

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan PSAK No. 1 (Revisi 2017) Laporan keuangan sebuah perusahaan menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan untuk menyediakan informasi yang berguna bagi mayoritas pengguna laporan dalam pengambilan keputusan ekonomi tentang posisi keuangan entitas, kinerja keuangan, dan arus kas. Hasil kinerja yang tertuang dalam laporan keuangan dapat digunakan untuk mengukur pencapaian perusahaan sekaligus sebagai bahan evaluasi perusahaan periode sebelumnya. Akibatnya, laporan keuangan dapat dilihat sebagai alat yang berguna untuk mengawasi jalannya perusahaan serta sumber informasi penting bagi investor dan pemegang saham dalam membuat keputusan investasi.

Di Indonesia, terutama perusahaan yang sudah *go public* wajib menyampaikan laporan keuangan yang mencakup informasi mengenai kegiatan perusahaan (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 29/POJK.04/2016). Komponen laporan laba rugi menjadi objek manipulasi oleh pihak manajemen perusahaan, karena secara umum laba menjadi perhatian utama dalam mengukur kinerja perusahaan maupun proyeksi bagi pihak eksternal untuk menilai kondisi perusahaan di masa mendatang.

Kebijakan akuntansi biasanya dipilih oleh manajemen untuk mencapai target laba, dengan tujuan agar nantinya perusahaan dapat menambah atau

mengurangi keuntungan yang diperoleh sesuai kehendak manajemen. Tak jarang tindakan tersebut bisa saja bertentangan dengan prinsip utama dalam perusahaan. Praktik pengelolaan laba perusahaan sesuai dengan keinginan manajemen ini kemudian dikenal dengan istilah manajemen laba.

Manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengubah informasi dalam laporan keuangan dengan maksud untuk mengelabui pemangku kepentingan yang berkepentingan dengan kinerja dan kondisi keuangan (Felicya & Sutrisno, 2020). Manajemen laba merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen untuk memengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan informasi tentang manfaat ekonomi perusahaan yang sebenarnya tidak diperoleh perusahaan. Dalam jangka panjang, tindakan ini dapat merugikan perusahaan. Manajemen laba dapat menurunkan kredibilitas laporan keuangan perusahaan, karena dapat menambah bias dalam laporan keuangan dan membuat pengguna laporan keuangan percaya bahwa angka laba yang di rekayasa adalah angka laba yang sebenarnya.

Pada dasarnya, manajemen laba muncul akibat masalah keagenan, yaitu kondisi ketidakselarasan kepentingan antara manajer dan pemilik perusahaan sebagai akibat dari asimetri informasi. Asimetri informasi adalah kondisi dimana pemegang saham dan manajemen mengalami ketidakseimbangan perolehan informasi, yaitu ketika manajemen memiliki lebih banyak informasi daripada pihak eksternal (Jensen & Meckling, 1976). Tindakan manajemen laba menurut Agustia & Suryani (2018) terjadi ketika manajer menggunakan penilaian dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan maksud memanipulasi

laba untuk kinerja ekonomi perusahaan atau untuk memengaruhi hasil kesepakatan (kontrak) yang bergantung pada angka yang dihasilkan.

Tindakan manajemen laba dipandang dari dua perspektif berbeda oleh beberapa pihak (Astuti et al., 2017). Salah satu pihak memandang manajemen laba sebagai kecurangan, karena manajemen laba dikategorikan sebagai perilaku oportunistik seorang manajer untuk bermain dengan angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan guna mendapatkan keuntungan sepihak. Sementara itu, terdapat pihak lain yang memandang manajemen laba sebagai kecurangan, karena hal tersebut merupakan akibat dari kebebasan manajer dalam memilih metode akuntansi untuk mencatat dan menyusun informasi keuangan yang dianggap tepat bagi perusahaan.

Manajemen laba sangat menarik untuk diteliti, karena dapat memberikan gambaran tentang bagaimana manajer melaporkan kegiatan usahanya selama periode waktu tertentu. Hingga saat ini, manajemen laba masih menjadi praktik umum yang terjadi di kalangan perusahaan. PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) merupakan salah satu dari beberapa perusahaan yang terlibat dalam kasus praktik manajemen laba.

