi sebesar $0,349 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rice (2013), yang mengemukakan bahwa nilai perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tindakan manajemen laba oleh manajemen perusahaan tidak dipengaruhi oleh tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba disebabkan karena perusahaan cenderung akan menghindari tuntutan dari pihak pemilik untuk memperoleh laba yang semakin besar di periode mendatang dan adanya kebijakan ekspansi di masa depan. Sedangkan dari data penelitian, diketahui bahwa sebagian perusahaan yang mengalami kenaikan nilai perusahaan justru diikuti dengan meningkatnya laba. Dan sebaliknya ketika terjadi penurunan nilai perusahaan tidak selamanya diikuti dengan meningkatnya laba perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai perusahaan tidak selamanya akan diikuti dengan menurunnya tindakan manajemen laba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan tindakan manajemen laba tidak selamanya disebabkan karena meningkat atau menurunnya harga saham, namun lebih dipengaruhi oleh kebijakan lain dari perusahaan seperti rencana perusahaan akan membayar bonus kepada manajer dengan menggunakan saham perusahaan. Di samping itu, pihak investor merupakan pihak yang menaruh perhatian pada besarnya laba yang diperoleh perusahaan, sehingga perusahaan akan cenderung menjaga kestabilan laba yang diperoleh dalam arti bahwa perusahaan dengan laba yang stabil cenderung akan lebih menarik perhatian investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan pada Tabel 8 hasil penelitian menemukan bahwa Ukuran Perusahaan (UKP) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Manajemen Laba (ML) dengan nilai koefisien regresi bernilai negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rice (2013), yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil manipulasi laba yang dilakukan manajemen perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba menunjukkan bahwa dengan semakin besarnya suatu perusahaan, maka informasi yang dipublikasikan kepada pihak masyarakat akan semakin transparan dan lengkap serta semakin besar perusahaan maka semakin ketat pengawasan terhadap pihak internal perusahaan. Sehingga dapat meminimalkan terjadinya tindakan kecurangan terhadap pelaporan laba perusahaan yang mungkin akan dilakukan oleh pihak manajemen. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan besarnya suatu perusahaan dapat meminimalisir tindakan manajemen perusahaan dalam melakukan kecurangan mengenai informasi laba. Informasi yang dipublikasikan kepada pihak eksternal akan semakin transparan dan lengkap sehingga perusahaan yang berukuran besar lebih diminati oleh investor. Selain itu, perusahaan yang besar tentunya akan lebih memerlukan dana yang besar, dana tersebut dapat berasal dari penerbitan saham dan juga hutang. Motivasi untuk mendapatkan dana tersebut akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba, sehingga calon investor maupun kreditur akan tertarik untuk menanamkan dananya

Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan pada Tabel 8, hasil penelitian menemukan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba (ML) dengan nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustia dan Suryani (2018), yang menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik manajemen laba. Semakin besar hutang yang dimiliki maka perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Jika kinerja keuangan perusahaan tidak berhasil sesuai target yang direncanakan, maka bisa mengurangi kepercayaan kreditur terhadap perusahaan. Di samping itu apabila target yang ditentukan tidak terpenuhi bisa mendorong manajer untuk bertindak oportunistik yaitu dengan melaporkan laba perusahaan lebih tinggi dari yang seharusnya. Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* tinggi akibat besarnya jumlah hutang 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. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin besar rasio *leverage*, maka semakin besar proporsi aktiva yang dibiayai oleh hutang atau semakin besar hutang yang ada di dalam bagian aktiva perusahaan. Selain itu, hubungan positif antara *leverage* dan tindakan manajemen laba dikarenakan sikap oportunistik yang dimiliki manajer untuk membuat citra dan pandangan dari kreditur terhadapnya baik. Manajer cenderung akan menaikkan laba, karena ingin mempertahankan kreditur lama dan menarik kreditur baru. Manajemen laba dengan pola menaikkan laba dilakukan, agar kreditur berfikir walaupun rasio *leverage* tinggi yang berarti tingkat hutang tinggi, tetapi perusahaan tetap memiliki laba yang tinggi akan terlihat bahwa perusahaan memanfaatkan hutang dengan baik dan pastinya akan mampu membayar pengembalian hutang beserta bunga yang ditetapkan kepada kreditur pada waktu yang ditetapkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Nilai Perusahaan (PER), Ukuran Perusahaan (UKP) dan *Leverage* (DER) terhadap Manajemen Laba (ML). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan melalui beberapa uji yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa: (1) Nilai Perusahaan (PER) tidak

berpengaruh terhadap Manajemen Laba (ML), (2) Ukuran Perusahaan (UKP) berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba (ML), (3) *Leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba (ML).

Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa keterbatasan yang bisa disampaikan peneliti antara lain: (1) Penelitian ini belum dapat menangkap secara utuh faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien determinasi yang masih rendah yaitu sebesar 15,1 %. Artinya masih terdapat 84,9 % variabel independen lain yang dapat mempengaruhi harga saham, (2) Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian hanya terbatas pada industri *food and beverages*, sehingga tidak dapat mewakili seluruh sektor manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia. Serta tahun pengamatan sebatas 4 tahun yaitu tahun 2015-2018, dimana penelitian-penelitian lainnya menggunakan periode penelitian yang relatif lebih panjang.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang bisa disampaikan peneliti antara lain: (1) Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan faktor internal dan eksternal lain yang dapat mempengaruhi manajemen laba yaitu sebagai berikut: (a) Faktor internal antara lain seperti variabel *leverage*, *good corporate governance* dan pertumbuhan perusahaan, (b) Faktor eksternal seperti tingkat suku bunga, kurs mata uang, dan situasi sosial politik, (2) Untuk peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah sampel pengamatan, tidak hanya terbatas pada perusahaan *food and beverage* melainkan seluruh perusahaan manufaktur serta memperpanjang periode pengamatan hingga 5 tahun pengamatan, (3) Bagi perusahaan diharapkan dapat lebih memperhatikan faktor *leverage* perusahaan sehingga terhindar dari resiko kebangkrutan dan terhindar dari dugaan manajemen laba serta meningkatkan ukuran perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan agar dapat terhindar dari praktik manajemen laba dan menyajikan laporan keuangan dengan transparan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, Y. P. dan E. Suryani. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)* 10(1): 63-74.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafi, M. 2004. *Manajemen*. BPEE. Yogyakarta.
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan keenam. PT Raja Grafindo Pemada. Jakarta.
- Kusumawardhani, I. 2012. Pengaruh Corporate Governance, Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Keuangan* 1(1): 1-17.
- Noerirawan, R. 2012. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* 1(2): 1-12.
- Pasaribu, R. B. F., D. Kowanda., dan E. D. Widyastuty. 2016. Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, Price To Book Value, Dan Earning Per Share Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Emiten Manufaktur di BEI periode 2008-2013). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10(2): 71-87.

- 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.
- Rice. 2013. Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Ukuran dan Nilai Perusahaan Terhadap Tindakan Majamen Laba. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 3(1): 1-14.
- Scott, W. R. 2006. *Financial Accounting Theory*. 4th Edition. Inc Pearson Education. Canada.
- Sudana, I M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Alfabeta. Bandung.
- Suwito, E., dan A. Herawaty. 2005. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Widyaningdyah, A. U. 2001. Analisis FaktorFaktor Yang Berpengaruh Terhadap Earnings Management pada Perusahaan Go Publik di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Keuangan* 3(2): 89-101.