

Pengaruh strategi bisnis dan karakteristik perusahaan terhadap manajemen laba

Fidiah Nugraha¹, Nurita Affan²✉

Universitas Mulawaman, Samarinda, Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi bisnis, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 24. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk penentuan sampel, dan diperoleh 17 sampel penelitian dengan total pengamatan dari perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Kata kunci: Strategi bisnis; karakteristik perusahaan; ukuran perusahaan; leverage; profitabilitas; manajemen laba

The influence of business strategy and company characteristics on profit management

Abstract

This study aims to determine the effect of business strategy, company size, leverage, and profitability of earnings management in consumer goods sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2021. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS 24. This research uses the method purposive sampling for sample determination, and obtained 17 research samples with total observations from consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The results of this study indicate that business strategy has a positive and insignificant effect on earnings management. Firm size has a positive and insignificant effect on earnings management. Leverage negative and significant effect on earnings management. Profitability has a negative and insignificant effect on earnings management.

Key words: *Business strategy; company characteristics; company size; leverage; profitability; earnings management*

PENDAHULUAN

Dengan terus berjalannya waktu persaingan antar perusahaan akan semakin pesat, maka setiap perusahaan dituntut untuk bertahan dan mempunyai keunggulan tersendiri agar tidak tersingkir dengan persaingan yang ada. Manajer perusahaan merupakan salah satu pihak yang bertanggung jawab agar perusahaan dapat mencapai tujuannya, oleh sebab itu tindakan manajer dalam mengambil kebijakan dan keputusan sangat berpengaruh terhadap tercapainya tujuan perusahaan. Kinerja manajer dalam memperjuangkan perusahaan biasanya dapat dilihat pada tingkat laba yang ada di laporan keuangan. Akan tetapi informasi laba tidaklah selalu benar, terkadang pihak manajer melakukan tindakan oportunistik agar laporan keuangan yang disajikan terlihat baik dengan metode manajemen laba. Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi laporan keuangan yang bertujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi keuangan perusahaan. Menurut Agustia (2013) ada beberapa motivasi yang dilakukan manajer untuk melakukan manajemen laba antara lain yaitu motivasi bonus, hipotesis perjanjian utang, meet investors earnings expectations and maintain reputation, dan IPO (Initial Public Offering). Selain dari berbagai motivasi tersebut strategi bisnis mempunyai peran penting dalam mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba.

Strategi bisnis merupakan suatu rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk menilai dan memutuskan tindakan apa yang akan dilakukan oleh perusahaan agar tujuan perusahaan dapat terpenuhi. Dalam tipologi Miles et al., (1978) terdapat dua dari empat tipe strategi bisnis yang paling dominan dan kontras yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *defenders* dan *prospectors*. Dalam Widyasari et al., (2017) perusahaan dengan strategi *defenders* lebih berpotensi melakukan manajemen laba lebih tinggi dari perusahaan dengan strategi *prospectors*, karena strategi *defenders* relatif stabil dan menjaga reputasi, sedangkan strategi *prospectors* mengutamakan inovasi dan mengambil resiko besar dalam bisnisnya.

Selain strategi bisnis, karakteristik perusahaan dapat mempengaruhi terjadinya manajemen laba. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dari total nilai kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Leverage merupakan rasio untuk menghitung sejauh mana perusahaan menggunakan utang yang mereka pinjam (Susilowati et al., 2018). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan bersih selama satu periode tertentu.

