

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA PADA SEKTOR PERUSAHAAN CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2019-2023**

# Skripsi

Oleh:

**Anissa’atun Solikhah**

**NPM : 4120600275**

Diajukan kepada:

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2024**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA PADA SEKTOR PERUSAHAAN CONSUMER NON-CYCLICLAS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2019-2023**

**Skripsi**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh:

**Anissa’atun Solikhah**

**NPM : 4120600275**

Diajukan Kepada:

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2024**





# MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Jangan pernah berharap pada siapapun dan pada segala bentuk pengharapan. Akan tetapi, selalu tetapkan rasa ikhlas dalam hati.”

(Endang Riyanti (mama))

Ridho orangtua merupakan kunci dari segala kunci kebahagiaan.

Persembahan:

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya.

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua orangtua saya yang saya cintai dan sayangi bapak Sartono dan ibu Endang Riyanti yang selalu memberikan doa, motivasi, dan semangat yang tiada henti. Terima kasih selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan anak-anaknya baik kebutuhan fisik dan emosionalnya.



**ABSTRAK**

**Anissa’atun Solikhah, 2024, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Sektor Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar DiBursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023.**

Kemajuan bisnis saat ini yang pesat mendorong banyak perusahaan untuk bersaing menghasilkan keunggulan yang berkualitas sesuai dengan sektor usahannya. Namun, tahun 2019 akhir tepatnya bulan Desember terjadi pandemi covid-19 sampai tahun 2021 yang memberikan dampak buruk bagi perekonomian Indonesia. Berbagai sektor mengalami penurunan termasuk sektor bisnis. Penurunan tersebut menyebabkan perusahaan membutuhkan investor untuk terus mempertahankan kelangsungan usahannya selama masa pandemi dan keberlanjutan perusahaan. Untuk menarik investor perusahaan membuat laporan keuangan sebagai informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan. Unsur laporan keuangan yang menjadi pengamatan utama dalam mengambil keputusan yaitu laporan laba rugi dan pengahasilan komprehensif. Pihak yang mengelola laporan keuangan merupakan pihak manajemen yang memiliki tanggung jawab serta bisa melakukan wewenangnya untuk merekayasa laporan keuangan atau dengan kata lain melakukan praktik manajemen laba untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage,* kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasi oleh bursa efek Indonesia dan perusahaan yang ditiliti tahun 2019-2023. Populasi yang diteliti merupakan perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang berjumlah 125 perusahaan. Sampel penelitian dipilih menggunakan Teknik purposive sampling dan diperoleh 16 sempel perusahaan dengan banyaknya data sejumlah 80 untuk dianalisis. Pengujian hipotesis menggunaakan program SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukan *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan kepemilikan institusional mampu sebagai pengendali pihak manajemen dengan cara monitoring.

**Kata kunci: *leverage*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan.**

**ABSTRACT**

Anissa'atun Solikhah, 2024, Analysis of Factors That Influence Profit Management in the Non-Cyclical Consumer Company Sector Listed on the Indonesian Stock Exchange for the 2019-2023 Period.

*Today's rapid business progress encourages many companies to compete to produce quality excellence according to their business sector. However, at the end of 2019, precisely in December, the Covid-19 pandemic occurred until 2021 which had a negative impact on the Indonesian economy. Various sectors experienced a decline, including the business sector. This decline causes the company to need investors to continue to maintain its business continuity during the pandemic and the company's sustainability. To attract investors, companies make financial reports as information about the company's financial condition. The elements of financial reports that are the main observation in making decisions are comprehensive income and profit statements. The party who manages the financial reports is the management party who has responsibility and can exercise authority to manipulate financial reports or in other words carry out earnings management practices to achieve the desired goals.*

The research objective is to analyze the influence of leverage, managerial ownership, institutional ownership, and company size on earnings management. *The data used is secondary data obtained from financial reports published by the Indonesian stock exchange and the companies studied in 2019-2023. The population studied was Consumer Non-Cyclicals companies, totaling 125 companies. The research sample was selected using a purposive sampling technique and 16 samples of companies were obtained with 80 data for analysis. Hypothesis testing uses the SPSS 22 program.*

*The results of this research show that leverage has no effect on earnings management. Managerial ownership has no effect on earnings management. Institutional ownership has an effect on earnings management and company size has no effect on earnings management.*

*From the results of this research, it can be concluded that institutional ownership has an effect on earnings management. This is because institutional ownership is able to control management by monitoring.*

***Key words: Leverage, Managerial Ownership, Institutional Ownership, And Company Size.***

# KATA PENGANTAR

 Puji syukur kepada Allah SWT, berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia – Nya kepada kita semua, sehingga peneliti dapat menyesalaikan penelitian untuk skripsi dengan judul **“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals periode tahun 2019-2023.”**

 Penelitian untuk skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyusun program Strata (S1) di program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. Penelitian menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M,AK, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Ira Maya Hapsari, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Jaka Waskito, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
4. Niken Wahyu C, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang selalu memotivasi peneliti.
5. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

 Peneliti penelitian untuk skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka peneliti mengharapkan saran dan kritik dari demi kesempurnaan penelitian untuk skripsi ini.

 Akhir kata, peneliti berharap penelitian untuk skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tegal, 23 Juli 2024

Anissa’atun Solikhah

**DAFTAR ISI**

 Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI iii

MOTO DAN PERSEMBAHAN iv

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 7
3. Tujuan Penelitian 7
4. Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10

1. Landasan teori 10
2. Teori Agensi 10
3. *Signaling theory* 11
4. Manajemen Laba 13
5. *Leverage* 19
6. Kepemilikan Majerial 23
7. Kepemilikan Institusional 26
8. Ukuran Perusahaan 28
9. Penelitian Terdahulu 32
10. Kerangka Pemikiran Konseptual 39
11. Hipotesis 44

BAB III METODE PENELITIAN 45

1. Jenis penelitian 45
2. Populasi dan Sampel 45
3. Definisi Konseptual Dan Operasionaliasasi Variabel 51
4. Metode Pengumpulan Data 54
5. Metode Analisis Data 55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63

1. Gabaran Umum 63
2. Hasil Penelitian 79
3. Pembahasan 92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 99

1. Kesimpulan 99
2. Saran 100

DAFTAR PUSTAKA 102

LAMPIRAN 106

# DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Presentasi Sektor Perusahaan di Bursa Efek Indonesia 1
2. Rata-rata Faktor Manajemen Laba 4
3. Penelitian Terdahulu 36
4. Daftar Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* 2023 46
5. Kriteria Pemilihan Sampel 50
6. Daftar Sampel Perusahaan 51
7. Operasionalisasi Variabel 54
8. Uji Durbin Watson 57
9. Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia 64
10. Hasil Statistik Deskriptif 80
11. Hasil Uji Normalitas 82
12. Hasil Uji Multikolinearitas 84
13. Hasil Uji Autokolerasi 86
14. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda 87
15. Hasil Uji t 89
16. Hasil Uji F 91
17. Hasil Uji Determinasi 92

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar Halaman

1. Grafik rata-rata manajemen laba tahun 2019 sampa 2023 4
2. Kerangka Pemikiran Konseptual 43
3. Pengujian dua sisi untuk uji t 59
4. Kurva uji statistik f 61
5. Kurva Uji Normalitas 82
6. P-P Plot 83
7. Scatterlot 85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Perhitungan Manajemen Laba 107
2. Perhitungan Leverage 110
3. Perhitungan Kepemilikan Manajerial 113
4. Perhitungan Kepemilikan Institusional 116
5. Perhitungan Ukuran Perusahaan 119
6. Hasil Uji Deskriptif 122
7. Hasil Uji Normalitas 122
8. Hasil Uji Multikolinearitas 124
9. Hasil Uji Heterokedastisitas 124
10. Hasil Uji Autokolerasi 125
11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda 125
12. Hasil Uji t 125
13. Hasil Uji F 126
14. Hasil Uji Determinasi 126

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. Latar belakang masalah

 Kemajuan bisnis saat ini yang pesat memotivasi banyak perusahaan untuk bersaing mengahasilkan keunggulan yang berkualitas sesuai dengan sektor usahannya (Mungniyati, 2023). Bursa efek Indonesia merupakan tempat jual dan beli efek surat berharga atau pasar saham yang menyediakan sistem dan sarana untuk mempertemukan pihak-pihak yang ingin melakukan transaksi surat-surat berharga, yaitu saham dan obligasi. Perkembangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia saat ini tembus hingga 901 emiten. Ditinjau dari jenis usaha, perusahaan yang tercatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia didominasi oleh sektor *consumer cyclicals*. Disusul dengan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*, disusul oleh *financial* dan *basic materials,* masing-masing.

**Tabel 1**

**Presentase sektor perusahaan di Bursa Efek Indonesia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | *Comsumer Cyclicals*  | 16,9% |
| 2. | *Consumer Non-Cyclicals*  | 13,7% |
| 3. | *Financial*  | 11,8% |
| 4. | *Basic materials*  | 11,3% |

  *Sumber:*[*www.idx.co.id*](http://www.idx.co.id)

 Untuk meraih dan menjaga keunggulan masing-masing perusahaan harus memaksimalkan kemampuan penjualan dalam memperoleh laba. Namun, pada tahun 2019 akhir tepatnya bulan Desember terjadi pandemi covid-19 sampai tahun 2021 yang memberikan dampak buruk bagi perekonomian Indonesia. Berbagai sektor mengalami penurunan termasuk sektor bisnis yang turut terkena dampak langsung dari adanya pandemic covid-19. Badan pusat statistika tahun 2020 meliris laporan mengenai pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwilan IV yang mendokumentasikan pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan sebesar 2% dari pertumbuhan ekonomi tahun sebelumnya. Penurunan ekonomi pada tahun 2020 juga diikuti oleh perusahaan pariwisata, manufaktur, dan *consumer goods.* Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama pandemi juga mengalami penurunan, yang menyebabkan perusahaan membutuhkan investor untuk terus mempertahankan kelangsungan usahannya selama masa pandemi dan keberlanjutan perusahaan.

