

KEKUATAN KEUANGAN DI BALIK MANAJEMEN LABA: STUDI TENTANG PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERENCANAAN PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS

Saiful Anam¹

Email: saifulanam@ubs-ppni.ac.id

Abstract

This study aims to examine of Sales Growth, Tax Planning, Company Size, and Profitability on Earnings Management, A Case Study of Consumer Goods Sector Companies Listed on the IDX The research encompasses all businesses within the consumer goods sector listed on the Indonesian Stock Exchange during that period. A purposive sampling method was employed, with a sample size of 45 companies. For firms in the food and beverage sector listed. The findings from firms in the food and beverage sector (2018–2021) show that sales growth and profitability have a partial yet significant impact on earnings management, suggesting that companies with higher sales growth or profitability may engage in such practices to maintain investor confidence or meet expectations. In contrast, tax planning and company size do not exhibit a partial effect, challenging the assumption that larger firms or those engaged in tax planning are more likely to manipulate earnings. This may reflect stricter regulations or increased transparency in this sector.

Keywords: *Sales Growth, Tax Planning, Company Size, Profitability and Profit Management*

1. PENDAHULUAN

Laporan keuangan berfungsi sebagai alat yang berharga untuk memperoleh gambaran komprehensif tentang status keuangan perusahaan dan menyediakan informasi akuntansi penting. Mereka membantu dalam membuat keputusan yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan posisi keuangan perusahaan saat ini. Laporan keuangan memainkan peran penting dalam membentuk situasi ekonomi dan pandangan keuangan organisasi. Pemangku kepentingan internal mempunyai kewenangan untuk mengungkapkan data dalam laporan tersebut (Melinda 2019). Laporan laba rugi merupakan elemen penting dalam laporan keuangan karena memberikan informasi kepada pemegang saham dan kreditor mengenai kinerja keuangan suatu perusahaan, khususnya yang berfokus pada laba. Pihak internal perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk menyampaikan laporan keuangan kepada para pengguna laporan keuangan. Laporan keuangan yang efektif menyajikan

¹ *Corresponding author: Universitas Bina Sehat PPNI, Jalan Raya Jabon, Gayaman, Mojoanyar, Mojokerto, Jawa Timur, 61363*

informasi yang akurat dan relevan, tanpa distorsi atau hiasan apa pun, dan memiliki kapasitas untuk memberikan informasi kepada pasar. Metrik keuangan utama untuk mengevaluasi efektivitas manajerial adalah profitabilitas. Laba menjadi tolak ukur bagi pemangku kepentingan eksternal, seperti investor dan pihak lain, untuk mengukur laba atas investasinya pada perusahaan. Bias yang dipertunjukkan oleh pihak eksternal dalam fokusnya pada informasi laba mendorong penerapan praktik manajemen laba oleh manajemen. Manajer terlibat dalam manajemen laba untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan status keuangan, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan kebahagiaan pemegang saham. Keandalan laporan keuangan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh manajemen. Tidak jarang manajemen memanajemen angka-angka dalam laporan tersebut untuk menciptakan ilusi kinerja dan pencapaian yang kuat, bahkan ketika perusahaan sebenarnya sedang dalam kondisi buruk. Pemanfaatan teknik manajemen laba akan mempengaruhi kaliber laba yang akan tercermin dalam laporan keuangan perusahaan. Manajemen laba mengacu pada tindakan yang disengaja yang diambil oleh manajer untuk memanajemen pelaporan keuangan dan pemrosesan transaksi untuk memfasilitasi pemahaman pemangku kepentingan tentang kinerja ekonomi perusahaan dan untuk mempengaruhi kontrak kerja dengan berfokus pada data numerik yang disajikan dalam laporan keuangan akuntansi (Healy dan Wahlen dalam Melinda 2019).