Penelitian ini menggunakan salah satu perusahaan manufaktur yang terdaftar di dalam BEI (Bursa Efek Indonesia) khususnya sektor industri barang konsumsi. Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam memicu pertumbuhan ekonomi negara. Industri barang konsumsi salah satu industri yang menarik dan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari karena industri barang konsumsi menyediakan produk-produk yang merupakan kebutuhan primer masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Teori agensi (*agency theory*) merupakan teori yang mendasari praktik pada suatu bisnis perusahaan yang digunakan selama ini. Teori agensi menjelaskan mengenai hubungan antara pihak prinsipal dengan agen. Prinsipal merupakan pihak pemberi wewenang yaitu pemilik atau pemegang saham, sedangkan agen merupakan pihak yang menerima wewenang yaitu manajer dalam melakukan kerja sama. Dalam kerja sama tersebut prinsipal melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pengambilan keputusan ke agen. Dengan adanya pendelegasian tersebut dapat mengakibatkan terjadinya konflik dalam suatu perusahaan dikarenakan adanya perbedaan kepentingan dan asimetri informasi pihak manajer dengan pemegang saham. Hal tersebut terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Widyasari et al., (2017) mengatakan jika manajer melakukan tindakan atas kepentingannya sendiri dan tidak sesuai dengan keinginan pemilik, hal tersebut berarti manajer berperilaku oportunistik. Tindakan oportunistik tersebut dilakukan oleh manajer dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga manajer dapat mengatur laba perusahaan dengan cara menaikkan atau menurunkan laba sesuai dengan keinginannya.

Manajemen Laba

Menurut Susilowati et al., (2018) secara umum manajemen laba merupakan tindakan oportunistik seorang manajer dalam menyusun laporan keuangan sesuai dengan keinginannya. Tindakan tersebut merupakan kecurangan karena manajer secara sadar melakukan hal tersebut untuk mengecoh stakeholder sehingga kurang mengetahui informasi laporan keuangan perusahaan yang sesungguhnya. Sementara itu para akademisi, mengatakan manajemen laba merupakan kebebasan seorang manajer dalam memilih atau menggunakan metode akuntansi tertentu ketika mencatat dan menyusun laporan keuangan. Selama manajer masih menggunakan metode dalam ruang lingkup prinsip akuntansi maka manajer tidak bisa dikatakan melakukan kecurangan.

Strategi Bisnis

Menurut Arieftiara et al., (2015) mengatakan bahwa strategi bisnis perusahaan mempengaruhi segala sesuatu aktivitas perusahaan karena semua aktivitas proses bisnis, kegiatan operasional, dan transaksi yang dilakukan serta seluruh keputusan bisnis yang dibuat manajer harus sejalan dengan strategi bisnis perusahaan. Ada beberapa tipe dalam melakukan strategi bisnis, berdasarkan tipologi dari Miles et al., (1978) strategi prospector dan defender merupakan tipe strategi yang paling dominan dan kontras (Houqe et al., 2014). Strategi defender merupakan perusahaan yang berfokus pada efisiensi biaya dan memiliki struktur organisasi yang stabil. Biasanya perusahaan yang menggunakan strategi defender memiliki pangsa pasar yang sempit. Perusahaan yang menggunakan strategi prospector merupakan perusahaan yang berfokus pada struktur organisasi dan inovasi yang fleksibel. Perusahaan yang menggunakan strategi ini dominan memiliki pasar dan produk yang sangat luas.

Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan ciri sifat atau khas yang melekat pada suatu perusahaan. Karakteristik perusahaan dapat dilihat dari berbagai segi, diantaranya jenis usaha atau industri, tingkat likuiditas, profitabilitas perusahaan, financial leverage dan kepemilikan saham, ukuran perusahaan dan lain-lain (Siregar & Widyawati, 2016). Pada penelitian ini menggunakan karakteristik perusahaan dari segi ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas.

Ukuran Perusahaan

Menurut Yatulhusna (2015) ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan besar dan kecil dengan memperhatikan rata-rata total penjualan, rata-rata total aktiva, total penjualan, dan total aktiva. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan total aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset yang besar biasanya lebih banyak mendapatkan perhatian dari pihak eksternal seperti, analis, investor, maupun pemerintah, sehingga membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam mengelola atau menyusun laporan keuangannya.

Leverage

Menurut Frans (2015) leverage merupakan pengukur besarnya aktiva yang pendanaannya diperoleh dari utang, yang mana utang yang dimaksud bukan dari pemegang saham maupun investor, melainkan berasal dari kreditor. Leverage muncul karena perusahaan ingin memenuhi kebutuhan sehari-harinya untuk beroperasi yang menggunakan aktiva dan sumber dana (Hasibuan et al., 2016).

