

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan pada website Kemenperin.go.id (2019), Kementerian Perindustrian Republik Indonesia mengatakan pada tahun 2018 industri sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor andalan yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja dalam pencapaian kinerjanya tercatat konsisten bernilai positif. Seperti yang diketahui bersama 2 (tahun) terakhir ini dunia digemparkan oleh Virus Covid-19, Virus Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap berbagai sektor, tidak sedikit yang mengalami dampak dari virus tersebut. Banyak perusahaan yang akhirnya mengalami penurunan profit dikarenakan belum memiliki strategi yang harus dilakukan pada saat munculnya Virus Covid-19. Dilansir dari Kompas (2021) Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa sektor makanan dan minuman masih berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi di tengah pandemi Covid-19 dikatakan bahwa total nilai ekspor pada tahun 2021 meningkat sebanyak 52% dibandingkan dengan tahun 2020. Dirjen Industri Agro Kementerian Perindustrian juga mengatakan

bahwa sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki permintaan tertinggi saat pandemi, dikarenakan masyarakat tetap mengonsumsi asupan bergizi untuk meningkatkan imunitas tubuhnya dalam menjaga kesehatan.

Perkembangan tingkat keuntungan atau biasa disebut dengan profit sejak dulu menjadi salah satu komponen yang sangat penting bagi pertumbuhan suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi menandakan bahwa kinerja perusahaan baik dan dapat dikatakan mencapai target yang telah dibuat. Pihak Eksternal, baik investor, bank, masyarakat dan pihak terkait lainnya akan lebih tertarik untuk menanamkan dana atau meminjamkan dana ke perusahaan yang perolehan labanya tinggi dibandingkan ke perusahaan yang perolehan labanya rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi pada setiap periode, memiliki potensi masa depan yang baik dibandingkan perusahaan yang perolehan labanya kecil dengan risiko yang tentunya lebih besar.

Pengambilan keputusan pendanaan aspek keuangan menjadi salah satu hal yang penting, dikarenakan perusahaan akan menjadikan aspek keuangan menjadi dasar pengambilan keputusan dalam menentukan biaya kegiatan usahanya dan memilih alternatif investasi yang tepat dengan menggunakan modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dengan adanya modal yang kuat, diharapkan perusahaan mampu mempertahankan prestasi kerja yang sudah ada dan meningkatkan kualitas produksi, sehingga

produk yang dihasilkan mampu menghasilkan nilai lebih bagi konsumen serta mampu menghasilkan profit yang baik bagi perusahaan.

Memberikan informasi mengenai keadaan sebuah perusahaan, perusahaan akan membuat laporan keuangan untuk menyediakan informasi finansial kepada pihak luar. Diharapkan laporan tersebut dapat memberikan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya kepada kreditor dan investor. Manajemen dalam periodenya ketika ada hal yang ingin dicapai tidak tercapai, maka manajemen akan mengambil kesempatan berupa fleksibilitas ini dalam membuat laporan keuangan, pilihan dalam metode akuntansi yang dilakukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan tertentu biasanya dengan manajemen laba.

Menurut Scott (2000) dalam Renaldo et all (2022), Manajemen laba merupakan rekayasa laba yang dilakukan oleh manajer mengenai dengan tingkat laba atau pencapaian suatu perusahaan dengan memperlihatkan pencapaiannya melalui tingkat keuntungan atau profit yang dicapai. Manajemen laba dalam praktiknya terjadi terjadi karena adanya perbedaan kepentingan, yakni antara principal dan agen. Hal tersebut merupakan suatu tindakan yang terkait dengan teori keagenan. Pihak *principal* (investor) menginginkan *return* yang tinggi untuk memaksimalkan kekayaan yang dimiliki, sementara pihak *agent* (manajemen) berusaha untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak eksternal untuk mendapatkan imbalan yang baik untuk perusahaan.