Tujuan utama para pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, pemerintah, bank, dan investor, adalah untuk mencapai kinerja manajerial yang patut dicontoh dalam suatu perusahaan. Penilaian terkait kinerja setiap manajer di setiap departemen, termasuk departemen keuangan, sangat erat kaitannya dengan kemampuan mereka dalam menghasilkan laporan keuangan perusahaan secara konsisten pada setiap periode pelaporan. Perusahaan memanfaatkan laporan keuangan untuk mengkomunikasikan informasi kinerja mereka secara efektif, sehingga membantu pengguna dalam membuat keputusan ekonomi yang tepat (IAI 2009). Laporan keuangan harus secara akurat menggambarkan kinerja ekonomi dan keuangan riil perusahaan. Namun demikian, mengingat kondisi saat ini, pengguna laporan keuangan sering kali hanya berfokus pada data laba, tanpa memperhatikan cara perolehan laba. Bagian ini memberikan insentif kepada eksekutif perusahaan untuk terlibat dalam manajemen pendapatan. Manajemen laba mengacu pada intervensi yang disengaja oleh manajemen dalam penyusunan laporan keuangan untuk pihak eksternal dengan tujuan memanajemen dan mengendalikan laba, dengan tujuan untuk mengurangi, menyamakan, atau bahkan meningkatkannya (Schipper 1989 dalam Febriyanti 2020).

Menurut Healy dan Wahlen tahun 1999 yang dikutip dalam Destiana et al. (2020), manajer melakukan manajemen laba dengan melakukan penilaian tertentu dalam pelaporan keuangan dan memanajemen transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan tujuan menipu pemangku kepentingan tentang kinerja ekonomi suatu perusahaan. Perilaku manajemen laba timbul karena adanya konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham (sebagai prinsipal) dan manajer (sebagai agen). Konflik ini, yang dikenal sebagai konflik keagenan, terjadi ketika kedua belah pihak berusaha mencapai tingkat kesuksesan finansial yang mereka inginkan (Hanlon dan Heitzman 2010). Pada tahun 2004, PT Indofarma Tbk melakukan teknik manajemen laba untuk meningkatkan laba perusahaan secara artifisial sebesar Rp 28,78 miliar, sehingga menyebabkan harga pokok penjualan yang berlebihan pada tahun tersebut (Putra et al. 2019). Pada tahun 2007, PT Agis Tbk tidak melaporkan labanya secara

akurat, sebagaimana terungkap dalam audit yang dilakukan oleh Bapepam (Badan Pengawas Pasar Modal). Total pendapatan yang dilaporkan sebesar Rp800 miliar, padahal seharusnya Rp466,8 miliar. Informasi yang menyesatkan ini dimaksudkan untuk menciptakan persepsi positif di kalangan pemangku kepentingan eksternal bahwasanya laporan keuangan PT Agis Tbk sehat dan kuat (Putra et al. 2019). Pada tahun 2001, PT Kimia Farma Tbk menemukan adanya ketidaksesuaian penilaian persediaan barang jadi dan ketidakakuratan dalam pendokumentasian penjualan. Penyimpangan tersebut mengakibatkan laba bersih meningkat sebesar Rp32,7 miliar (Putra et al. 2019).