Profitabilitas

Menurut Ardyansah (2014) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas bisnisnya. Profitabilitas merupakan alat ukur suatu kinerja manajer dapat dilihat dalam mengelola kekayaan perusahaan yang dapat dilihat dari laba perusahaan. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas suatu perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran Return On Assets (ROA), karena ROA merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada. ROA juga dapat digunakan sebagai alat ukur untuk melihat tingkat kesehatan kinerja keuangan suatu perusahaan.

METODE

Populasi dan Sampel Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Jumlah populasi penelitian ini adalah 50 perusahaan.

Sampel

Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.

Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menentukan sampel pada penelitian ini, yaitu: Seluruh perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2021;

Perusahaan yang memiliki informasi terkait variabel di dalam laporan keuangan yang akan digunakan dalam penelitian;

Perusahaan yang melaporkan beban riset dan pengembangan periode 2018-2021.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari website www.idx.co.id serta website resmi dari setiap perusahaan.

Metode Pengumpulan Data

Motode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode dokumentasi. Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan laporan tahunan yang terdaftar pada perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi periode 2018-2021 yang telah dipublikasi oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) serta website resmi dari setiap perusahaan.

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan SPSS 24 (Statistical Package for Social Sciences). Penelitian ini terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, uji kelayakan model, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi Bisnis	68	0,00	1,00	0,6912	0,46544
Ukuran Perusahaan	68	27,53	31,60	29,4331	1,09483
Leverage	68	0,16	2,90	0,4720	0,38369
Profitabilitas	68	-0,21	0,92	0,1163	0,16596
Manajemen Laba	68	-0,03	0,01	0,0003	0,00660
Valid N (listwise)	68				

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 2.
Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,00564967
Most Extreme Differences	Absolute	0,095
	Positive	0,079
	Negative	-0,095
Test Statistic		0,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil diatas diperoleh nilai sebesar 0,095 dan nilai signifikan sebesar 0,200. Dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal, sehingga model regresi yang digunakan memenuhi syarat normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3.
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Strategi Bisnis	0,899	1,113
	Ukuran Perusahaan	0,918	1,089
	Leverage	0,959	1,043
	Profitabilitas	0,939	1,065

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas terdapat dari setiap masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Valuea	-0,00053
Cases < Test Value	34
Cases >= Test Value	34
Total Cases	68
Number of Runs	36
Z	0,244
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,807
a. Median	

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan bahwa nilai nilai Asym sig (2-tailed) 0,807 > dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik yang menyebar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	-0,005		
	Strategi Bisnis	0,000	0,002	0,030	0,265	0,792
	Ukuran Perusahaan	,0000	0,001	0,052	0,464	0,645
	Leverage	-0,009	0,002	-0,497	-4,513	0,000
	Profitabilitas	-0,002	0,004	-0,053	-0,479	0,634

a. Dependent Variable:Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat menghasilkan persamaan regresi, yaitu:

$$Y = -0,005 + 0,000X_1 + 0,000X_2 - 0,009X_3 - 0,002X_4 + \varepsilon$$

Tabel 6.
Hasil Uji Hipotesis (Uji-t)

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	-0,005		
	Strategi Bisnis	0,000	0,002	0,030	0,265	0,792
	Ukuran Perusahaan	,0000	0,001	0,052	0,464	0,645
	Leverage	-0,009	0,002	-0,497	-4,513	0,000
	Profitabilitas	-0,002	0,004	-0,053	-0,479	0,634

a. Dependent Variable:Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas maka didapatkan hasil pengujian hipotesis (uji-t) sebagai berikut:

Strategi Bisnis

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel strategi bisnis (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,792

0,05 dan nilai koefisiensi regresi kearah positif 0,030, maka variabel strategi bisnis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel manajemen laba.

Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel ukuran perusahaan (X2) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,645 > 0,05 dan nilai koefisiensi regresi kearah positif 0,052, maka variabel ukuran perusahaan **berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel manajemen laba.**

Leverage

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel leverage (X3) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi kearah negatif 0,497, maka variabel leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel manajemen laba.

Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel profitabilitas (X4) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,634

0,05 dan nilai koefisien regresi kearah negatif 0,053, maka variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel manajemen laba.

Tabel 7.
Hasil Uji F (Uji Kelayakan Model)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,001	4	0,000	5,723	0,001b
Residual	0,002	63	0,000		
Total	0,003	67			

Dependent Variable: Manajemen Laba

Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Strategi Bisnis

Berdasarkan pada hasil uji kelayakan model diatas terdapat hasil signifikansi sebesar 0,001. Dari hasil nilai uji tersebut dapat disimpulkan bahwa $0,001 <$ dari tingkat alpha 0,05 yang menyatakan bahwa model regresi layak digunakan.

Hasil Uji F (Uji Kelayakan)

Tabel 8.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,516a	0,267	0,220	0,00583	2,222

Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Strategi Bisnis

Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,267 atau 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel strategi bisnis, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas memiliki persentase sebesar 26,7% terhadap variabel manajemen laba dalam perusahaan sektor barang konsumsi yang tercatat pada perusahaan BEI, sedangkan sisanya 73,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba

Hasil dari hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini ini dapat disebabkan karena strategi prospector dan strategi defender dari setiap perusahaan memiliki perbedaan tipe strategi. Perusahaan yang terdapat di Indonesia belum dapat menentukan tipe strategi yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan usahanya. Strategi bisnis tidak mempengaruhi manajemen laba juga dapat terjadi karena strategi atau perencanaan yang telah disusun oleh perusahaan tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik perusahaan yang melakukan strategi bisnis maupun perusahaan yang tidak melakukan strategi bisnis belum tentu dapat mempengaruhi tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba. Strategi bisnis yang digunakan oleh manajer diharapkan dapat memberikan laba yang tinggi bagi perusahaan. Akan tetapi biasanya perusahaan sulit untuk mendapatkan laba yang tinggi tetapi selalu menghindari laba yang rendah, karena perusahaan lebih mementingkan efektivitas daripada efisiensi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Hasil hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak ada kaitannya dengan manajemen laba. Karena manajemen laba dilakukan oleh manajer bukan berdasarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil belum tentu dapat mempengaruhi atau menurunkan tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba. Tidak berpengaruhnya ukuran

perusahaan terhadap manajemen laba dapat pula terjadi sebab pengawasan yang dilakukan oleh pihak investor dan pemerintah yang ikut dalam menjalankan perusahaan, sehingga manajer tidak berani untuk melakukan manajemen laba. Pengawasan yang ketat akan menghambat manajer dalam melakukan manajemen laba, karena besar kemungkinan akan diketahui oleh pihak pemerintah, dan investor sehingga akan merusak nama baik manajer dalam perusahaan tersebut. Sehingga manajer perusahaan baik dari perusahaan besar maupun perusahaan kecil tidak berani untuk melakukan manajemen laba.

Pengaruh Leverage terhadap Manajemen Laba

Hasil hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila leverage dalam suatu perusahaan tinggi maka tindakan manajemen laba dalam perusahaan tersebut akan rendah, begitu pula sebaliknya. Hal ini dapat terjadi apabila nilai utang yang rendah yang disebabkan oleh tingginya tingkat manajemen laba yang dilakukan manajer agar laporan keuangan terlihat baik untuk meyakinkan pihak kreditur dan dapat menarik investor.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Hasil hipotesis keempat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa baik perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maupun rendah kecil kemungkinannya untuk melakukan manajemen laba. Hal tersebut dapat terjadi pula dikarenakan investor cenderung untuk melupakan informasi mengenai ROA yang ada, sehingga manajer tidak tertarik untuk melakukan manajemen laba melalui variabel profitabilitas. Profitabilitas dalam suatu perusahaan yang semakin meningkat menunjukkan kinerja yang ada dalam perusahaan tersebut baik, serta pemegang saham juga mendapatkan keuntungan atas meningkatnya kinerja perusahaan. Selain itu manajer perusahaan juga dapat memperoleh keuntungan jika kinerja perusahaan meningkat, sehingga manajer tidak tertarik untuk melakukan manajemen laba.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan yakni:
Strategi bisnis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada BEI;
Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada BEI;
Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada BEI; dan
Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipratama, G. R. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di BEI. 1–23. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
- Agustia, D. (2013). Pengaruh Faktor Good Corporate Governance, Free Cash Flow, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 15(1), 27–42. <https://doi.org/10.9744/Jak.15.1.27-42>
- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 387–401. <https://doi.org/10.37932/Ja.V10i2.437>
- Ahmad, A. W., & Astuti, R. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis, Pendelegasian Wewenang, Kepemimpinan, Kebijakan Manajemen Keuangan Dan Manajemen Likuiditas Terhadap Manajemen Laba Pada Yayasan Nirlaba Yarsi Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 1(2), 23–43. <https://doi.org/10.25077/Mssb.1.2.23-43.2020>
- Ardyansah, D. (2014). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (Etr). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3, 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/Accounting>
- Arieftiara, D., Utama, S., Wardhani, R., & Rahayu, N. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris Di Indonesia. *Simposium Akuntansi Nasional*, 18(18), 1.
- Astuti, P. W. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 1–14.