Menurut Scott (2000) dalam Renaldo et all (2022), menyatakan bahwa banyak bentuk manajemen laba yang dilakukan oleh manajer, salah satunya ialah *income maximization*. *Income maximization* dilakukan manajer untuk mendapatkan perhatian khusus dari pihak eksternal terhadap perusahaan. Manajer akan memaksimalkan keuntungan agar mendapatkan bonus yang besar dengan menaikkan laba sehingga laporan keuangan yang diterbitkan bernilai positif oleh pihak eksternal. Bentuk manajemen laba tersebut sejalan dengan kasus yang pernah dipublikasi oleh CBNC Indonesia (2020) mengenai Laporan laba yang dirilis oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA) yang memberikan laba besar tidak sebanding dengan tahun sebelumnya. PT Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA) melaporkan laba periode 2019 sebesar Rp 1,13 Triliun sedangkan pada tahun 2018 melaporkan laba merugi sebesar Rp 123,43 Miliar. Berdasarkan laporan keuangan audit yang disampaikan oleh BEI pendapatan AISA mengalami penurunan 4,4% dari tahun 2018, kemudian beban pokok berkurang menjadi Rp 1,06 Triliun dari Rp 1,12 Triliun. Kenaikan laba bersih pada AISA disebabkan oleh adanya kenaikan pada pos pendapatan lainnya sebesar Rp 1,9 Triliun yang berasal dari pembalikan atas penurunan nilai piutang, selisih nilai wajar restrukturisasi utang obligasi dan sukuk ijarah, serta pembalikan atas penurunan nilai persediaan. Hal tersebut dapat dikatakan adanya *income maximization* karena adanya pengakuan pendapatan pada pos pendapatan lainnya terkait dengan pihak afiliasi dan

tidak diemukan adanya pengungkapan (*disclosure*) secara memadai kepada *stakeholders* yang relevan.

Salah satu kasus praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) yang diduga telah terjadi penggelembungan senilai Rp. 4 triliun oleh manajemen lama pada laporan keuangan perusahaan tahun 2017. Hasil Investigasi Berbasis Fakta yang dilakukan oleh PT Ernst & Young Indonesia (EY) kepada manajemen baru AISA yang tertanggal 12 Maret 2019, dugaan penggelembungan ditengarai terjadi pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap Group AISA. Laporan keuangan Tiga Pilar periode 2017 yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) RSM International dipersoalkan oleh manajemen baru yang mengambil alih perseroan pada Oktober 2018.

Hasil investigasi terhadap laporan keuangan tersebut menyatakan bahwa adanya temuan terhadap dugaan penggelembungan pada pos akuntansi senilai Rp. 4 triliun serta beberapa dugaan lain. Hal ini membenarkan dugaan PT Ernst & Young Indonesia dan membuktikan bahwa adanya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen lama perusahaan tersebut, yaitu dengan cara menaikkan laba (menurunkan rugi) yang dilaporkan dari laba (rugi) yang sesungguhnya sehingga rugi yang dialami oleh perusahaan terlihat lebih kecil. Manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan ini bertujuan untuk menjaga nilai perusahaan sehingga tidak jatuh di mata para *stakeholders*, tetapi yang justru terjadi dalam kasus ini adalah perusahaan mengalami penurunan nilai perusahaan

yang signifikan. BEI men-suspend saham AISA di harga Rp. 168 pada tanggal 6 Juli 2018 untuk melindungi para investor dari kerugian” yang lebih besar.

Selain itu, CBNC Indonesia (2018) juga mempublikasi mengenai Laporan laba Garuda Indonesia yang memiliki kejanggalan sehingga Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memintai BEI memeriksa manajemen Garuda. Kasus tersebut ditemukan pada laporan keuangan Garuda yang melaporkan laba bersih sebesar US\$ 809.846 pada tahun 2018, dimana pada tahun tersebut Garuda seharusnya mengalami kerugian dikarenakan beban yang dimiliki sebesar US\$ 4,58 lebih besar dengan pendapatan yang dimiliki. Laba bersih yang terjadi pada tahun tersebut terdapat salah satu indikasi, yakni mengakui penuh pendapatan yang memiliki nilai kontrak 15 tahun dalam satu periode berjalan. Hal tersebut dapat dikatakan adanya *income maximization*, dengan mengakui seluruh pendapatannya untuk menaikan laba pada periode berjalan.