Menurut Putra et al. (2019), pada tahun 2011, PT Elnusa Tbk tidak memanfaatkan cadangan keuangannya sebesar Rp 111 miliar. Tindakan menipu tersebut membuat perusahaan terkesan mampu menghasilkan keuntungan yang cukup besar, padahal kenyataannya perusahaan berada dalam kondisi genting. "manajemen laba" sebenarnya hanyalah upaya manajemen untuk mengelabui investor dan pihak berkepentingan lainnya agar berpikir bahwasanya kinerja keuangan perusahaan lebih baik daripada yang sebenarnya. Scott (2009) dalam Wardhana et al. (2022) mendefinisikan manajemen laba sebagai proses dimana manajer membuat keputusan strategis tentang metode akuntansi mana yang paling efektif mencapai tujuan mereka, seperti meningkatkan laba atau mengurangi kerugian yang dilaporkan. Ada sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi taktik manajemen laba, termasuk pertumbuhan pendapatan, persiapan pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Peningkatan penjualan tahunan disebut pertumbuhan penjualan. Dalam manajemen laba, manajer dengan sengaja melaporkan laba yang lebih rendah dari laba sebenarnya bagi perusahaan. Ketika penjualan perusahaan meningkat, pemberi pinjaman lebih cenderung memberikan pinjaman atau memberikan kredit. Bisnis yang melihat ekspansi pesat dalam basis pelanggannya mungkin merasa tertekan untuk menggunakan strategi manajemen laba untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan tingkat penjualan dan profitabilitas mereka saat ini. Jika sebuah perusahaan mengalami masalah dalam menjaga pola laba dan penjualannya, atau jika penjualannya berkembang pesat, manajemen laba mungkin bisa menjadi solusinya. Pertumbuhan penjualan berkepengaruh signifikan terkait manajemen laba, seperti yang diungkapkan oleh Destiana et al. (2020). Meskipun demikian menurut Nayiroh pada tahun 2013 dalam Febriyanti (2020), manajemen laba tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Bagian penting lainnya dari administrasi perpajakan adalah perencanaan pajak, menurut Lubis dan Suryani (2018). Dengan menggunakan strategi hukum seperti persiapan pajak, kita mempunyai peluang bagus untuk berhasil mengurangi pajak penghasilan. Daripada berusaha menghindari pembayaran pajak, perencanaan pajak adalah mengelola kewajiban pajak sehingga tidak melampaui komitmen keuangan bisnis.

Pemahaman yang kuat terkait undang-undang dan peraturan perpajakan yang penting sangat penting dalam perencanaan pajak guna mencegah penghindaran pajak dan perilaku melanggar hukum lainnya yang melanggar peraturan perpajakan yang berlaku. Sehingga kedepannya tidak ada lagi kesulitan finansial bagi bisnisnya. Perencanaan pajak, aset pajak tangguhan, biaya pajak tangguhan, dan kepemilikan manajerial menurut Achyani dan Lestari (2019) tidak berkepengaruh terkait manajemen laba. Persiapan pajak bukanlah prioritas utama bagi manajemen usaha kecil, meskipun investor memperkirakan bagian ini akan mengurangi pengeluaran dan meningkatkan keuntungan. Arus kas bebas mempengaruhi taktik manajemen laba,

menurut hasil penelitian ini. Meskipun demikian, manajemen memiliki opsi untuk membatasi pendapatan melalui arus kas bebas. Tujuan tim manajemen adalah mempertunjukkan kinerja luar biasa dengan menghasilkan arus kas bebas yang besar. Selain itu, manajer dapat menggunakan arus kas bebas untuk keuntungan mereka (Achyani dan Lestari 2019). Dalam bisnis yang menangani pendapatan, ukuran perusahaan itu penting. Seringkali orang berpikir bahwasanya usaha kecil mengadopsi strategi manajemen laba. Untuk menarik investor, usaha kecil sering kali mengincar kinerja yang baik secara konsisten. Karena meningkatnya pengawasan publik, perusahaan besar lebih berhati-hati dalam melaporkan keuangannya dibandingkan perusahaan kecil. Menurut gagasan ini, perusahaan dari semua ukuran bebas melakukan manajemen laba jika mereka menginginkannya. Manajemen yang hanya mementingkan keuntungan sendiri dapat merusak situasi keuangan perusahaan untuk menarik investor (Dewi dan Rahmi 2022). Logaritma natural dari aset suatu organisasi adalah proksi yang baik untuk ukurannya. Alasannya adalah total aset memberikan ukuran perusahaan yang lebih andal dan seragam (Dewi dan Rahmi 2022). Ketika perusahaan memiliki banyak uang ekstra, mereka cenderung memasukkannya ke dalam usaha yang tidak menghasilkan banyak uang (Jensen dan Meckling 1976).

Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan suatu bisnis adalah dengan melihat profitabilitasnya. Salah satu cara untuk mengukur efisiensi suatu bisnis secara keseluruhan adalah dengan melihat rasio profitabilitasnya, yang membandingkan pendapatan perusahaan dengan penjualan dan biayanya. Banyak orang memandang keuntungan suatu perusahaan sebagai ukuran keberhasilannya. Jika semuanya berjalan dengan baik, bisnis tersebut akan menghasilkan keuntungan yang lumayan. Namun, jika ada yang salah, pendapatannya akan sedikit. Baik Luhglatno dan Novius (2019) menyatakan bahwasanya profitabilitas bisnis sangat mempengaruhi penerapan taktik perataan laba. Menurut Destiana et al. (2020), manajemen laba tidak berkepengaruh terhadap profitabilitas. Keuntungan profitabilitas dapat memotivasi manajemen untuk berpartisipasi dalam manajemen laba. Return on Assets (ROA) dan manajemen laba berjalan beriringan menurut penelitian Fitriani (2018). Menurut Febriyanti (2020), peningkatan penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terkait manajemen laba. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Pengaruh Diantara Pertumbuhan Penjualan Terkait Manajemen Laba

Pertumbuhan penjualan menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Manajer sengaja mempertunjukkan pendapatan perusahaan yang lebih rendah dari keuntungan sebenarnya yang direalisasikan untuk mempengaruhi hasil. Peningkatan pertumbuhan penjualan akan membuat kreditor mengetahui apakah tepat memberikan kredit atau meminjamkan uang kepada perusahaan. Selain itu, perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan yang signifikan juga dapat terpicu pada manajemen laba sebagai cara untuk mempertahankan peningkatan penjualan dan keuntungan. Menurut penelitian Febriyanti (2020), manajemen laba dan pertumbuhan penjualan mempunyai korelasi yang signifikan. Senada dengan Destiana et al. (2020) yang menekankan bahwasanya pertumbuhan penjualan mempunyai dampak positif yang besar terkait pengelolaan profitabilitas. Bisnis yang mengalami peningkatan penjualan yang signifikan sering kali mengelola keuntungannya. Kapasitas bisnis untuk menghasilkan keuntungan terhambat ketika mereka kesulitan mempertahankan

tren penjualan dan keuntungan. Hipotesis pertama dinyatakan sebagai berikut berdasarkan uraian sebelumnya:

H1: Diduga terdapat pengaruh diantara pertumbuhan penjualan terkait manajemen laba.

2.2 Pengaruh Diantara Perencanaan Pajak Dan Manajemen Laba

Mengutip dari Suandy (2014) menekankan dalam bukunya “Tax Planning” bahwasanya perencanaan pajak merupakan tahap pertama dalam pengelolaan pajak. Untuk menentukan strategi penghematan pajak yang tepat yang harus digunakan, undang-undang perpajakan diperoleh dan diperiksa pada langkah ini. Mengurangi kewajiban pajak adalah tujuan utama perencanaan pajak. Penelitian Achyani dan Susi mempertunjukkan bahwasanya perencanaan pajak, kewajiban pajak tangguhan, aset pajak tangguhan, dan kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh yang kecil terkait manajemen laba. Meskipun manajemen tidak menyoroti tujuan ini, investor melihat perencanaan pajak untuk menurunkan pengeluaran usaha kecil dan meningkatkan keuntungan mereka. Temuan penelitian juga mempertunjukkan bahwasanya arus kas bebas berkepengaruhannya terkait taktik manajemen laba. Akibatnya, manajemen memiliki kemampuan untuk mengatur laba dengan memanfaatkan arus kas bebas. Arus kas bebas yang tinggi merupakan hal yang diupayakan manajemen untuk mempertunjukkan kinerja perusahaan yang kuat. Selain itu, manajer dapat memanfaatkan arus kas bebas untuk kepentingan pribadi (Achyani dan Lestari 2019). Menurut Febriyanti (2020) meneliti pengaruh manajemen laba terkait persiapan pajak menggunakan penelitian empiris. Kajian empiris mengungkapkan bahwasanya perencanaan pajak mempunyai pengaruh yang cukup besar terkait manajemen laba. Hasil penelitian tersebut membenarkan teori pandangan ekuitas yang menyatakan bahwasanya karena arus kas tidak dapat diprediksi, maka pajak tangguhan tidak berkepengaruhannya terkait nilai. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mempertunjukkan bahwasanya perencanaan pajak mempengaruhi seberapa besar akrual saat ini bersifat diskresioner. Mengacu pada uraian di atas, maka hipotesis kedua diungkapkan sebagai berikut:

H2: Diduga terdapat pengaruh diantara perencanaan pajak dan manajemen laba.