 Untuk menarik para investor perusahaan membuat laporan keuangan sebagai informasi atau pemberitahuan mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dapat dianalisis oleh para calon investor untuk mengetahui perkembangan kinerja perusahaan. Laporan keuangan diaplikasikan untuk sarana penyajian informasi keuangan kepada pengguna keuangan (Kurniawan & Fuad, 2022). Laporan keuangan memiliki peran untuk menunjukkan efektivitas dan efisiensi perusahaan atau membantu mengilustrasikan untuk mengambil keputusan para investor dan kreditur.

 Laporan keuangan memuat informasi mengenai posisi keuangan, laba rugi, dan arus kas. Pada kenyataannya banyak calon investor lebih seringnya calon investor pemula hanya berfokus pada keuntungan perusahaan yang tertera pada laporan keuangan tanpa memperhatikan unsur lainnya. Unsur laporan keuangan yang menjadi pengamatan utama dalam mengambil keputusan yaitu laporan laba rugi dan pengahasilan komprehensif lain. Tingginya pengaruh terhadap informasi laba yang disampaikan dalam laporan keuangan perusahaan yang disajikan menjadikan laba sangat dipertaruhkan untuk dikendalikan. Pihak manajemen yang mengelola laporan keuangan dan memiliki tanggung jawab serta bisa melakukan wewenangnya untuk merekayasa penulisan keuangan, terutama dalam penyajian laba dalam laporan. Perilaku tersebut dinamakan dengan praktik manajemen laba. Laba merupakan keuntungan sedangkan teknik untuk menaikkan atau menurunkan keuntungan sebelum laporan keuangan disajikan dengan maksud untuk mengoptimalkan kepentingan manajemen disebut manajemen laba (Felicia & Sutrisno, 2020).

 Perusahaaan yang diteliti oleh peneliti merupakan perusahaan *consumer non-cyclical,* yang merupakan pengelompokkan perusahaan industri yang melakukan produksi atau distribusi. Perusahaan ini tidak berpengaruh musim ataupun siklus atau ekonomi suatu negara. Dikarenakan barang atau jasa yang dijual merupakan produk kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan masyarakat (idx channel.com).

**Gambar 1**

**Grafik tingkat manajemen laba tahun 2019-2022**

 Rata-rata perusahaan consumer non-cyclicals dari table di atas, tingkat manajemen laba pada tahun 2019 sebesar -0,005475591 atau -1% pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar – 0,016254047 atau -2%, dan pada tahun 2021 tingkat manajemen laba sebesar 0,068112161 atau 7% yang mana mengalami kenaikan dari dua tahun sebelumnya. Sedangkan pada tahun 2022 rata-rata tingkat manajemen laba mengalami penurunan sangat tipis dari tahun 2021 yaitu sebesar 0,06732389 atau masih dalam presentasi 7 %.

**Tabel 2**

**Rata-rata faktor manajemen laba**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Faktor | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| leverage | 39% | 41% | 45% | 44% |
| Kepemilikan manajerial  | 7% | 10% | 13% | 13% |
| Kepemilikan institusional | 50% | 52% | 60% | 54% |
| Ukuran perusahaan  | 20,36 | 20,79 | 25,58 | 25,68 |

 Manajemen laba dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pertama yaitu *leverage*, yang mendeskripsikan tingginya pinjaman untuk mendanai operasional perusahaan dalam meghasilkan keuntungan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi rentan mengalami kebangkrutan. Sehingga pihak manajemen melakukan rekayasa laporan yang asli agar menarik para investor (Kurniawan & Fuad, 2022).

 Berdasarkan total rata-rata *leverage* pertahun yaitu pada 2019 sebesar 0,3932 atau 39%, tahun 2020 dan 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,4066 atau 41%, dan 0,4457 atau 45%, sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu total rata-rata *leverage* tahun 2022 sebesar 0.4363 atau 44%. Dari keadaan rata-rata pertahun tersebut leverage mengalami fluktuasi.

 Kepemilikan majerial merujuk pada proporsi saham yang dimiliki oleh manajemen yang terlibat dalam pengambilan keputusan perusahaan. atau dengan kata lain, manajemen memiliki jabatan ganda yaitu sebagai manajemen dan pemegang saham perusahan (Sugiarto, 2011). Jika proporsi saham kepemilikan majerial cukup banyak dinilai mampu mengurangi praktik manajemen laba. Hal ini karena, manajemen yang memiliki saham perusahaan maka akan bertindak sebagai pemegang saham.

 Rata-rata tingkat kepemilikan majerial pada tahun 2019 sebesar 7% dan pada tahun 2020 sampai 2022 mengalami kenaikan yang masing-masing sebesar 0,097 atau 10%, 0,128 atau 13% dan pada tahun 2022 sebesar 0,132 atau 13%. Dari data tersebut kepemilikan majerial mengalami kenaikan dari tahun penelitian.

 Kepemilikan saham perusahaan yang dipunyai oleh suatu lembaga atau institusi semacam perusahaan investasi, perusahaan ansuransi, aset manajemen, bank dan lain-lain disebut kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional dinilai lebih ketat dalam melakukan pengawasan terhadap perusahaan dibandingkan dengan investor perorangan. Kepemilikan institusional mampu memotivasi pihak manajemen untuk melaporkan keuangan dengan transparan atau secara benar. Dengan demikian, kepemilikan institusional mampu menurunkan praktik manajemen laba (Putri Cantika & Susanti, 2023).

 Rata-rata tingkat kepemilikan institusional pada tahun 2019 sebesar 0,500 atau 50%, pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 0,514 atau 52%, Dan pada tahun 2021 juga mengalami kenaikkan sebesar 0,6 atau 60% sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 0,535 atau 54% Dari data tersebut, tingkat kepemilikan institusi mengalami fluktuasi atau naik turun.

 Ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan, dimana perusahaan dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya total aset suatu perusahaan, semakin besar total aset maka semakin besar juga ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung mendapat perhatian yang lebih dan mudah mendapatkan sumber pendanaan dari segala sumber. Selain itu, perusahaan juga cenderung menghindari keinakan laba yang dratis. Sehingga cenderung memiliki motivasi untuk melakukan praktik manajemen laba (Devanka, 2022). Rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2019 sebesar 20,36. Pada tahun 2020 sebesar 20,79. Pada tahun 2021 sebesar 25,58. Pada tahun 2022 sebesar 25,68. Dari data rata-rata pertahun ukuran perusahaan mengalami kenaikan.

1. Rumusan Masalah

 Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah kepemilikan majerial berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
5. Apakah *leverage*, kepemilikan majerial, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap manajemen laba?
6. Tujuan
7. Untuk menganalisis *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.
8. Untuk menganalisis kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba.
9. Untuk menganalisis kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba.
10. Untuk menganalsis ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.
11. Untuk menganalisis *leverage,* kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan.
12. Manfaat penelitian
13. Manfaat teoritis

 Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan pemahaman baru dari penelitian ini mengenai “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Manajemen Laba Pada Sektor Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Periode Tahun 2019 Sampai 2023”.

1. Manfaat praktis
2. Bagi peneliti

 Penelitian ini membantu peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba, serta mengetahui faktor yang berpengaruh dalam manajemen laba.

1. Bagi perusahaan

 Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan transparasi dan kredibilitas laporan keuangan. Sehingga dapat menimbulkan kepercayaan pada investor dan mempermudah akses perusahaan untuk mendapatkan modal.

1. Bagi universitas

 Dapat menambah literasi terbaru mengenai analisis faktor-faktor manajemen laba bagi mahasiswa Universitas Pancaakti Tegal terutama pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Disamping itu, diharapkan hasil penelitian nantinya berguna sebagai referensi penelitian lanjutan menegenai manajemen laba.

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. Landasan Teori
2. Teori Agensi

 Teori keagenan memperkirakan serta mengulas perilaku pihak yang berhubungan pada perusahaan. Terutama hubungan antara manajemen dan pemilik. Teori ini mempertunjukan konflik yang timbul antara manajer dan pemilik yang bisa dicegah melalui pelaporan keuangan. Selain itu, menjadi alat pemantauan pemilik terhadap tindakan manajemen. *Agency theory* merupakan pendekatan teori yang dilakukan untuk manajemen laba dimana menerangkan keterkaitan kontraktual dengan investor (*principal*) dan manajer (*agent*). Pada teori ini kedua pihak memiliki kepentingan satu sama lain. *Principal* akan menyerahkan wewenanag kepada *agent* supaya mengelola kegiatan atau prosedur, berupa tugas, pekerjaan, serta membuat keputusan yang berhubungan dengan perusahaan agar bisa meningkatkan nilai perusahaan dan bekerja untuk kepentingan *principal* (Jensen & Meckling, 1976).

 Manajemen laba, sebagai bagian dari teori agensi, yang menggambarkan pelimpahan kepentingan operasional dari pemilik kepada manajer yang memiliki tanggung jawab atas kegiatan perusahaan. Dari hal itu, mampu memunculkan masalah agensi. Masalah agensi muncul karena sifat individualis ketika kepentingan pribadi manajer mengalahkan kepentingan investornya. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan waktu investor untuk mengawasi setiap yang dikerjakan oleh manajemen (Ita Trisnawati, 2022).

 Penelitian empiris oleh La Porta et.al (2002;25) mengemukakan *pricipal* dan *agent* memiliki perspektif yang berbeda-beda terhadap nilai perusahaan. Pemilik perusahaan umumnya akan berusaha untuk mengoptimalkan saham mereka dengan memerintah manajemen untuk bekerja atas kepentingan mereka. Disisi lain, pemberi pinjaman berusaha mengamankan investasi mereka dengan mengawasi tindakan manajemen melalui perjanjian yang ketat. Ketegangan kepentingan anatara berbagai kelompok dalam perusahaan ini disebut konflik agensi.

1. *Signaling theory*

 Teori sinyal menerangkan interaksi perusahaan dan publik pada pemberian sinyal. *Signaling theory* mendeskripsikan pemberitahuan tentang keadaan perusahaan yang dimengerti oleh pihak dalam perusahaan. Sehingga ketika pihak internal memberikan sajian informasi mengenai semua laporan perusahaan, maka pihak luar mampu mengetahui sinyal yang diberikan oleh pihak internal berupa sinyal baik atau buruk (Chiquita & Widyasari, 2022).