Laporan keuangan menjadi hal penting bagi *stakeholder* dalam melihat kinerja perusahaan untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan terhadap sebuah perusahaan. Manajemen dalam menjaga kepercayaan *stakeholder* berusaha menyajikan laporan keuangan yang bernilai positif, oleh karena itu manajer biasanya akan melakukan manajemen laba. Manajemen laba dalam praktiknya, terjadi karena beberapa faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu, kepemilikan saham publik, kepemilikan instutional, *good corporate governance*, profitabilitas,

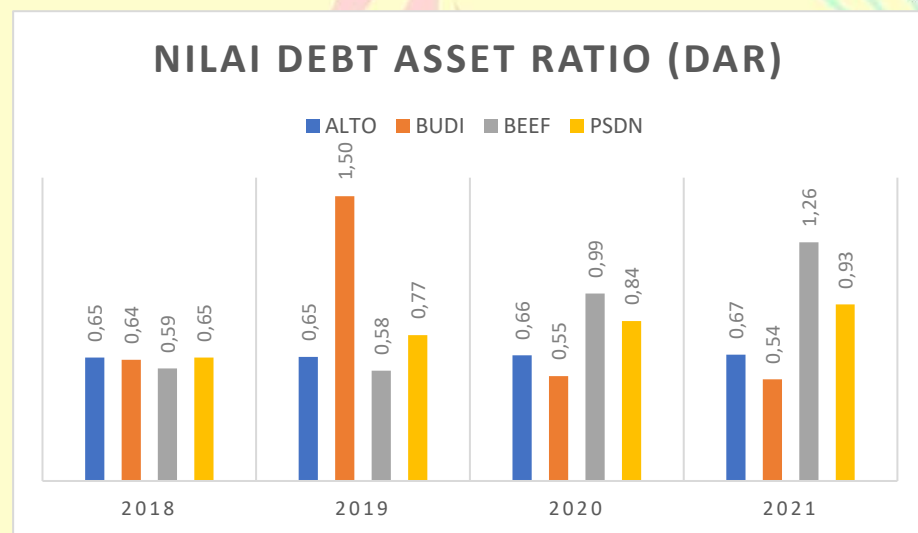
leverage, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi manajemen laba dalam penelitian, penulis menggunakan faktor-faktor yang memiliki gap penelitian pada penelitian terdahulu yang berpengaruh terhadap manajemen laba ialah *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jelanti (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Tinnginehe & Kusumadewi (2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba, dan penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Alasan penulis menggunakan variabel *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan dalam penelitian pengaruh terhadap manajemen laba juga melihat bahwa keadaan *leverage* yang tinggi, pertumbuhan perusahaan yang baik, serta ukuran perusahaan menjadi sorotan investor ketika menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut, hal tersebut biasanya membuat para manajer melakukan manajemen laba guna menjaga dan mendapatkan investor dalam perusahaannya.

Faktor yang mempengaruhi manajemen laba, yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan pendanaan yang dimiliki perusahaan bukan dari modal yang ada dalam perusahaan, melainkan modal yang diperoleh dari kreditor dan pemegang saham dalam bentuk hutang. Pada dasarnya kegiatan

operasional perusahaan mengenai pendanaan dapat berasal dari modal sendiri maupun berasal dari pihak eksternal yang berupa hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang yang diperoleh dari para kreditor dan pemegang saham. Penggunaan dana tersebut menimbulkan konsekuensi bagi perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada pemilik dana yang akan menimbulkan beban tetap atau biaya tetap, disamping itu perusahaan juga harus berkontribusi untuk menambah keuntungan perusahaan. Menurut Sartono (2008) dalam Dwiarti & Hasibuan (2019), *Leverage* merupakan sumber dana oleh perusahaan yang mempunyai beban tetap dengan maksud supaya mengembangkan laba investor. *Leverage* merupakan nama lain dari rasio hutang. Rasio tersebut biasanya digunakan dalam mengukur sejauhmana kemampuan perusahaan untuk menutupi kewajiban dalam bentuk hutang terhadap modal yang dimiliki perusahaan.

Leverage oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan, dikarenakan penggunaan hutang dalam bentuk investasi sebagai tambahan untuk mendanai aset yang nantinya aset yang dimiliki perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba. Dengan demikian laba yang tersedia untuk pemegang ekuitas pun semakin besar. Menurut Brigham dan Houston (2001) mengatakan bahwa *leverage* merupakan alternatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba. Pinjaman dari pihak luar ini dapat dihitung dengan DAR (*Debt Aset Ratio*). Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan *leverage* dalam kegiatan operasionalnya. Perusahaan

menggunakan Rasio *leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Berikut disajikan data *Debt Assets Ratio* pada perusahaan sektor *non – cyclicals* subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dari tahun 2018-2021:



Gambar 1.1 Perusahaan manufaktur sektor *non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021

Sumber data: Diolah oleh peneliti (2023)