2.3 Pengaruh Diantara Ukuran Perusahaan Terkait Manajemen Laba

Ketika menyangkut bisnis yang mengelola pendapatannya, ukuran organisasi sangatlah penting. Sudah menjadi rahasia umum bahwasanya usaha kecil lebih banyak melakukan operasi manajemen laba dibandingkan perusahaan besar. Untuk menarik investor, perusahaan kecil sering kali harus melakukan banyak upaya untuk mempertunjukkan bahwasanya mereka berjalan lancar secara rutin. Perusahaan-perusahaan besar sering kali melaporkan keuangan mereka dengan lebih hati-hati dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil karena mereka lebih banyak diawasi oleh publik. Astuti et al. (2017) menekankan pentingnya hubungan diantara manajemen laba dan ukuran bisnis. Perusahaan-perusahaan besar seringkali mempunyai kendali yang lebih kecil terkait pendapatan mereka dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil. Bagian ini karena organisasi besar mempunyai lebih sedikit insentif untuk menyajikan laporan keuangan yang salah, dan pemangku kepentingan eksternal serta pemegang saham memberikan perhatian yang lebih besar. Lubis dan Suryani (2018) mengamati bahwasanya ukuran perusahaan meningkatkan kapasitasnya dalam mengelola profitabilitas. Kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi investor dan

pemegang saham merupakan pendorong kuat bagi perusahaan besar untuk melakukan manajemen laba. Usaha kecil dianggap lebih banyak melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan besar karena kecenderungan mereka untuk secara konsisten mempertunjukkan kinerja perusahaan yang positif dan fakta bahwasanya mereka terkena pengawasan publik yang lebih besar. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diajukan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Diduga terdapat pengaruh diantara ukuran perusahaan terkait manajemen laba.

2.4 Pengaruh Diantara Profitabilitas Terkait Manajemen Laba

Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan diukur dari profitabilitasnya. Rasio profitabilitas, menurut Anam et al. (2023), adalah metrik yang menggambarkan seberapa menguntungkan suatu bisnis dalam kaitannya dengan investasi dan penjualannya, sehingga memberikan analisis efisiensi total organisasi. Laba sering kali digunakan sebagai ukuran kinerja suatu bisnis. Orang mungkin berasumsi bahwasanya pendapatan suatu perusahaan tinggi padahal kinerjanya baik, dan sebaliknya. Bisnis yang memiliki tingkat pengembalian aset yang rendah lebih rentan terkait manajemen pendapatan. Variasi laba yang dilaporkan diperkirakan akan menyebabkan penurunan profitabilitas, yang mendorong manajemen untuk menerapkan strategi manajemen laba. Mengurangi perubahan laba kemungkinan akan memaksa perusahaan untuk meningkatkan pendapatannya untuk mengelabui investor agar berpikir bahwasanya perusahaan tersebut memiliki posisi keuangan yang kuat. Penelitian yang dilakukan oleh Luhglatno dan Novius (2019) dan Fitriani (2018) mempertunjukkan bahwasanya profitabilitas suatu perusahaan mempunyai pengaruh yang besar terkait aktivitas perataan labanya. Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4: Diduga terdapat pengaruh diantara profitabilitas terkait manajemen laba.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan sampel

Istilah "populasi" dan "sampel" mengacu pada kategori berbeda dalam statistik (Sugiono 2019). Seluruh perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 hingga 2021 menjadi populasi penelitian. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah 95 bisnis berbeda. Purposive sampling adalah metode yang digunakan dalam operasi pengambilan sampel. Untuk penelitian ini, 45 perusahaan berbeda disurvei.