 Sinyal positif disampaikan ketika perusahaan menginformasikan rasio keuangan yang baik. Dalam konteks ini, sinyal yang baik dapat meningkatklan harga saham. Maka dari itu, ketika ingin mendapatkan dana dari investor semua perusahaan menginginkan membagikan informasi laporan keuangan dengan baik. Akan tetapi, pada praktiknya, tidak semua laporan keuangan selamanya mencerminkan kondisi yang baik. Sehingga, perusahaan melakukan praktik manajemen laba (Putri Cantika & Susanti, 2023).

 Dalam studi keuangan perusahaan, salah satu model sinyal yang populer adalah sebagai berikut: (Suteja, 2020)

1. Model Bhattacharya (1980;25-33). Menyatakan bahwa meningkatnya kinerja keuangan perusahaan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai dapat memotivasi manajer untuk mengambil bagian dalam kepemilikan perusahaan.
2. Model Kose and Williams (1985;10-17). Mengindikasikan bahwa pengumuman positif dari perusahaan, seperti pengumuman dividen, berpotensi mempengaruhi harga saham perusahaan. Dampaknya dapat meningkatkan kinerja finansial, termasuk peningkatan dalam kepemilikan saham oleh majerial.
3. Model Miller and Rock (1985;1031-1051) menguraikan bahwa laporan kinerja keuangan perusahaan diaplikasikan untuk menyampaikan informasi mengenai penggunaan keuntungan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan nilai saham sehingga investor tidak melakukan penjualan saham mereka. Dampaknya minat manajemen untuk memiliki saham perusahaan juga cenderung meningkat.
4. Manajemen Laba

 *Earning management* menurut Sulistyanto (2008:42) ada banyak definisi manajemen laba yang disebutkan oleh para peneliti:

1. Davidson, Stickney, dan Weil

 Manajemen laba adalah langkah khusus yang diambil secara terencana dengan batas-batas kaidah akuntansi yang mampu disetujui oleh masyarakat dalam mencapai target laba yang ditentukankan dalam laporan keuangan.

1. Schipper

 Manajemen laba merupakan intervensi dalam penyusunan laporan keuangan eksternal dengan maksud untuk mencapai keuntungan pribadi, meskipun ada yang berpendapat bahwa ini hanya bertujuan untuk memperlancar operasi tanpa prasangka dari suatu proses.

1. National Association Of Certified Fraund Examiners

 Manajemen laba merupakan tindakan yang disengaja atau kelalaian dalam penyajian laporan mengenai fakta-fakta material atau data akuntansi, yang dapat menyesatkan ketika informasi tersebut diguanakn untuk membuat keputusan, yang akhirnya dapat mempengaruhi perubahan pendapat atau keputusan orang yang membacanya.

1. Fisher dan Rosenzweig

 Manajemen laba merupakan upaya yang dilakukan oleh manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba dalam periode tertentu di perusahaan yang mereka pimpin, tanpa mengakibatkan perubahan dalam keuntungan ekonomi jangka panjang perusahaan.

1. Lewitt

 Manajemen laba mencakup penggunaan flekssibilitas dalam akuntansi untuk mengikuti perkembangan bisnis. Penyalahgunaan laba terjadi ketika publik menggunakan informasi hasilnya. Pemalsuan ini dapat menyembunyikan fluktuasi keuangan sebenarnya dan bertujuan untuk menghindari dampak dari keputusan manajerial.

1. Healy dan Wahlen

 Manajemen laba terjadi saat manajer menggunakan keputusan tertentu pada penyususnan laporan keuangan untuk mengubah transaksi guna mempengaruhi laporan keuangan. Tujuannya adalah untuk menyesatkan para pemangku kepentingan yang ingin menilai kinerja ekonomi perusahaan atau mempengaruhi hasil dari kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan tersebut.

 Dari pengertian di atas, manajemen laba merupakan perbuatan yang disengaja oleh seorang manajer saat menyusun laporan keuangan untuk mengatur naik turunnya komponen dalam laporan keuangan demi tujuan yang diinginkan. Perbedaan pemahaman mengenai manajemen laba telah memajukan berkembangan studi empiris yang diterapkan untuk mengenali prakltik pengelolaan yang dilakukan oleh manajerial.

Sulistyanto (2008: 7) mengemukakan bahwa secara umum terdapat tiga model empiris untuk menganalisis manajeme laba, yang diklasifikasikan berdasarkan metode pengukuran yang digunakan:

1. Model berbasis *aggregate accruals*

pola berbasis akrual adalah pendekatan yang menggunakan discretionary accruals sebagai indikator manajemen laba. Model ini dikembangkan oleh Healy, De Angelo, Jones, serta Dechow, Sloan, dan Sweeney.

1. Model berbasis *specific accruals*

Pola berbasis akrual khusus adalah pendekatakaan yang menghitung accruals sebagai indikator manajemen laba dengan menerapkan item tertentu dari laporan keuangan, yang juga berkaitan dengan industry khusus. Model ini dikembangkan oleh McNichols dan Wilson, Petroni, Beaver, Engel, Beneish, serta, Beaver dan McNichols.

1. Model berbasis *distribution of earnings*

Model berbasis penyebaran laba diperluas oleh Burgtahler dan Dichev, Degeorge, Patel, dan Zeckhauser, serta Myers dan Skinner.

 Dari ketiga model empiris di atas, untuk pengukuran manajemen laba dilakukan dengan menggunakan *discretionary accruals* dan penghitungan dengan menerapkan *The Modified Jones Model*. Model perhitngan ini terbukti lebih efektif dalam mendeteksi praktik manajemen laba dibandingkan dengan model lainnya. (Wafaretta & Nurika,2021)

 Secara umum, para praktisi ekonomi berpendapat bahwa manajemen laba pada dasarnya adalah praktik oportunis dimana Seorang manajer memanipulasi angka-angka dalam laporan keuangan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Praktik ini dianggap sebagai bentuk kecurangan karena dilakukan secara sengaja oleh manajer perusahaan untuk menyesatkan *stakeholder* dengan memberikan informasi yang tidak akurat (Putri Cantika & Susanti, 2023).

 Ada pola dan motivasi dalam *earning management*. Dalam praktik manajemen laba, variasi strategi yang dipilih bervariasi bergantung pada tujuan yang ingin dicapai oleh manajer. Scott (2009) mengemukakan pola yang diterapakan dalam manajemen laba yaitu:

1. *Taking a bath (Big bath).*

Pola ini diguanakan saat perusahaan menghadapi kerugian yang signifikan atau jika perusahaan berada dalam situasi defisit yang mampu memperoleh peluang laba besar di masa mendatang. Pola ini mungkin muncul karena adanya tekanan internal ketika terjadi pergantian manajemen, dimana manajemen baru ingin mengakui kegagalan atau penurunan yang terjadi dibawah manajemen sebelumnya dan berusaha untuk menghindari kegagalan tersebut.

1. *Income minimization*

Pola ini diterapkan ketika laba perusahaan sedang tinggi dengan tujuan supaya untuk menghindari perhatian dari pihak-pihak yang berkepentingan. Tindakan yang didiambil termasuk melakukan write-off terhadap asset tetap dan asset tak berwujud, membebankan biaya iklan, serta baiaya riset dan pegembangan. Write-off dilakukan jika metode lain masih menunjukan hasil operasional yang menarik bagi para pemangku kepentingan. Tujuan dari Tindakan write-off ini adalah mencapai tingkat *return on as*seets yang diharapkan.

1. *Income maximization*

Memaksimalkan keuntungan bertujuan mendapatkan tambahan yang lebih banyak, dimana tetap menjaga laba yang dilaporkan di bawah batas maksimal yang ditentukan. Peningkatan keuntungan dicapai dengan mengambil strategi akuntasi yang mampu menaikan keuntungan.

1. *Income smoothing*

Pola manajemen laba yang memanfaatkan berbagai alat pengelolaan laba. Strategi ini kerap digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi volatilitas laba bersih. Tujuannya adalah untuk mencapai laba yang konsisten. Dalam pelaksanaannya, laba akan diturunkan jika terjadi lonjakan yang tajam dan dinaikkan jika laba berada di bawah target yang ditentukan. Konsistensi lab aini kan meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan kreditor terhadap manajemen laba.

Menurut Scott (2009) terdapat berbagai dorongan dibalik terjadinya manajemen laba.

1. *Bonus purposes*

Manajer yang memiliki akses ke informasi mengenai laba bersih perusahaan cenderung bertindak opurtunistik dengan melakukan manajemen laba untuk mengoptimalkan keuntungan saat ini.

1. *Political motivation*

Manajemen laba diterapkan untuk menurunkan keuntungan yang diumumkan pada perusahaan akibat tekanan publik yang mendorong pemerintah untuk menetapkan peraturan yang lebih ketat.

1. *Taxation motivations*

Manajemen laba dilakukan untuk menghemat pajak.

1. *Perggantian CEO*

CEO yang mendekati masa pensiun cendurung meningkatkan laba supaya menaikan keuntungan. Jika kinerja CEO buruk, mereka akan berupaya maksimal untuk meningkatkan pendapatan agar tidak dipecat.

1. *Initital public offering (IPO)*

Perusahaan yang hendak akan melakukan penawaran umum belum memiliki valuasi pasar, sehingga manajer perusahaan melakukan manejemen laba dengan tujuan untuk menaikkan harga saham perusahaan.

 Manajemen laba bertujuan yaitu untuk menyesatkan pengguna laporan keuangan yang ingin mengetahui kondisi dan kinerja perusahaan. Dalam kata lain, tindakan manajerial ini merupakan Upaya yang disengaja untuk menipu pihak lain demi memperoleh keuntungan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kerugian bagi pihak yang bersangkutan.

1. *Leverage*

 Menurut Sudana (2015:23) *leverage* mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Menurut Ely (2021:28) l*everage* merujuk pada sejauh mana penggunaan utang dalam pendanaan perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2010) *leverage* adalah salah satu elemen dalam strategi pendanaan perusahaan. *Leverage* digunakan perusahaan untuk membiayai operasional perusahan. Rasio ini bisa diterapkan untuk menilai tingkat risiko keuangan perusahaan.

 Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan *leverage* menggambarkan besar atau kecilanya perusahaan dalam membiayai operasionalnya menggunakan dana utang. Semakin tinggi rasio *leverage*, semakin besar risiko yang harus ditanggung.