DAR (*Debt to Assets Ratio*) memiliki peran penting dalam perusahaan untuk dapat mengetahui komposisi hutang dan aset dari suatu perusahaan. DAR mampu mengidentifikasi kemampuan perusahaan dalam pembayaran kredit atau tagihan perusahaan. Dalam mengambil sebuah keputusan DAR menjadi salah satu komponen yang sangat mempengaruhi perusahaan untuk membuat perencanaan kedepannya. Menurut Mauna & Wicaksono (2022) jika hutang lebih tinggi dibanding aset rasionya, maka dapat dikatakan pendanaan dengan hutang semakin banyak, sehingga dalam

membayar kewajibannya perusahaan dikhawatirkan tidak mampu membayar kewajibannya dengan aset yang dimiliki. Semakin banyak aset yang didanai dengan hutang akan menimbulkan tingginya beban bunga pinjaman yang ditanggung oleh perusahaan. Dalam data tabel yang disajikan diatas, perusahaan dengan kode emiten ALTP dan PSDN dari tahun 2018-2021 memiliki nilai DAR dibawah 1, maka dapat dikatakan jika perusahaan fraud aset perusahaan mampu membayar hutang-hutang perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai DAR diatas 1 maka hal tersebut perlu diperhatikan kemampuan membayar hutangnya. Perusahaan yang memiliki DAR diatas 1 perlu diperhatikan mengenai sumber hutangnya berasal darimana, apakah berasal dari hutang bank, obligasi atau hutang usaha. Jika hutang perusahaan berasal dari hutang usaha, maka kondisi perusahaan tersebut baik-baik saja. Tetapi, jika berasal dari hutang bank ataupun obligasi hal tersebut perlu diperhatikan karena terkait dengan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutangnya. Tingkat *leverage* ini bisa saja berbeda pada setiap perusahaan dan periode dalam satu perusahaan, tinggi *leverage* yang tinggi akan semakin tinggi risiko yang dihadapi, kemudian juga semakin besar tingkat penghasilan atau penghasilan yang diharapkan.

Manajemen laba salah satu faktor nya yaitu, rasio *leverage*. Rasio *leverage* digunakan sebagai tolak ukur dalam melihat perilaku manajer dalam upaya peningkatan laba perusahaan. Tingkat *leverage* yang tinggi menandakan bahwa perusahaan termotivasi untuk melakukan praktik

manajemen laba agar terhindar dari pelanggaran hutang'. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Variabel pertama adalah *Leverage* yang diukur dengan debt ratio. Penelitian yang dilakukan oleh Agustia & Suryani (2018), Sebastian & Handojo (2019), Savitri & Priantinah (2019) , Jelanti (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh dengan manajemen laba. Namun terdapat perbedaan dengan Veni et al (2019), Anindya & Afri Yuyetta (2020), Kristiana & Rita (2021), Br. Trigan et al (2022) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap Manajemen laba.

Selain *Leverage*, faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba ialah pertumbuhan perusahaan. Menurut Annisa & Hapsoro (2017) pertumbuhan perusahaan merupakan indikasi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Pertumbuhan perusahaan diproksikan dengan perubahan tingkat pertumbuhan tahunan perusahaan dari aset total. Pertumbuhan perusahaan dalam *pecking order theory* memiliki hubungan positif mengenai keputusan pendanaan, dimana perusahaan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan yang cepat harus lebih banyak mengandalkan pada dana eksternal. Maka, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi.

Pertumbuhan perusahaan dalam aspek penjualan yang tinggi maka mencerminkan pendapatan meningkat sehingga beban pajak meningkat. Pertumbuhan penjualan biasanya melihat pada perubahan penjualan tahun sebelum serta tahun periode selanjutnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik, jika adanya peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Dalam manajemen laba, biasanya perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung tidak melakukan manajemen laba, sedangkan pertumbuhan penjualan yang rendah akan cenderung memanipulasi laba. Motivasi manajer dalam manajemen laba, yaitu *Contracting Incentives* karena kompensasi kontrak dapat melibatkan bonus berdasarkan pendapatan, *Stock Price Effect* dalam hal ini biasanya manajer akan menaikkan pendapatan secara sementara untuk meningkatkan harga saham untuk beberapa *event* seperti *merger* atau penawaran sekuritas, *Other Incentives* dalam hal ini manajemen laba menurunkan pendapatan untuk mendapat perlakuan ekstra dari pemerintah, yakni perlindungan dari kompetitor asing (Sebastian & Handojo, 2019).