- Atmaja, B. T., & Kristanto, B. A. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(02), 273–280.
- Daud, D., Shodiq Askandar, N., & Junaidi. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *E-Jra*, 09(1), 1–16.
- Devi, C. M., & Iskak, J. (2018). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Real Earnings Management. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 35. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V2i1.1577>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles Of Managerial Finance 14th Edition*. Courier Kendallville in the United States of America.
- Hasibuan, V., Dzulkirom, M., & Endang, N. G. W. (2016). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(1), 139–147. www.kememperin.go.id
- Houqe, M. N., Kerr, R., & Monem, R. (2014). Business Strategy, Economic Growth, And Earnings Quality. *Victoria Business School, Victoria University of Wellington*, 1–36.
- Jastin, Trisnawati, I., & Surpriatna, D. (2021). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Faktor Lainnya Terhadap Praktik Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 55–70. <https://doi.org/10.36406/Jam.V18i02.429>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3, North-Holland Publishing Company, 305–360. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Lisa, O. (2012). Asimetri Informasi Simetri Informasi Dan Manajemen Laba. *Jurnal WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 2(1), 42–49.
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman, H. J. (1978). Organizational Strategy, Structure, And Process The Academy Of Management Review Organizational Strategy, Structure, And Process1. *Source: The Academy Of Management Review*, 3(3), 546–562.
- Panjaitan, D. K., & Muslih, M. (2019). Manajemen Laba: Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial Dan Kompensasi Bonus (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Jurnal Aset*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.17509/Jaset.V11i1.15726>
- Paylosa, F. (2014). Pengaruh Strategi Manajer Dan Desentralisasi Yang Saling Terhubung Antara Pemanfaatan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Dengan Kinerja Manajerial. *Jurnal Akuntansi FE Universitas Negeri Padang*, Volume 9,(1), 1–20.
- Sakdiyah, H., Salim, A., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2016-2019). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 109–123.
- Sari, N. A., & Susilowati, Y. (2021). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kualitas Audit, Dan Komite Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 43–52. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.176>
- Sihaloho, K. V., & Sitanggung, A. (2016). Pengaruh Simetri Informasi, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), 173–190.
- Siregar, R., & Widayawati, D. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 5(2), 2460–0585.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 64.

- Susilowati, Y., Widyawati, R., & Nuraini. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate. *Prosiding SENDI_U 2018*, 2014, 796–804.
- Tang, S., & Fiorentina, F. (2021). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Perusahaan, Dan Management Entrenchment Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 121. <https://doi.org/10.26418/Jebik.V10i2.47461>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1.
- Wanri, H. D., & NR, E. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis, Financial Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(1), 203–217. <https://doi.org/10.24036/Jea.V3i1.342>
- Widyasari, P. A., Harindahyani, S., & Rudiawarni, F. A. (2017). Strategi Bisnis Dalam Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(3), 397–411. <https://doi.org/10.26905/Jkdp.V21i3.1179>
- Yatulhusna, N. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.