 *Leverage* mendeskripsikan besarnya pinjaman untuk mendanai operasional perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan adanya *leverage* didalam struktur modal menunjukkan bahwa perusahaan telah memperoleh pinjaman yang cukup besar dari pihak eksternal dengan maksud meningkatkan keuntungan untuk mendanai aset diluar dana modal (Mungniyati, 2023). Rasio *leverage* yang besar akan mengakibatkan risiko kepailitan. Oleh karena itu, manajemen laba digunakan sebagai cara untuk memanipulasi laporan keuangan agar terlihat lebih menarik bagi investor (Kurniawan & Fuad, 2022).

 *Leverage* dimanfaatkan dalam menghitung sejauh mana dana yang diberikan oleh pemilik perusahaan dan dana yang didapatkan dari pemilik piutang atau untuk menentukan sejauh mana perusahaan didanai oleh pinjaman. *Leverage* dihitung dengan *Debt To Assets Ratio* (DAR). *Leverage* memiliki hubungan dengan manajemen laba dikarenakan laverage menunjukan seberapa tinggi aset yang didanai oleh pinjaman. Untuk menyetarakan tingkat pemakaian dana pinjaman yang besar, pihak manajemen akan melakukan praktik manjemen laba untuk menurunkan angka kewajiban yang meningkat. Dengan demikian, nilai pinjaman yang ditampilkan menjadi lebih tepat serta mampu mengundang minat investor (Joe, 2022).

*Leverage* terbagi menjadi: (Sudana, 2015:180)

1. *Operating laverage*

 *Operating laverage* merupakan penggunaan aktiva yang menimbulkan beban tetap.

1. *Financial leverage*

 *Financial leverage* adalah penggunaan utang yang disertai dengan biaya tetap. *Financial leverage* dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

1. *Financial structure*, menunjukkan bagaimana perusahaan membelanjai aktivanya.
2. *Capital structure*, adalah elemen dari struktur keuangan yang hanya melibatkan pembiayaan yang sifatnya permanen atau jangka panjang.
3. *Leverage* faktor, adalah rasio antara nilai buku total hutang (D) dengan aset (TA) atau rasio antara total utang dengan ekuitas (E).
4. *Combined leverage*

 *Combined leverage* merupakan kombinasi antara *operating leverage* dan *financial leverage* yang dikenal sebagai *degree of combined leverage effect*, mendeskripsikan sejauh mana perubahan dalam laba bersih setelah pajak atau EPS terjadi akibat perubahan dalam tingkat penjualan.

1. *Leverage ratio*

 Digunakan untuk menghitung sejauh mana penggunan utang dalam pendanaan perusahaan. Tingkat *leverage ratio* dapat dihitung dengan cara: (Sudana, 2015:23)

1. *Debt-to-assets ratio (DAR)*

 Menggambarkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Semakin besar nilai *debt-to-assets*, semakin tinggi risiko keuangan perusahaan.

1. *Debt-to-equity ratio*

Rasio ini mengevaluasi seberapa besar dana yang berasal dari utang digunakan untuk mendanai aset perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi tingkat risiko keuangan perusahaan, dan sebaliknya.

1. *Times interest earned ratio*

 Menghitung kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga tetap menggunakan EBIT *(earning before interest and taxes).* Semakin tinggi rasio ini, semakin baik kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan semakin besar peluang untuk mendapatkan pinjaman tambahan.

1. *Cash coverage ratio*

 Rasio ini menilai kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dengan *earning before interest and taxes* ditambah dana dari depresiasi. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan semakin besar peluang untuk memperoleh pinjaman baru.

1. *Long-term debt to equity ratio*

 Menilai proporsi penggunaan utang jangka panjang dibandingkan dengan modal perusahaan. Semakin besar rasio ini, semakin besar risiko keuangan perusahaan, dan sebaliknya.

1. Kepemilikan Manajerial

 Menurut Lestari et al., (2016) kepemilikan manjerial merujuk pada seorang manajer perusahaan yang juga menjabat sebagai manajemen perusahaan dan pemegang saham. Menurut Sugiarto (2011) kepemilikan majerial berarti manajer ikut serta dalam struktur modal perusahaan atau dengan kata lain manajer memiliki jabatan ganda yaitu sebagai manajer dan pemegang saham. Menurut Chen dan Steiner (1999) kepemilikan majerial adalah alat pemantau internal yang penting untuk menyelesaikan masalah agensi antara pemegang saham eksternal dan manajemen.

 Berdasarkan pengertian di atas, bisa ditarik kesimpulannya bahwa pemilik manajerial merupakan ekuitas yang dimiliki oleh pihak manajemen yang memiliki peran ganda seperti komisaris, dewan direksi, atau manajer. Kepemilikan manajerial memungkinkan untuk menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham. Selain itu, kepemilikan majerial juga menjadi mekanisme pengawasan internal yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah agensi antara pemegang saham eksternal dan manajemen.

 Laurencia & Mulyana (2022) dalam (Mungniyati, 2023) mengemukakan secara umum kepemilikan manajemen atau majerial adalah jumlah seluruh saham dalam suatu perusahaan yang dipunyai oleh manajemen, seperti dewan direksi atau dewan komisaris. Kepemilikan manajerial adalah jumlah seluruh saham yang dipunyai oleh manajemen perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan manajemen yang besar berpotensi mendorong manajemen untuk mendapatkan keuntungan yang besar (Mungniyati, 2023). Disebabkan manajemen sebagai pemegang saham yang dipercayakan dalam kemampuannya untuk menghasilkan laba yang tinggi (Aitalia dan Trisnawati 2020).

 Keputusan dan aktivitas perusahaan yang didalamnya ada kepemilikan majerial akan berbeda dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan manajerial. Manajer yang juga pemegang saham akan cenderung menyelaraskan kepentingannya sebagai pemegang saham. Sedangkan manajer yang tidak memiliki saham perusahaan cenderung mengutamakan kepentingan sendiri. Apabila integritas serta keterpercayaan bergantung kepada manajernya. Manajer menjadi pihak yang memiliki pengetahuan atau informasi yang lebih mendalam daripada pihak lain dalam mengelola informasi. Secara konseptual, perbedaaan informasi antara manajer dan pemangku kepentingan lainnya disebut asimetri informasi. Ketidakseimbangan ini mendorong manajer untuk bertindak opurtunistik dalam mengungkapkan informasi penting tentang perusahaan (Sulistyanto, 2018 :19)

 Semakin tinggi asimetri informasi, semakin tinggi juga motivasi untuk manajer bertindak oportunistik. Hal ini yang menyebabkan manajer hanya mengungkapkan sesuatu yang memiliki manfaat yang mampu didapatkan. Apabila jika manajer tidak memperoleh manfaatnya, manajer cenderung menutupi informasi tersebut. Atau manajer hendak melakukan perubahan dan pemalsuan informasi demi memperoleh pemanfaatan itu (Sulistyanto, 2018:19).

 Jika manajer ingin performanya dilihat bagus daripada yang aslinya, manajer akan melaporkan laba yang lebih tinggi dari laba sebenarnya. sebaliknya, jika manajer ingin menunjukan performa perusahaan yang lebih rendah, manajer akan melaporkan laba yang lebih rendah. Selain itu, jika ingin performanya terlihat lebih rata dari tahun ke tahun, manajer akan mengatur informasi sedemikian mungkin agar keuntunganya tidak terlihat berjalan secara naik turun untuk bertahun-tahun. Usaha inilah yang dinamakan praktik manajemen laba. Perilaku opurtunistiklah yang membuat kekayaan perusahaan tidak terdistribusi dengan benar. Sehingga Pemilik tidak mendapatkan pengembalianyang sebanding dengan modal yang telah ditanamnya (Sulistyanto, 2018:20).

 Menurut Jensen dan Meeking (1976) *agency cos* akan lebih rendah pada perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang tinggi karena adanya penyatuan antara kepentingan pemegang saham dan manajer. Dalam situasi ini, manajer berfungsi sebagai agen sekaligus sebagai principal. Mereka juga menganalisis bagaimana nilai perusahaan dapat mempengaruhi distribusi kepemilikan antara manajer yang mendapatkan manfaat dari pihak eksternal dan yang tidak. Peningkatan kepemilikan manajerial akan mengurangi konflik keagenan dengan mengurangi insentif bagi pemegang saham untuk mengambil alih kekayaan pemegang saham lainnya. Hal ini sangat efektif dalam mengurangi alokasi sumber daya yang salah, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

1. Kepemilikan institusional

 Kepemilikan institusional merujuk pada kepunyaan yang dipegang lembaga semacam *insurance companies, investment companies,* dan berbagai institusi lainnya. Fungsi kepemilikan ini sangat krusial karena bisa memberikan pengawasan yang optimal terhadap perilaku manajer (Ardiyanti Pratika & Ida, 2022). Lestari et al., (2016) mengemukakan kepemilikan institusi mengacu pada saham perusahaan yang dipunyai oleh berbagai lembaga atau institusi. Definisi ini diperkuat oleh Kurniawan dan Fuad (2022) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional mencangkup total saham yang dikuasai oleh lembaga keuangan, termasuk perusahaan investasi, bank, koperasi, dan entitas sejenisnya.

 Dari ulasan di atas, dapat disimpulkan kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh berbagai institusi seperti pemerintah, *insurance companies, investment companies,* bank, dan lemabaga lainnya.

 Pemegang saham institusi dipandang mempunyai ahlian pengolahan informasi dan sumber daya yang lebih komprehensif dibandingkan investor individu (Putri Cantika & Susanti, 2023). Pengendalian pihak manajemen yang dilakukan oleh kepemilikan institusional dengan cara proses monitoring (Yusnita, 2020). Keberadaan kepemilikan institusional menjadi metode dalam mencegah masalah kepentigan antara pihak manajemen dengan investor yang bisa menyebabkan praktik manajemen laba. pengawasan aktif oleh institusi akan menurunkan kecenderungan manajer perusahaan untuk melakukan manajemen laba (Hutauruk et al., 2022).

 Kepemilikan saham institusional yang cukup banyak mampu meminimasir kegiatan manajemen laba. Akan tetapi, efektivitasnya bergantung pada seberapa besar banyaknya saham yang dimiliki oleh institusi tersebut. Yang memungkinkan mereka untuk memantau manajemen secara efektif. Melalui pengawasan ini, dorongan manajer untuk melakukan manajemen laba dapat diminimalkan (Lestari et al., 2016). Institusi memiliki peran penting dalam menurunkan tingkat manajemen laba karena investor intitusional secara aktif mengumpulkan dan menganalisis informasi perusahaan (Kuniawan & Fuad,2022). Semakin tinggi saham yang dimiliki oleh lembaga, semakin ketat pemantauan pada perusahaan, sehingga mampu menurunkan kegiatan manajemen laba (Putri Cantika & Susanti, 2023).