Laporan keuangan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk untuk periode 2017 yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) RSM International, dipersoalkan oleh manajemen baru yang mengambil alih perseroan pada Oktober 2018, karena terdapat dugaan adanya penggelembungan senilai Rp4 triliun pada laporan keuangan perusahaan tahun 2017 oleh manajemen lama. Atas hal tersebut, pada tanggal 12 Maret 2019 PT Ernst & Young (EY) Indonesia melakukan Investigasi Berbasis Fakta (IBF) kepada manajemen

baru PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk dan mendapati hasil bahwa dugaan penggelembungan ditengarai terjadi pada pos akuntansi akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap serta beberapa dugaan lain.

Kemudian, pada tahun 2020 Laporan keuangan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk untuk tahun buku 2017 disajikan ulang, termasuk laporan keuangan 2018 dan 2019 yang saat itu belum dilaporkan. Pada laporan keuangan yang telah *direstatement*, sepanjang 2017 perusahaan membukukan rugi Rp5,23 triliun. Jumlah ini lebih besar Rp4,68 triliun dari laporan keuangan versi sebelumnya yang hanya rugi Rp551,9 miliar. Hal ini membenarkan dugaan PT Ernst & Young Indonesia dan membuktikan adanya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen lama perusahaan, yaitu dengan cara menaikkan laba (menurunkan rugi) yang dilaporkan dari laba (rugi) yang sesungguhnya, sehingga rugi yang dialami oleh perusahaan terlihat lebih kecil.

Sebenarnya, manajemen laba yang dilakukan oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk bertujuan untuk menjaga nilai perusahaan agar tidak jatuh di mata *stakeholder*. Tetapi, yang justru terjadi dalam kasus ini adalah perusahaan mengalami penurunan nilai yang signifikan. Bursa Efek Indonesia (BEI) *men-suspend* saham AISA di harga Rp168 pada tanggal 6 Juli 2018 untuk melindungi para investor dari kerugian yang lebih besar.

Perusahaan akan menderita kerugian akibat menerapkan manajemen laba, seperti yang ditunjukkan oleh kasus tersebut. Manajemen laba juga akan merugikan investor dan pihak luar lainnya yang berkepentingan dengan perusahaan. Biasanya informasi dalam laporan keuangan perusahaan pada

akhirnya akan dipengaruhi oleh manajemen laba yang dapat berdampak pada pengambilan keputusan investor atau pihak internal lain yang mengandalkan informasi dalam laporan keuangan.

Penelitian akuntansi terhadap manajemen laba terus berkembang dari waktu ke waktu. Selain upaya untuk mengetahui keberadaan, cara, dan konsekuensi dari manajemen laba, penelitian terus berkembang untuk menyelidiki motivasi di balik kegiatan rekayasa manajerial yang dilakukan oleh manajer tersebut.

Beberapa faktor yang memengaruhi manajemen laba, diantaranya yaitu “karakteristik perusahaan (ukuran dan umur perusahaan), *leverage* dan profitabilitas” (Agustia & Suryani, 2018). Laba yang dikelola dalam praktik manajemen laba diperoleh dari aktivitas operasional perusahaan yaitu penjualan. Penjualan merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik barang atau jasa dari pihak produsen ke pihak konsumen yang merupakan sasaran dari usaha tersebut (Butar & Sudarsi, 2012). Aktivitas penjualan ini tidak dapat dipisahkan dari sebuah perusahaan, intensitas aktivitas penjualan juga tergantung dari kondisi serta karakteristik perusahaan. Usia dan ukuran perusahaan merupakan karakteristik umum perusahaan. Usia dan ukuran perusahaan dapat diukur dengan beberapa indikator, dimana indikator tersebut dapat diukur menggunakan rasio yang akan menunjukkan persentase kinerja perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing dipasaran.