3.2 Teknik Analisis Data

Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode Analisis Linier Berganda. Untuk mengetahui pengaruh parsial dan kumulatif variabel independen terkait variabel dependen, peneliti menggunakan analisis regresi berganda (Anam et al. 2023). Salah satu metode pengumpulan informasi adalah tinjauan literatur, yang terdiri dari penelusuran buku, jurnal, dan situs web yang berkaitan dengan topik. Data kuantitatif berupa statistik numerik yang mewakili variabel penelitian menjadi tulang punggung penelitian ini (Ghozali 2018). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari catatan keuangan yang dapat diunduh di situs web suatu perusahaan manufaktur yang diperdagangkan secara publik. Kunjungi <http://www.idx.co.id/> untuk mengakses sumber data.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Manajemen Laba

Manajemen laba mengacu pada tindakan yang disengaja yang dilakukan oleh seorang manajer untuk memajemen dan mengendalikan laporan keuangan perusahaan guna mencapai tingkat laba yang dilaporkan. Dalam ruang lingkup penelitian ini, penilaian manajemen laba dilakukan dengan memeriksa akrual diskresioner dan menggunakan Model Jones yang dimodifikasi. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Rahmi (2022), metode yang digunakan untuk menghitung Total Akrual adalah sebagai berikut:

- Tentukan Total Akrual (TAC) dengan mengurangkan laba bersih tahun t dari total arus kas operasional tahun t .

$$TAC_{itu} = Nit - CFOit$$

- Untuk menghitung koefisien regresi, langkah kedua adalah memperkirakan Total Akrual (TAC) dengan menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS). Sebuah rumus dapat ditulis sebagai berikut:

$$TAC_{it}/Ait-1 = \beta_1(1/Ait-1) + \beta_2(\Delta Revt/Ait-1) + \beta_3(PPEt/Ait-1) + e$$

- Setelah diperoleh koefisien regresi, langkah selanjutnya adalah menghitung non-discretionary accrual (NDA) dengan menggunakan rumus seperti di bawah ini:

$$NDA_{it} = \beta_1(1/Ait-1) + \beta_2(\Delta Revt/Ait-1 - \Delta Rect/Ait-1) + \beta_3(PPEt/Ait-1)$$

- Untuk menentukan tingkat manajemen laba, langkah terakhir adalah menghitung akrual diskresioner yang disebut juga DA.

$$DA_{itu} = TAC_{itu} / Ait - NDA_{itu}$$

3.3.2 Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

Salah satu definisi pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah total penjualan yang dialami perusahaan dari satu tahun ke tahun berikutnya. Ada kecenderungan bagi suatu perusahaan untuk terdorong untuk meningkatkan asetnya ketika sedang dalam proses mengalami periode pertumbuhan penjualan yang meningkat. Dengan menggunakan rumus di bawah ini (Destiana et al. 2020), kita dapat menentukan tingkat kenaikan penjualan:

$$sales\ growth = \frac{(penjualan\ th\ sekarang - penjualan\ th\ sebelumnya)}{penjualan\ th\ sebelumnya}$$

3.3.3 Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

Satu hal yang sah yang dapat dilakukan wajib pajak adalah melakukan perencanaan pajak. Satu-satunya cara untuk menghemat pajak adalah dengan memanfaatkan hal-hal yang tidak diatur, sehingga bagian ini sah-sah saja. Menurut rumus TRR (Lubis dan Suryani 2018), bisnis yang membayar pajak paling banyak diidentifikasi dengan melihat tingkat retensi pajaknya:

$$TRR = \frac{Net\ Income}{laba\ sebelum\ pajak\ perusahaan\ i\ tahun\ t}$$

3.3.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh asetnya, yang diukur terkait nilai total seluruh produk dan jasa yang dihasilkan. Berikut rumus besaran bisnis menurut Dewi dan Rahmi (2022):