 Menurut Permanasari (2010), struktur kepemilikan institusional memiliki beberapa kelebihan, antara lain:

1. Profesionalisme dalam menganalisis informasi, yang meningkatkan keterandalan informasi.
2. Dorongan yang tinggi untuk melakukan pemantauan lebih ketat terhadap kegiatan perusahaan.

Parameter yang digunakan untuk menghitung kepemilikan majerial yaitu perbandingan antara jumlah saham institusi dengan jumlah saham beredar (Immanuel & Hasnawati, 2022).

1. Ukuran Perusahaan

 Ukuran perusahaan ialah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Ferry & Jones (1979) ukuran perusahaan menunjukan seberapa besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah aktiva, tingkat penjualan rata-rata, dan total aktiva rata-rata. Perusahaan diklasifikasikan menjadi besar dan kecil berdasarkan ukurannya. Semakin besar ukuran perusahaan yang tampak dalam penjualan yang banyak, maka semakin tinggi minat investor untuk melakukan investasi ke perusahaannya. Dengan kata lain, ukuran perusahaan menentukan nilai pasar *(market value)* dari sebuah perusahaan. Market value dapat diperoleh dari perhitungan harga pasar saham dikalikan jumlah saham yang diterbitkan. Market value juga biasa disebut dengan kapitalisasi pasar.

 Menurut Hantono (2016 :36), ukuran perusahaan ditentukan oleh skala besar atau kecilnya perusahaan yang diukur dengan menggunakan logaritma dari total aset. Total aset dipilih sebagai indikator karena memiliki sifat jangka panjang yang lebih stabil dibandingkan dengan penjualan. Menurut Rajesh Kumar (2015 :79), besar kecilnya perusahaan atau ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset, rata-rata, dan ekuitas pasar. Salah satu tujuan penting perusahaan adalah menciptakan nilai bagi para pemegang sahamnya. Nilai tersebut tercipta ketika manajer perusahaan mampu mengahasilkan return yang mekebihi tuntutan investor, atau dengan kata lain, return dari modal yang diinvestasikan harus lebih tinggi dari biaya modal perusahaan. Hal ini membuat perusahaan lebih menarik bagi investor untuk menanamkan modal mereka.

 Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang mampu mempengaruhi calon investor. Perusahaan yang lebih besar dianggap lebih mampu mengatasi krisis yang mungkin dihadapinya.

 Ukuran perusahaan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar dianggap lebih mampu mengatasi krisis dalam operasionalnya. Selain itu, ukuran perusahaan juga mempengaruhi tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, semakin dikenal oleh Masyarakat. Ketika suatu bisnis memerlukan pendanaan tambahan dari pihak eksternal, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi jumlah dana yang diterima. Oleh karena itu, ukuran perusahaan juga berdampak pada minat calon investor (Nengsih, 2023:69).

 Perusahaan yang lebih besar cenderung mendapatkan perhatian yang lebih dari pihak luar, seperti pemodal, pengamat, dan pemerintah. Dari hal itu, perusahaan besar biasanya menghindari peningkatan laba yang drastis. Sehingga perusahaan lebih sering berusaha menyajikan laporan pendapatan laba yang stabil setiap tahunnya (Wulan Astriah et al., 2021). Bagi penanam modal dan kreditur ukuran perusahaan sangat penting, hal ini berhubungan dengan risiko investasinya. Perusahaan besar cenderung mendapatkan peluang untuk memperoleh investasi. Oleh sebab itu, perusahaan yang besar cenderung mempunyai motivasi mengerjakan praktik manajemen laba daripada perusahaan kecil (Devanka, 2022). Hal tersebut disebabkan oleh tekanan pada manajer untuk menyajikan laporan keuangan perusahaan dengan baik agar dapat memenuhi harapan investor dan publik (Paramitha & Idayati, 2020).

 Menurut undang-undang No. 20 tahun 2008 mengenai usaha kecil, mikro, dan menengah, perusahaan terbagi menjadi 4 jenis sebagai berikut:

1. Usaha mikro

Merupakan usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

1. Usaha kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

1. Usaha menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

1. Usaha besar

Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

 Menurut badan standarisasi nasional, ukuran perusahaan terbagi menjadi:

1. Perusahaan besar.

Merupakan perusahaan yang mempunyai kekayaan bersih melebihi dari Rp. 10.000.000.000 termasuk tanah dan bangunan. Serta mempunyai penjualan lebih dari Rp. 50.000.000.000 pertahun.

1. Perusahan menengah.

Merupakan perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1.000.000.000 sampai Rp. 10.000.000.000 termasuk tanah dan bangunan. Serta mempunyai penjualan melebihi Rp. 1.000.000.000 dan kurang dari Rp. 50.000.000.000 pertahun.

1. Perusahaan kecil.

Merupakan perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan. Serta memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1.000.000.000.

1. Penelitian Terdahulu

 Beberapa penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya dengan hasil yang berbeda-beda.

1. Sherly Joe dan Suriani Ginting (2022) telah melakukan sebuah penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Dengan menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif, teknik *purposive sampling* dengan pengamatan sebanyak 252 dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Akan tetapi leverage dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
2. Nurul Azizah Adyastuti dan Muhammad Khafid (2022) telah melakukan sebuah penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap manajemen laba dengan kompensasi bonus sebagai variabel moderating pada sektor perusahaan manufaktur periode tahun 2018 sampai 2019 dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang digunakan sebagai teknik pengabilan sampel. Hasil penelitian ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap manajemen laba, *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba, perofitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba. Kompensasi bonus tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap manajemen laba, serta kompensasi bonus mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.
3. Martius Robert Hutauruk, Novi Yanti, Rizki Nurjannah (2022) telah melakukan sebuah penelitian mengenai Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Manajemen Laba. dengan menggunakan metode kuantitatif (data sekunder) dan menggunakan teknik *purposive sampling.* Serta menggunakan data perusahaan sebanyak 10 perusahaan dengan jumlah data sebanyak 50 data. Hasil penelitian kepemilikan institusional dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
4. Putri Angelita Mungniyati (2023) telah melakukan sebuah penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahaaan nonkeuangan pada periode tahun 2019 sampai 20221 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Yang terdapat 114 perusahaan dengan 338 data. Metode yang digunakan untuk mengambil sampel adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian kepemilikan majerial, kepemilikan institusional, ukuran dewan direksi, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
5. Riski Kurniawan dan Fuad (2022) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahan manufaktur. Penelitian menggunaan metode kuantitatif dengan data sekunder. Populasi menggunakan perusahaan manufaktur periode tahun 2017 sampai 2021 dengan total sampel 510. Pengambilan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling*. Dengan hasil kepemilikan majerial, kepemilikan institusional, leverage, dan kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan variabel ukuran komite dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Selain itu, variabel ukuran audit dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
6. Siti Wulan Astriah, Rizky Trinanda Akbar, Erma Apriyanti dan Dewi Sarifah Tullah (2021) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap manajemen laba. Populasi yang digunakan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 sampai 2019 sebanyak 160 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakana adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi data panel berganda. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling.* Berdasarkan kriteria menggunakan 81 perusahaan. Hasil penelitian ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap manajemen laba.
7. Guilbert Reynaldo Immanuel & Hasnawi (2022) melaukan penelitian mengenai pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan dewan komisaris independen terhadap manajemen laba. Populasi yang digunakan konsumen primer yang masuk di BEI periode 2018-2020. Menggunakan metode *purposive sampling.* Hasil penelitian kepemilikan institusional, kepemilikan majerial dan dewan komisari independen berpengaruh negative terhadap manajemen laba.
8. Anggita Putri Cantika dan Apit Susanti (2023) melakukan penelitian mengenai pengaruh kepemilikan institusional, *leverage*, dan faktor lain (komposisi komisaris independen, ukuran dewan direksi, komite audit, kualitas audit, ukuran perusahaan, dan profitabilitas). Populasi yang digunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2019 sampai 2021. Sampel penelitian diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian kepemilikan institusional, komite audit, kualitas audit, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan komposisi komisaris independen, ukuran dewan direksi, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.
9. Mishelei Leon (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh *leverage*, *earning power*, dan kepemilikan majerial terhadap manajemen laba. Menggunakan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif. Penarikan sampel menggunakan *purposive sampling.* Hasil dari penelitian *leverage*, *earning power,* dan kepemilikan majerial berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
10. Krisnawati Zendrato dan Hermaya Ompusunggu (2023) melakukan penelitian mengenai pengaruh *leverage* dan kepemilikan majerial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur. Periode penelitian tahun 2017 sampai tahun 2021. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba dan kepemilikan majerial berpengaruh cukup besar terhadap manajemen laba.