Pada masa pandemi Covid-19, naik turunnya penjualan yang terjadi tentu membuat intern perusahaan harus bisa menyiasati pengelolaan laba

atau keuntungan dari penjualan yang dilakukan (Butar & Sudarsi, 2012). Produksi yang dilakukan serta penjualan dan penyebaran hanya memiliki satu tujuan yaitu memperoleh laba atau keuntungan. Perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan *firm value* serta menampilkan kinerja terbaik mereka kepada para investor (Butar & Sudarsi, 2012). Kondisi tersebut tentu saja akan memicu perusahaan untuk menjaga kestabilan laba perusahaan, sehingga akan memberikan dorongan serta mendesak manajer perusahaan untuk menyajikan laba sesuai dengan ekspektasi para investor. Tidak jarang manajemen dari perusahaan tersebut melakukan prosedur akuntansi untuk mengintervensi laba dari perusahaan sesuai dengan keinginan mereka.

Faktor pertama yang memengaruhi manajemen laba adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Secara umum, investor, kreditur, pemerintah, dan pihak eksternal lainnya akan lebih memperhatikan perusahaan besar, utamanya pada saat pandemi Covid-19 yang banyak melumpuhkan perekonomian. Karena perusahaan besar harus mampu memenuhi harapan investor atau pemegang sahamnya, perusahaan besar memiliki insentif yang signifikan untuk melakukan manajemen laba (Agustia & Suryani, 2018).

Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nalarreason & Mardiaty (2019) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017”; Ruwanti et al. (2019) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2017”; dan Gozali et al. (2021) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan

yang terdaftar di *Singapore Exchange* (SGX) periode 2017-2018.” Beberapa penelitian tersebut menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba.”

Penelitian dengan hasil serupa juga dilakukan oleh Hardiyanti et al. (2022) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020”; Kusumawati (2019) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”; dan Zakia et al. (2019) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2016-2017.”

Bertentangan dengan penelitian tersebut, beberapa peneliti justru mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa “ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba”, diantaranya yaitu: Agustia & Suryani (2018) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”; Felicya & Sutrisno (2020) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”; dan Anindya & Yuyetta (2020) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.”

Wulandari & Suganda (2021) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII)”; dan Adi et al. (2020) yang menguji “pengaruh

ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2017”, juga menunjukkan hasil yang bertentangan, yaitu “ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba”.

Selanjutnya, umur perusahaan merupakan faktor kedua yang berpengaruh pada manajemen laba. Umur perusahaan adalah lamanya perusahaan berdiri yang dihitung sejak awal berdirinya (Zen & Herman, 2007). Menurut Agustia & Suryani (2018), umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk bertahan. Secara teoritis, semakin lama umur perusahaan, semakin besar peluang untuk melakukan tindakan manajemen laba, karena perusahaan yang telah berdiri cukup lama memiliki wawasan dalam mengelola, sehingga mampu membuat pengaturan untuk meningkatkan keuntungan agar dapat bersaing.

Hal ini sejalan dengan penelitian Agustia & Suryani (2018) yang menguji “pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”; Wulandari & Suganda (2021) yang menguji “pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII)”; dan Gozali et al. (2021) yang menguji “pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di *Singapore Exchange* (SGX) periode 2017-2018.” Beberapa penelitian tersebut menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa “umur perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.”

Namun, penelitian yang dilakukan oleh Felicya & Sutrisno (2020) yang menguji “pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”, menyatakan hasil yang bertentangan. Felicya & Sutrisno (2020) menyatakan bahwa “umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.”

Lalu, faktor ketiga yang memengaruhi manajemen laba yaitu *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menentukan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang (Agustia & Suryani, 2018). Semakin tinggi rasio *leverage* maka akan semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap kreditur dan semakin besar beban bunganya (Astuti et al., 2017).

Investor berpendapat bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan menghadapi risiko yang signifikan. Hubungan antara tingkat *leverage* dan manajemen laba tercermin ketika perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi, ia akan melakukan manajemen laba dengan meningkatkan laba untuk menunjukkan kemampuannya memenuhi perjanjian hutang yang ada.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustia & Suryani (2018) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”; Nalarreason & Mardiaty (2019) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017”; Ruwanti et al. (2019) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2017”;

dan Kusumawati (2019) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”, mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa “*leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.”

Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febria (2020) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”; Anindya & Yuyetta (2020) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”; Wulandari & Suganda (2021) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII)”; dan Gozali et al. (2021) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di *Singapore Exchange* (SGX) periode 2017-2018.”

Hardiyanti et al. (2022) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020”; Adi et al. (2020) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2017”; Zakia et al. (2019) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2016-2017”; dan Fionita & Fitra (2019) yang menguji “pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2019”, juga mendapatkan hasil yang bertentangan yaitu “*leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.”

Kemudian, profitabilitas merupakan faktor keempat yang berdampak pada manajemen laba. Kemampuan perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan keuntungan disebut sebagai profitabilitas. Menurut Agustia & Suryani (2018) profitabilitas merupakan tingkat laba bersih yang mampu dicapai perusahaan melalui operasinya. Nilai profitabilitas dapat digunakan sebagai ukuran kinerja dari suatu perusahaan. Secara umum, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sejalan dengan profitabilitasnya. Artinya, semakin tinggi profitabilitas maka kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan juga meningkat.

Penelitian Febria (2020) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”; Wulandari & Suganda (2021) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII)”; Hardiyanti et al. (2022) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020”; Kusumawati (2019) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”; dan Zakia et al. (2019) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2017”, mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa “profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.”

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Agustia & Suryani (2018) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016”; Anindya

& Yuyetta (2020) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”; Gozali et al. (2021) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di *Singapore Exchange* (SGX) periode 2017-2018”; dan Adi et al. (2020) yang menguji “pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2017”, menunjukkan hasil yang bertentangan yaitu “profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.”

Mengacu pada penelitian terdahulu diatas, terdapat beberapa *research gap* antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lainnya. Perbedaan-perbedaan tersebut dapat dilihat dari tahun penelitian, beberapa variabel yang diteliti, objek penelitian, serta adanya ketidakkonsistenan hasil masing-masing penelitian. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti kembali faktor-faktor seperti “karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan dan umur perusahaan), *leverage*, profitabilitas dan pengaruhnya terhadap manajemen laba.”

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Agustia & Suryani (2018) yang menguji “pengaruh ukuran perusahaan, umur, *leverage*, dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2014 hingga 2016.” Menurut temuan Agustia & Suryani (2018) secara simultan, “manajemen laba dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.” secara parsial, “umur perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh” (Agustia & Suryani, 2018).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Agustia & Suryani (2018) sebelumnya dalam hal: penambahan variabel independen tambahan, yaitu *sales growth*, yang diperkirakan akan memengaruhi manajemen laba; perusahaan *consumer non-cyclicals* sebagai objek penelitian; dan periode penelitian 2019-2021 yang merupakan tahun terjadinya pandemi Covid-19.

Alasan penambahan variabel *sales growth* karena variabel tersebut dapat digunakan dalam model penelitian untuk mengidentifikasi kasus perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang sangat tinggi akan menghasilkan asimetri informasi (Anindya & Yuyetta, 2020). Manajemen laba mungkin menjadi lebih meningkat sebagai akibat dari kondisi penjualan yang meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat *sales growth* yang tinggi juga termotivasi untuk menerapkan manajemen laba guna mencapai laba, ketika menghadapi tantangan untuk mempertahankan tren penjualan dan laba.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anindya & Yuyetta (2020) yang menguji “pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018”; dan Zakia, et al. (2019) yang menguji “pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2017”, menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa “*sales growth* mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.” Sebaliknya, penelitian Fionita & Fitra (2021) yang menguji “pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2019”, menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa “*sales growth* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.”

Penelitian ini menggunakan perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI. Perusahaan *consumer non-cyclicals* atau barang konsumen primer adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang dijual kepada konsumen dan bersifat anti-siklis atau barang primer dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (www.idx.co.id).