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Log } n (\text{Total Aset})$$

3.3.5 Profitabilitas (ROA)

Penelitian ini mengukur profitabilitas dengan menggunakan Return On Assets Analysis (ROA) yang merupakan metrik yang menilai kapasitas suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa lalu. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan profitabilitas ekonomi. Perhitungan Return on Assets (ROA) seperti yang dikemukakan oleh Destiana et al. (2020):

$$\text{Return On Assets} = \text{Laba Bersih} / \text{Total Asset} \times 100\%$$

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 Tes Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Berarti	Std. Deviasi
Pertumbuhan penjualan	225	-1.00	1.92	,0578	,33062
Tax planning	225	-50.37	3.10	,5175	4.24509
Ukuran perusahaan	225	13.62	30.88	24,1029	5.34422
Profitabilitas	225	-1.37	.89	,0755	,24259
Manajemen laba	225	-2.14	.10	-,0345	,22602
Valid N (daftar)	225				

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023)

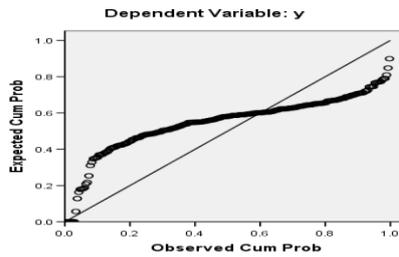
Pertumbuhan penjualan selama periode penelitian berkisar diantara -1,00 hingga 1,92 dengan nilai rata-rata sebesar 0,0578 seperti terlihat pada Tabel 4.1. Omong-omong, deviasi standarnya adalah 0,33062. Selama penelitian, nilai rencana pajak berfluktuasi diantara -50,37 dan 3,10. Sebanyak 24.102,29 adalah nilai rata-rata rencana pajak. Pada saat yang sama, 4,24509 adalah standar deviasi. Selama penelitian, ukuran perusahaan bervariasi diantara 13,62 dan 30,88 dengan rata-rata 24,1029. Data ini juga memiliki standar deviasi sebesar 5,3442. Selama periode penelitian, nilai ROA bervariasi diantara -1,37 hingga 0,89 dengan rata-rata sebesar 0,755. Nilai sebesar 0,24259 merupakan standar deviasi. Variabel Manajemen Laba mempunyai nilai rata-rata sebesar -0,345 selama periode penelitian, dengan nilai berkisar diantara -2,14 hingga 0,10. Simpangan baku pada saat yang sama adalah 0,22602.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji normalitas

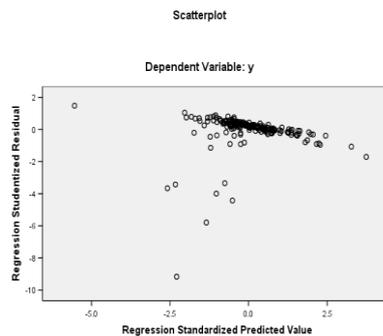
Temuan pengolahan data SPSS mempertunjukkan bahwasanya PP Plot menggambarkan pola sebaran normal. Anda juga dapat melihat bahwasanya titik-titik yang dibuat tersebar di sepanjang garis diagonal pada gambar 4.1.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas
(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023)

4.2.2 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas
(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023)

Kita dapat menyimpulkan bahwasanya model regresi tidak mempertunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas karena, seperti terlihat pada gambar 4.2 , plot sisa tidak simetris terkait nol atau tidak mempertunjukkan pola berbentuk U atau berbentuk U terbalik.

4.2.3 Uji Autokorelasi

Tabel 4.2 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R squares	R squares yang Disesuaikan	Std. Kesalahan Estimasi	Durbin-Watson
1	.283(a)	,080	,063	,21874	1.838

a Prediktor : (Konstan), x4, x1, x3, x2

b Variabel Dependen: y

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023)

Nilai du pada tabel dw ditentukan oleh jumlah variabel bebas yaitu sama dengan jumlah sampel. Dalam bagian ini $n = (nk)$, dimana $n = 225-4 = 221$, dan nilai du yang dihasilkan adalah 1,806. Berdasarkan temuan regresi, nilai statistik Durbin-Watson (DW) sebesar 1,838 berada dalam rentang 1,806 hingga 2,164. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasanya model regresi linier berganda tidak mempertunjukkan tanda-tanda autokorelasi.