**Tabel 3**

**Penelitian terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Peneliti (tahun) | Judul | Persamaan | Perbedaan |
| 1. | Sherly Joe dan Suriani Ginting, (2022) | Pengaruh Ukuran Perusahan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba.  | 1. Ukuran perusahaan (X), Leverage (X).
2. Variabel Y
3. Purposive sampling
 | 1. Variabel kepemilikan majerial dan institusional
 |
| 2. | Nurul Azizah Adyastuti dan Muhammad Khafid, (2022) | Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas teradap manajemen Laba dengan Kompensasi Bonus sebagai Variabel Moderating | 1. variabel ukuran perusahaan (X), dan *Leverage* (X)
2. Variabel Y
3. *Purposive sampling.*
 | 1. Menggunaan Kompensasi sebagai variabel moderating.
 |
| 3. | Martius Robert Hutauruk, Novi Yanti, Dan Rizki Nurjannah (2022) | Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Manajemen Laba. | 1. Metode kuantitatif dan *pusposive sampling.*
2. Variabel Y.
3. Kepemilikan manajerial& kepemilikan institusional.
 | 1. Populasi
2. Kepemilikan asing.
 |
| 4. | Putri Angelita dan Mungniyati, (2023) | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Nonkeuangan. | 1. Kepemilikan majerial, Institusional, leverage, dan ukuran perusahaan.
2. Variabel Y.
3. *Purposive sampling*.
 | 1. Ukuran dewan direksi, profitabiitas, arus kas opersional, pertumbuhan penjualan, dn umur perusahaan.
2. Populasi
 |
| 5. | Riski Kurniawan dan FuaD, (2022) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur. | 1. Leverage, kepemilikan majerial dan kepemilikan istitusional.
2. Variabel Y.
3. *Purposive sampling*.
 | 1. Kualitas audit, ukuran komite dewan komisaris.
 |
| 6. | Asrtiah, dkk, (2021) | Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba. | 1. Ukuran perusahaan dan leverage.
2. Variabel Y.
3. Statistik deskriptif dan uji asumsi klasik.
 | 1. Kepemiikan majerial dan institusional.
 |
| 7. | Guilbert Reynaldo Immanuel & Hasnawati (2022) | Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Majerial, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba. | 1. Kepemilikan majerial, kepemilikan institusional.
2. *Metode purposive sampling.*
3. Variabel Y.
 | 1. Sampel
2. Dewan komisaris independen
 |
| 8. | Anggita Putri Cantika Dan Apit Susanti (2023) | Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba.  | 1. Kepemilikan institusional, leverage, dan ukuran perusahaan.
2. Variabel Y.
3. P*urposive sampling*.
 | 1. Komposisi komisaris independen, ukuran dewan direksi, dan profitabilitas.
 |
| 9. | Mishelei Leon 2022 | Pengaruh Leverage, Earning Power, Dan Kepemilikan Majerial Terhadap Manajemen Laba.  | 1. *Leverage* dan kepemilikan majerial.
2. Variabel Y.
3. *Purposive sampling.*
 | 1. kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan.
2. *Earning power.*
 |
| 10. | Krisnawati Zendrato dan Hermaya Ompusunggu (2023) | Pengaruh Leverage Dan Kepemilikan Majerial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur. | 1. Leverage dan kepemilikan majerial.
2. Variabel Y.
3. *Purposive sampling.*
 | 1. Kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan.
 |

1. Kerangka Pemikiran Konseptual

 Kerangka konseptual merupakan kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan pengaruh antarvariabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka pemikiran menerapkan keterlibatan variabel bebas dengan variabel terikat agar sinkron dengan fenomena penelitian. Variabel dependen yaitu Manajemen Laba dan variabel independen yaitu leverage, kepemilikan majerial, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan. Berikut ini pembahasan pemikiran konseptual terkait variabel-variabel yang mempengaruhi manajemen laba:

1. Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba.

 *Leverage* mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai kegiatan operasionalnya (Sudana, 2015:23). Dengan adanya *leverage* didalam struktur modal menunjukan bahwa perusahaan telah memperoleh pinjaman dari pihak eksternal dengan maksud meningkatkan keuntungan untuk mendanai aset diluar modal sendiri (Mungniyati, 2023). Perusahaan yang lebih banyak menggunakana modal sendiri dibandingkan utang akan mengahasilkan laba yang besar untuk pemegang saham dibandingkan dengan perusahaan yang menggunakan utang lebih besar daripada modal sendiri (Sudana, 2015:179). Rasio *leverage* yang besar mengakibatkan risiko kepailitan Suheny dalam (Kurniawan & Fuad, 2022). *Leverage* memiliki hubungan dengan manajemen laba dikarenakan *leverage* menunjukan seberapa tinggi aset yang didanai oleh pinjaman. Untuk menyetarakan tingkat pemakaian dana pinjaman yan besar, pihak manajemen akan melakukan praktik manajemen laba untuk menurunkan angka kewajiban yang meningkat. Dengan demikian, nilai pinjaman yang ditampilkan menjadi lebih tepat serta mampu mengundang minat investor (Joe, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Findi Oktaviana & Muhammad Rivandi (2023) leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

1. Pengaruh Kepemilikan Majerial Terhadap Manajemen Laba.

 Kepemilikan majerial berarti manajer ikut serta dalam struktur modal perusahaan atau, dengan kata lain, manajer memiliki peran ganda sebagai manajer sekaligus pemegang saham (Sugiarto, 2011). Kepemilikan manajerial adalah jumlah seluruh saham yang dipunyai oleh manajemen perusahaan. Perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan manajeril akan menyebabkan tindakan opurtunistik yang dilakukan oleh pihak manajer demi memuaskan kepentingan pribadi. Semakin besar presentase kepemilikan yang dimiliki oleh manajer, semakin besar pula kekuatan yang dimiliki oleh manajer tersebut. Hal ini mendorong manajer untuk lebih bertanggung jawab dalam mengelola kekayaan perusahan, karena mereka juga bertindak sebagai pemilik perusahaan. Akibatnya, praktik manajemen laba dalam perusahaan dapat berkurang (Chiquita & Widyasari, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Krisnawati Zendrato dan Hermay Ompusunggu (2023) kepemilikan majerial sangat berpengaruh besar terhadap manajemen laba.

1. Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba.

 Kepemilikan institusional merujuk pada kepemilikan yang dipegang oleh institusi seperti *insurance companies, investment companies,* dan berbagai institusi lainnya. Fungsi kepemilikan ini sangat krusial karena bisa memberikan pengawasan yang optimal terhadap perilaku manajer (Pratika & Ida, 2022). Investor institusi dinilai mempunyai keahlian pengolahan informasi dan sumber daya yang lebih komprehensif dibandingkan investor individu (Putri Cantika & Susanti, 2023). Tingkat kepemilikan institusi yang tinggi dapat membatasi manajer dalam mealkukan manajemen laba. sebaliknya, jika proporsi kepemilikan institusional berkurang, kecenderungan manajer untuk memalsukan pelaporan laba akan semakin besar (Mamu & IGst, 2018). Dalam penelitian Hutauruk et al., (2022) menyatakan kepemilikan institusional berpemngaruh terhadap manajemen laba.

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.

 Ukuran perusahaan adalah skala besar atau kecilnya perusahaan yang diukur menggunakan logaritma dari total aset. Total aset digunakan sebagai indikator perhitungan ukuran perusahaan yang dikarenakan sifatnya yang lebih jangka panjang dibandingkan dengan penjualan. Ukuran perusahaan memiliki keterkaitan dengan anajemen laba yang disebabkan ketika ukuran perusahaan masih kecil, kinerja Ukuran termasuk total asetnya belum memadai. Oleh karena itu, jika perusahaan ingin menarik investor atau pemegang saham, akan mengalami kesulitan. Sebaliknya jika perusahaan besar, biaya politik yang harus ditanggung cukup besar. Hal ini juga mendorong pihak manajemen melakukan manajemen laba untuk mengurangi laba supaya niaya yang dikeluarkan agar lebih rendah (Ita Trisnawati, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan Sherly Joe dan Suriani Ginting (2022) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

1. Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Majerial, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.

 Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dikaitkan antara leverage, kepemilikan majerial, kepemilikan institusiona, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Leverage

(X1)

H1

H2

Manajemen Laba

(Y)

Kepemilikan majerail

(X2)

H3

H4

Kepemilikan institusional

(X3)

Ukuran perusahaan

(X4)

H5

**Gambar 2**

**Kerangka pemikiran konseptual**

Keterangan : berpengaruh secara parsial

 ---------------- berpengaruh secara simultan

1. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan consumer non-cycliclas yang terdaftar dibursa efek Indonesia periode tahun 2019-2023

H2 : kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023

H3 : kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023

H4 : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023

H5 : *leverage,* kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan saat melakukan pengamatan yaitu kuantitatif/numerik. Pengamatan numerik didasarkan pada filosofi *positivisme,* yang digunakan dalam menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dianalisis secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah diterapkan. Pengamatan kuantitatif bersifat hubungan sebab akibat (Sugiyono, 2019:16).

 Data yang peneliti gunakan merupakan data tersier. Data tersier merupakan data yang secara tidak langsung diperoleh oleh pengumpul data (Sugiyono. 2019:296). Data tersier yang digunakan oleh pengamat merupakan laporan keuangan perusahaan *non-cyclicals* periode tahun 2019-2023 yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia atau *Indonesia Stock Exchange.* Cara memperoleh data yaitu dari website resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

1. Populasi dan Sampel
2. Populasi Penelitian

 Populasi diartikan sebagai sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalis. Populasi tidak hanya terbatas pada individu atau jumlah objek yang sedang diteliti, tetapi juga mencangkup semua karakteristik khusus yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Pada penelitian ini, populasi yang diambil adalah perusahaan *consumer non-cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023 dijadikan sebagai populasi yang berjumlah sebanyak 125 perusahaan.