Penelitian terdahulu mengenai pertumbuhan usaha yang diukur dengan *growth ratio*. Penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2019) dan Tingginehe & Kusumadewi (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan dengan manajemen laba. Namun terdapat perbedaan dengan Febriyanti (2020) dan Sebastian & Handojo (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap Manajemen laba.

Selain pertumbuhan perusahaan, terdapat faktor lain yang mempengaruhi manajemen laba yaitu ukuran perusahaan. Menurut Sawir (2004) 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. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan return lebih tinggi secara signifikan. Selanjutnya, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan-kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua belah pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang. Terdapat kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan

rencana keuangan, dan tidak mengembangkan system akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen. Dalam pengertian diatas yang dikatakan oleh Sawir, maka dapat diartikan bahwa ukuran sebuah perusahaan dapat dilihat dari total aset, total penjualan, dan equity perusahaan dalam sebuah periode.

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan dua indikator diantaranya, total aset dan total penjualan. Pengukuran nilai aset biasanya digunakan untuk menjelaskan ukuran perusahaan karena nilai aset dapat menunjukkan tingkat kekayaan yang dimiliki perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan dapat memenuhi permintaan produk, jika aset yang dimiliki semakin besar. Hal tersebut dapat memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengukuran nilai penjualan juga digunakan untuk menjelaskan ukuran perusahaan karena nilai penjualan dapat menunjukkan besar laba yang dimiliki perusahaan. Laba perusahaan meningkat dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui penjualan yang terus meningkat serta dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi.

Terdapat penelitian terdahulu mengenai ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Penelitian tersebut dilakukan oleh Veni et al (2019) dan Irawan (2019), namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Anindya & Afri Yuyetta (2020) dan Br. Trigan

et al (2022) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti melihat adanya gap penelitian pengaruh *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan. Terdapat hasil yang inkonsistensi pada penelitian terdahulu, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan, manajemen laba dalam sebuah perusahaan dilakukan oleh manajemen untuk menarik pihak eksternal sehingga menanamkan modal terhadap perusahaan tersebut. Berbagai model manajemen laba yang dilakukan berdasarkan standar akuntansi yang berlaku dalam pelaporan keuangan. Selain itu, peneliti juga menemukan adanya *research gap* pada penelitian terdahulu yang telah menguji Pengaruh *Leverage*, Perumbuhan perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba. Terdapat hasil yang tidak konsisten, dimana beberapa penelitian menyimpulkan hasil penitiannya berpengaruh, namun terdapat penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, mengenai Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan perusahaan, Ukuran perusahaan terhadap Manajemen laba

penulis membuat pertanyaan masalah untuk penelitian kembali sebagai berikut:

1. Apakah *Leverage* memiliki pengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclicals* subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Apakah Pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclicals* subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
3. Apakah Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclicals* subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap manajemen laba.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan usaha terhadap manajemen laba.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, ialah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Mampu untuk menganalisis dan membahas Pengaruh *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI menggunakan literatur dan teori yang relevan.
- b. Menambah referensi dan dapat dijadikan acuan untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dalam bidang akuntansi keuangan.
- c. Mampu untuk melakukan pembuktian terhadap gap penelitian yang terdapat pada penelitian terdahulu mengenai *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
- d. Mampu untuk mendukung teori akuntansi, yakni teori agensi dalam manajemen laba.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan informasi dan gambaran terhadap pihak internal terkait pengambilan sebuah keputusan dalam melakukan manajemen laba.
- b. Memberikan informasi dan gambaran bagi pihak eksternal, yakni pihak investor dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan modalnya terhadap perusahaan, mengenai manajemen laba yang dilakukan oleh manajer perusahaan guna mendapatkan informasi mengenai kinerja perusahaan.

- c. Memberikan informasi dan gambaran bagi pihak eksternal, yakni pemerintah mengenai tindakan manajemen laba perusahaan dalam pengenaan pajak perusahaan, sehingga pemerintah dapat memberikan biaya pajak yang sesuai dengan laba yang dihasilkan perusahaan.
- d. Memberikan informasi dan gambaran bagi pihak eksternal, yakni pihak pinjaman mengenai manajemen laba, sehingga kreditur tepat dalam pengambilan keputusan untuk meminjamkan dana terhadap perusahaan.