Perusahaan *consumer non-cyclicals* dipilih sebagai objek penelitian dengan alasan, perusahaan *consumer non-cyclicals* terus memproduksi secara sering dan dalam jumlah besar, karena perusahaan *consumer non-cyclicals* adalah perusahaan yang menyediakan sebagian besar kebutuhan dasar pasar. Sesuai dengan siklus produksi dalam jumlah besar dan terus menerus, setiap perusahaan harus memiliki sumber daya yang tetap dan dapat mengatasi persoalan dana produksi.

Dalam menyajikan laporan keuangannya perusahaan *consumer non-cyclicals* mempunyai banyak peluang melakukan manajemen laba, dengan cara menggunakan berbagai metode akuntansi yang tersedia. Manajemen laba tersebut dilakukan untuk menunjukkan kinerja yang baik di mata publik dengan tujuan menarik investor untuk dapat menanamkan modalnya.

Untuk periode penelitian yang digunakan, penelitian ini menggunakan tahun pengamatan 2019-2021. Pemilihan periode ini didasarkan karena tahun tersebut merupakan tahun terjadinya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan menurunnya perekonomian nasional. Regulasi pengetatan diberbagai sektor seperti aturan PPKM membuat masyarakat terhambat dalam melakukan

aktivitas ekonomi dan membuat turunnya daya beli masyarakat secara luas (Febria, 2020).

Febria (2020) mengatakan bahwa ketidakpastian akibat pandemi juga berimplikasi pada melemahnya angka investasi di berbagai sektor usaha. Banyak investor ragu dalam berinvestasi, sehingga membuat dunia usaha tidak bisa bergerak seperti yang diharapkan (Febria, 2020). Oleh karena itu, banyak perusahaan yang menghalalkan berbagai cara untuk tetap menjaga kelangsungan bisnisnya. Salah satunya yaitu dengan melakukan manajemen laba, membuat laba naik agar keuangan perusahaan terlihat baik di mata investor.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan membahas permasalahan mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* terhadap manajemen laba dengan mengambil judul “**Pengaruh Karakteristik Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, dan *Sales Growth* terhadap Manajemen Laba (Studi pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021).**”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?
2. apakah umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?

3. apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?
4. apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?
5. apakah *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
2. menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba.
3. menganalisis pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba.
4. menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.
5. menganalisis pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat pada beberapa aspek yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan temuan penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan tambahan berupa ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen laba. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya tentang faktor seperti karakteristik perusahaan (ukuran dan umur perusahaan), *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* yang memengaruhi manajemen laba.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perusahaan, khususnya perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI yang ingin mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik perusahaan (ukuran dan umur perusahaan), *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* terhap manajemen laba. Selain itu bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai aplikasi ilmu di bidang akuntansi yang telah peneliti peroleh selama proses perkuliahan, menambah ilmu dan wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini akan diuraikan kedalam 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut:

1. Pendahuluan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini akan dibahas berkaitan dengan teori-teori yang penulis jadikan sebagai acuan dasar dalam penelitian, tinjauan empirik atau penelitian terdahulu yang berisi referensi yang penulis anggap representatif dalam bidang pembahasan serta teori-teori yang relevan dalam menjelaskan variabel-variabel apa saja yang akan penulis teliti,

meliputi kerangka berfikir penelitian dan hipotesis yang akan dikembangkan.

3. Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dijabarkan berkaitan dengan deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Yang mana hal ini meliputi metode penelitian (pendekatan penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel), variabel operasional dan definisi operasional yang membahas tentang variabel-variabel dalam penelitian yang selanjutnya harus dapat didefinisikan secara operasional, jenis data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi objek penelitian, analisis data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan model analisis regresi, serta interpretasi hasil berdasarkan metode analisis yang digunakan semuanya tercakup dalam bagian ini.

5. Penutup

Bagian ini memberikan gambaran singkat tentang apa yang dipelajari dari diskusi tentang bagaimana menginterpretasikan hasil, keterbatasan penelitian, yang menggambarkan kelemahan dan kekurangan yang ditemukan selama analisis dan interpretasi hasil, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.