**Tabel 4**

**Daftar nama perusahaan sektor consumer non-cyclicals tahun 2023**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | KODE | NAMA PERUSAHAAN |
| 1. | AMRT | Sumber Alfaria Trijaya Tbk |
| 2. | BUAH | Segar Kumala Indonesia Tbk |
| 3. | DAYA | Duta Intidaya Tbk |
| 4.  | DMND | Diamond Food Indonesia Tbk.  |
| 5. | EPMT | Enseval Putera Megatrading Tbk. |
| 6. | HERO | Hero Supermarket Tbk.  |
| 7. | KMDS | Kurniamitra Duta Sentosa Tbk.  |
| 8. | MIDI | Midi Utama Indonesia Tbk.  |
| 9. | MLPL | Multipolar Tbk |
| 10. | MPPA | Matahari Putra Prima Tbk. |
| 11. | PCAR | Prima Cakrawala Abadi Tbk. |
| 12. | RANC | Supra Boga Lestari Tbk. |
| 13. | SDPC | Millennium Pharmacon International Tbk. |
| 14. | WICO | Wicaksana Overseas Internasional Tbk. |
| 15. | AALI | Astra Agro Lestari Tbk.  |
| 16. | ADES | Akasha Wira International Tbk |
| 17. | AGAR | Asia Wira International Tbk |
| 18. | AISA | FKS Food Sejahtera Tbk |
| 19. | ALTO | Tri Banyan Tirta Tbk |
| 20. | AMMS | Agung Menjangan Mas Tbk |
| 21. | ANDI | Andira Agro Tbk  |
| 22. | ANJT | Austindo Nusantara Jaya Tbk  |
| 23. | ASHA | Cilacap Samudera Fishing Industry Tbk  |
| 24. | AYAM | Janu Putra Sejahtera Tbk |
| 25. | BEEF | Estika Tata Tiara Tbk |
| 26. | BEER | Jobubu Jarum Minahasa Tbk |
| 27. | BISI | Bisi International Tbk |
| 28. | BOBA | Formosa Ingredient Factory Tbk |
| 29. | BTEK | Bumi Teknokultura Unggul Tbk  |
| 30. | BUDI | Budi Starch & Sweetener Tbk |
| 31. | BWPT | Eagle High Plantations Tbk  |
| 32. | CAMP | Campina Ice Cream Industry Tbk  |
| 33. | CBUT | Citra Borneo Utama Tbk.  |
| 34. | CEKA | Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.  |
| 35. | CLEO | Sariguna Primatirtra Tbk. |
| 36. | CMRY | Cisarua Mountain Dairy Tbk  |
| 37. | COCO | Wahana Interfood Nusantara Tbk |
| 38. | CPIN | Charoen Pokphand Indonesia Tbk |
| 39. | CPRO  | Central Proteina Prima Tbk |
| 40. | CRAB  | Toba Surimi Industries Tbk |
| 41. | CSRA | Cisadane Sawit Raya Tbk  |
| 42. | DEWI | Dewi Shri Farmindo Tbk  |
| 43. | DLTA | Delta Djakarta Tbk |
| 44. | DPUM | Dua Putra Utama Makmur Tbk |
| 45. | DSFI | Dharma Samudera Fishing Industries Tbk |
| 46. | DSNG | Dharma Satya Nusantara Tbk |
| 47. | ENZO | Morenza Abadi Perkasa Tbk |
| 48. | FAPA | FAP Agri Tbk |
| 49. | FISH  | FKS Multi Agro Tbk  |
| 50. | FOOD  | Sentra Food Indonesia Tbk |
| 51. | GOLL | Golden Plantation Tbk  |
| 52. | GOOD | Garudafood Putra Putri Jaya Tbk |
| 53. | GRPM  | Graha Prima Mentari Tbk  |
| 54. | GULA | Aman Agrindo Tbk |
| 55. | GZCO | Gozco Plantations Tbk |
| 56. | HOKI  | Buyung Poetra Sembada Tbk |
| 57. | IBOS | Indo Boga Sukses Tbk |
| 58. | ICBP | Indofood CBP Sukses Makmur Tbk |
| 59. | IKAN | Era Mandiri Cemerlang Tbk  |
| 60. | INDF | Indofood Sukses Makmur Tbk |
| 61. | IPPE | Indo Pureco Pratama Tbk |
| 62. | JARR | Jhonlin Agro Raya Tbk  |
| 63. | JAWA | Jaya Agra Wattie Tbk |
| 64. | JPFA  | Japfa Comfeed Indonesia Tbk |
| 65. | KEJU | Mulia Boga Raya Tbk |
| 66. | LSIP | PP London Sumatra Indonesia Tbk |
| 67. | MAGP | Multi Agro Gemilang Plantation Tbk |
| 68. | MAIN | Malindo Feedmill Tbk  |
| 69. | MAXI | Maxindo Karya Anugerah Tbk |
| 70. | MGRO | Mahkota Group Tbk |
| 71. | MKTR | Menthobi Karyatama Raya Tbk |
| 81. | MLBI | Multi Bintang Indonesia Tbk |
| 82. | MYOR  | Mayora Indah Tbk |
| 83. | NASI | Wahana Inti Makmur Tbk |
| 84. | NAYZ | Hassana Boga Sejahtera Tbk |
| 85. | NSSS | Nusantara Sawit Sejahtera Tbk |
| 86. | OILS  | Indo Oil Perkasa Tbk |
| 87. | PANI | Pratama Abadi Nusa Industry Tbk  |
| 88. | PGUN  | Pridiksi Gunatama Tbk  |
| 89. | PMMP | Panca Mitra Multiperdana Tbk |
| 90. | PSDN  | Prasidha Aneka Niaga Tbk |
| 91. | PSGO | Palma Serasih Tbk |
| 92. | PTPS | Pulau Subur Tbk |
| 93. | ROTI | Nippon Indosari Corpindo Tbk |
| 94. | SGRO | Sampoerna Agro Tbk |
| 95. | SIMP | Salim Ivomas Pratama Tbk  |
| 96. | SIPD  | Sreeya Sewu Indonesia Tbk |
| 97. | SKBM  | Sekar Bumi Tbk |
| 98. | SKLT | Sekar Laut Tbk |
| 99. | SMAR  | Smart Tbk |
| 100. | SOUL  | Mitra Tirta Buwana Tbk |
| 101. | SSMS  | Sawit Sumbermas Sarana Tbk |
| 102. | STAA | Sumber Tani Agung Resouces Tbk |
| 103. | STRK  | Lovina Beach Brewery Tbk |
| 104. | STTP  | Siantar Top Tbk |
| 105. | TAPG  | Triputra Agro Persada Tbk |
| 106. | TAYS  | Jaya Swarasa Agung Tbk |
| 107. | TBLA  | Tunas Baru Lampung Tbk |
| 108. | TGKA  | Tigaraksa Satria Tbk |
| 109. | TGUK  | Platinum Wahab Nusantara Tbk |
| 110. | TLDN  | Teladan Prima Agro Tbk |
| 111. | TRGU | Cerestar Indonesi Tbk |
| 112. | UDNG  | Agro Bahari Nusantara Tbk |
| 113. | ULTJ | Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk  |
| 114. | UNSP | Bakrie Sumatera Plantations Tbk |
| 115. | WAPO | Wahana Pronatural Tbk |
| 116. | WINE  | Hatten Bali Tbk |
| 117. | WMPP | Widodo Makmur Perkasa Tbk |
| 118. | WMUU | Widodo Makmur Ungags Tbk |
| 119. | GGRM | Gudang Garam Tbk |
| 120. | HMSP  | H.M Sampoerna Tbk  |
| 121. | ITIC | Indonesia Tobacco Tbk |
| 122. | RMBA  | Bentoel Internasional Investama Tbk |
| 123. | WIIM  | Wismilak Inti Makmur Tbk |
| 115. | EURO | Estee Gold Feet Tbk |
| 116. | FLMC | Falmaco Nonwoven Industry Tbk |
| 117. | KINO | Kino Indonesia Tbk |
| 118. | KPAS | Cottonindo Ariesta Tbk  |
| 119. | MBTO | Martina Berto Tbk |
| 120. | MRAT | Mustika Ratu Tbk |
| 121. | NANO | Nanotech Indonesia Global Tbk |
| 122. | TCID | Mandom Indonesia Tbk |
| 123. | UCID | Uni-Charm Indonesia Tbk |
| 124. | UNVR | Unilever Indonesia Tbk |
| 125. | VICI | Victoria Care Indonesia Tbk |

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

1. Sampel Penelitian

 Sampel merupakan bagian dari total ciri khusus yang dipunyai oleh populasi tersebut. Ketika populasi terlalu banyak untuk diteliti, pengamat memilih untuk mengambil sampel dari populasi tersebut. (Sugiyono. 2019:127). Dengan cara *purposive sampling* pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* dengan ciri-ciri tertentu untuk mendapatkan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2023.
2. Perusahaan *Consumer Non-cyclicals* yang mengalami laba positif.
3. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan periode tahun penelitian yaitu 2019 sampai 2023.
4. Perusahaan yang mengalami laba positif pada tahun penelitian serta memiliki saham majerial dan institusional.

**Tabel 5**

**Kriteria pemilihan sampel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No.  | Kriteria  | Jumlah |
| 1. | Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2023. | 125 |
| 2. | Perusahaaan sektor non-cyclicals yang mengalami laba negatif. | (47) |
| 3. | Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang tidak mempublikasikan laporan keuangan pada periode tahun penelitian. (2019-2923) | (40) |
| 4. | Perusahaan yang mengalami laba positif pada tahun penelitian yang tidak memiliki saham majerial dan institusional. | (22) |
|  | Jumlah perusahaan yang mengalami laba positif, memiliki saham manajerial dan saham institusional | 16 |
|  | Periode tahun penelitian (2019-2023) | 5 |
|  | Total sampel selama periode tahun penelitian  | 80 |

*Sumber :* [*www.idx.co.id*](http://www.idx.co.id) *diolah peneliti tahun 2023*

 Menurut syarat di atas, sampel yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 16 perusahaan sektor *consumer non-cycliclas* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019 sampai 2023. Sehingga, diperoleh data sebanyak 80 dari 16 perusahaan dikali tahun penelitian yaitu 5 tahun.

***Tabel 6***

***Daftar Sampel Sektor Consumer Non-Cyclicals***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. | KODE | NAMA PERUSAHAAN |
| 1. | ULTJ | Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk |
| 2. | STAA | Sumber Tani Agung Resouces Tbk |
| 3. | CLEO | Sariguna Satya Nusantara Tbk |
| 4. | DSNG | Dharma Satya Nusantara Tbk |
| 5. | PMMP | Panca Mitra Multiperdana Tbk |
| 6. | BISI | Bisi Internasional Tbk |
| 7. | SKBM | Sekar Bumi Tbk |
| 8. | AMRT | Sumber Alfaria Trijaya Tbk |
| 9. | GGRM | Gudang Garam Tbk |
| 10. | TBLA | Tunas Baru Lampung Tbk |
| 11. | GOOD | Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk |
| 12. | INDF | Indofood Sukses Makmur Tbk  |
| 13. | MYOR | Mayora Indah Tbk  |
| 14. | TGKA | Tigaraksa Satria Tbk |
| 15. | KEJU | Mulia Boga Raya Tbk |
| 16. | STTP | Siantar Top Tbk |

 Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

1. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel
2. Definisi Konseptual

 Definisi konseptual merupakan definisi variabel berdasarkan teori. Definisi konseptual varibel - variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel dependen (Y)

 Variabel dependen biasa dikenal juga dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi dampak dari variabel bebas. Pada penegamatan ini, variabel dependen adalah:

1. Manajemen Laba.

 Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan secara sengaja untuk mengatur keuntungan (Davidson, Stickney, dan Weil), intervensi dalam pembuatan laporan keuangan (Schipper), atau kesalahan dan kelalaian yang disengaja dalam laporan keuangan (*National Association Of Fraund Examiners*), ini juga mencangkup langkah-langkah untuk mengatur laba (Fisher dan Rosenzweig), fleksibilitas yang memotivasi penyahlah gunaan keuntungan (Lewitt), dan penerapan keputusan untuk memodifikasi laporan keuangan. (Healy dan Wahlen).

1. Variabel independen (X).

 Variabel independen biasa dinamakan dengan variabel *stumulus* atau bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Laverage* (X1)

 *Leverage* ialah rasio digunakan dalam menilai sejauh mana sebuah perusahaan menggunakan utang dalam pengeluarannya (Ely Siswanto, 2021).

1. Kepemilikan Majerial (X2).

 Kepemilikan majerial merupakan jumlah saham perusahaan dipunyai anggota manajemen, seperti dewan direksi, komisaris, serta pihak-pihak lainya. (Sugiarto, 2011).

1. Kepemilikan Institusional (X3).

 Kepemilikan institusional merujuk pada total investasi yang dipunyai oleh pihak lembaga, yang terdiri dari *investment companies*, bank, *cooperative* dan lainnya (Kurniawan & Fuad, 2022)

1. Ukuran Perusahaan (X4).

 Ukuran perusahaan merujuk pada besarnya aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, yang menunjukan sejauh mana perusahaan tersebut tergolong besar atau kecil (Hartono, 2015).

1. Definisi Operasional Variabel

 pengertian operasi variabel menerangkan mengenai pengamat menghitung variabel menggunakan parameter yang berkaitan.

**Tabel 7**

**Operasionalisasi Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No.  | Variable | Rumus | Sumber  |
| 1. | Manajemen Laba  | DTACit = TACit/Ait-1 - NDA | Vega Wafaretta & Nurika Restuningdiah (2021) |
| 2. | *Leverage*  | Leverage = $\frac{Total utang }{total aset}$ x 100% | Ely Siswanto (2019) |
| 3. | Kepemilikan majerial  | $$\frac{Jumlah saham pihak manajemen}{Jumlah saham yang berdar} x 100\%$$ | Sugiarto (2011) |
| 4. | Kepemilikan institusional  | $\frac{Jumlah saham investor institusional}{jumlah saham yang beredar}$ x 100% | Kurniawan & Fuad (2022) |
| 5. | Ukuran perusahaan | Ukuran perusahaan = LN (total asset) | Hartono (2015) |

1. Teknik Pengumpulan Data

 Pada pengamatan yang dilakukan menggunakan dokumentasi. Metode berkas biasa juga disebut sekunder atau data yang dihasilkan tidak langsung. Data dokumentasi bisa berupa dalam bentuk buku, arsip, tulisan, gambar yang berupa laporan keuangan (Sugiyono, 2019).

 Selain itu, data sekunder yang diterapkan merupakan data eksternal yang didapat dari web legal Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Data eksternal merupakan data yang diperoleh dari luar. Serta menggunakan data time series, yang merupakan data yang dihimpun dalam waktu tertentu dengan rentang waktu sama.

1. Metode Analisis Data
2. Analisis Statistik Deskriptif

 Statistik deskriptif merupakan analisis yang menggambarkan atau mengilustrasikan mengenai data yang diteliti. (Sugiyono,2019:206).

1. Uji Asumsi Klasik
2. Uji Normalitas

 Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu dalam model regresi memiliki sebaran normal. Hal ini penting karena uji f dan t mengasumsikan bahwa nilai pengganggu mengikuti sebaran normal. Jika perkiraan ini tidak terpenuhi, maka uji statistic menjadi tidak valid. Analisi dapat dilakukan yakni dengan gambar kurva, pp-plot, atau menggunakan hasil statistik (Ghozali, 2018:161).

1. Uji Multikolinieritas

 Tujuan dari uji multikolinieritas untuk menentukan apakah terdapat kolerasi antara variabel independent dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, digunakan metode *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance* untuk batas menunjukan adanya multikolinieritas yaitu nilai toleransi lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2018:107).

1. Uji Heteroskedastisitas

 Uji heteroskedastisitas memiliki capaian untuk memeriksa apakah variasi dari faktor pengganggu konsisten antara satu set data penelitian dengan set data lainnya. Jika variasi faktor pengganggu tidak menunjukan perbedaan, maka kelompok data tersebut dianggap memiliki sifat homoskedastisitas. Untuk mendeteksi dapat dilakukan dengan mengamati pola tertentu pada *scatterplot* antara SRESIDE dan ZPRED.

1. Uji Autokorelasi

 Uji autokolerasi untuk mendeteksi adanya kolerasi antara pengamatan tahun sekarang dengan kesalahan pengganggu pada tahun sebelumnya. Jika terdapat kolerasi, maka dikatakan terdapat masalah kolerasi. Model regresi yang baik yaitu yang bebas dari autokolerasi. Cara untuk menganalisis keberadaan autokolerasi bisa menggunakan ukuran statistik yaitu uji Durbin-Watson dan Run test (Ghozali,2021:162).

1. Pengambilan keputusan jika menggunakan run test dengan ketentuan nilai Asymp Sig (2-tailed) > 0,05.
2. Pengambilan keputusan menggunakan uji Durbin-Watson seperti tabel 8 di bawah.

**Tabel 8**

**Uji Durbin-Watson**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Hipotesis Nol | Keputusan | Jika |
| Tidak ada autokolerasi positif  | Tolak | 0 < d < dl |
| Tidak ada autokolerasi poistif | No Decision | dl ≤ d ≤ du |
| Tidak ada autokolerasi negative | Tolak  | 4 – dl < d < 4 |
| Tidak ada autokolerasi negatif  | No Decision | 4 – du ≤ d ≤ 4 - dl |
| Tidak ada autokolerasi, positif atau negatif | Tidak ditolak | du < d < 4 - du |

1. Analisis Regresi Linear Berganda

 Pengamatan ini menggunakan analisis linear berganda dikarenakan variabel bebas lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk menguji keterkaitan antara variabel bebas dengan terikat yang akan diamati. Rumus analisis linear beganda pada penelitian ini sebagai berikut: (Sugiyono, 2019)

Y = α + β1X1+β2 X2+β3 X3+β4 X4+ e

 Keterangan:

Y = Manajemen Laba

α = konstanta

β1 β2 β3 β4= koefisien regresi dari setiap variabel independen.

X1 = Leverage

X2 = kepemilikan majerial

X3 = kepemilikan institusional

X4 = ukuran perusahaan

e = standar eror

1. Uji Hipotesis
2. Uji parsial (Uji t)

 Uji t dikenal juga dengan uji parsial, yaitu untuk mendeteksi pengaruh masing-masing. Selain itu, tujuan dari uji parsial yaitu memberitahu sejauh mana pengaruh variabel bebas masing-masing terhadap variabel terikat. Manajemen laba sebagai variabel dependen (Y) dipengaruhi sebagian oleh variabel leverage (X1), kepemilikan majerial (X2), kepemilikan institusional (X3), dan ukuran perusahaan (X4). Hasil analisis pada regresi dapat dibaca untuk menunjukan uji t pada nilai signifikan t, yaitu:

1. Menentukan hipotesis

H0 : β1 = 0, *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

H1 : β1 ≠ 0, *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.

H0 : β 2 = 0, kepemilikan manejerial tidak berpengaruh terhadap

 manajemen laba

H2 : β2 ≠ 0, kepemilikan manejerial berpengaruh terhadap

 manajemen laba

H0 : β3 = 0, kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap

manajemen laba

H3 : β3 ≠ 0, kepemilikan institusional berpengaruh terhadap

 manajemen laba.

H0 : β4 = 0, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap

manajemen laba.

H4 : β4 ≠ 0, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen

 laba.

 Menentukan t tabel

Tingkat signifikansi = 0,05

Derajat kebebasan = df = (n-k-1)

1. Menentukan daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dengan kriteria pengujian dua sisi.



**Gambar 3**

**Pengujian dua sisi untuk uji t**

1. Rumus thitung

t = $\frac{bi}{sbi}$

keterangan :

bi = koefisien regresi variabel i

sbi = standar eror regresi variabel i

1. Mengambil keputusan

Ha diterima jika nilai signifikansi < 0,05 atau thitung > ttabel

Ha ditolak jika nilai signifikansi > 0,05 atau thitung < ttabel

1. Uji Simultan Atau Uji Statistik F

 Uji F diterapkan dengan tujuan supaya mengenali apakah variabel independen yaitu leverage (X1), kepemilikan majerial (X2), kepemilikan institusional (X3), dan ukuran perusahaan (X4) secara berbarengan mempengaruhi manajemen laba (Y). Untuk menguji hipotesis, menggunakan syarat penentuan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi F < α (0,05) maka, Ha diterima dan H0 ditolak. Bermakna, secara bersama variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.
2. Membandingkan nilai Fhitung dan ftabel. Jika nilai Fhitung > nilai Ftabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, dan sebaliknya.

Cara menentukan uji Fsebagai berikut:

1. Menentukan formula hipotesis (H0 dan Ha)

H0 = β1, β2, β3, β4 = 0 variabel X tidak berpengaruh secara simultan

 terhadap Y.

Ha = β1, β2, β3, β4 ≠ 0 variabel X berpengaruh secara simultan

 terhadap Y.

1. Rumus perhitungan Fhitung sebagai berikut: (Sugiyono, 2019)

Fhitung = $\frac{MSR}{ MSE}$

Dimana :

 MSR = $\frac{SSR}{K}$

 MSE = $\frac{SSE}{N-K-1}$

Keterangan:

SSE = *sum square of error*

SSR = *sum square of regresision*

n = jumlah data

k = jumlah variabel bebas



**Gambar 4**

**Kurva uji statistik F**

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mampu diartian bahwa H0 diterima atau ditolak.

1. Koefisien Determinasi

 Koefisien determinasi (R2) menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Nilai R2 yang rendah mengartikan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, Jika mendekati satu maka hubungan variabel bebas dengan dependen akan semakin kuat. Dalam kenyataannya adjusted R2 bisa bernilai negatif walaupun yang diinginkan bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai R2 mines, maka nilai adjusted dianggap nol (Ghozali, 2018).

Rumus koefisien determinasi yaitu:

R2 = 1- $\frac{SSR}{SST}$

Keterangan:

SSR = jumlah kuadrat residu

SST = jumlah kuadrat total