4.2.4 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Korelasi			Statistik Kolinearitas	
		Urutan nol	Sebagian	Bagian	Toleransi	VIF
1	(Konstan)					
	Pertumbuhan penjualan	,205	,202	,198	,954	1.048
	Tax planning	-,024	-,116	-,112	,691	1.448
	Ukuran perusahaan	-,106	-,073	-,071	,814	1.228
	Profitabilitas	,154	,139	,135	,586	1.705

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023)

Mengingat VIF seluruh variabel independen yang meliputi Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas memiliki nilai kurang dari 10, maka model regresi yang diberikan dalam penelitian ini tidak mempertunjukkan tanda-tanda multikolinearitas. Kesimpulan ini dapat diambil dari tabel yang telah diberikan sebelumnya.

4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		SE		Koefisien Standar	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Konstan)	,028	,076		,373	,709
	Pertumbuhan penjualan	,139	,045	,203	3.066	,002
	Tax planning	-,007	,004	-,134	-1.728	,085
	Ukuran perusahaan	-,003	,003	-,078	-1.090	,277
	Profitabilitas	,164	,079	,176	2.083	,038

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023)

Secara matematis hasil analisis regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 0,028 + 0,139X_1 - 0,007 X_2 - 0,003X_3 + 0,164X_4$$

Persamaan regresi mempertunjukkan hal berikut:

- a. Konstanta (koefisien β_0).

Nilai konstanta sebesar 0,028 mempertunjukkan bahwasanya ketika variabel Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas bernilai nol atau tidak mempunyai pengaruh independen terkait Manajemen Laba, maka besarnya Manajemen Laba adalah sebesar 0,028.

- b. Koefisien pertumbuhan penjualan (X_1).

Koefisien regresi Pertumbuhan Penjualan sebesar 0,139. Koefisien regresi positif mempertunjukkan adanya hubungan satu arah diantara faktor Pertumbuhan Penjualan dan Manajemen Laba. Bagian ini mempertunjukkan bahwasanya terdapat hubungan langsung diantara peningkatan pertumbuhan penjualan dan sejauh mana penerapan Manajemen Laba.

- c. Koefisien Perencanaan Pajak (X 2)
Nilai koefisien regresi Perencanaan Pajak sebesar -0,007. Koefisien regresi yang negatif mempertunjukkan bahwasanya variabel Perencanaan Pajak dan Manajemen Laba berkorelasi terbalik. Bagian ini mempertunjukkan bahwasanya jumlah persiapan pajak berkorelasi negatif dengan tingkat manajemen laba. Manajemen Laba cenderung menurun ketika perencanaan pajak berkembang.
- d. Koefisien Ukuran Perusahaan (X3)
Koefisien regresi sebesar -0,003 mempertunjukkan adanya hubungan negatif diantara ukuran perusahaan (X3) dengan manajemen laba. Adanya hubungan terbalik ini mempertunjukkan bahwasanya terdapat hubungan negatif diantara ukuran perusahaan dengan Manajemen Laba. Manajemen Laba menderita ketika ukuran perusahaan berkembang.
- e. Koefisien profitabilitas (X 4)
Profitabilitas dan manajemen laba mempunyai hubungan positif, dengan koefisien regresi sebesar 0,164. Korelasi positif ini mengandung arti bahwasanya profitabilitas dan manajemen laba mempunyai hubungan satu arah. Meningkatkan profitabilitas mengarah pada peningkatan manajemen laba.

4.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Berikut penjelasan pengaruh masing-masing variabel independen terkait variabel dependen berdasarkan tabel di atas:

1. Manajemen laba dipengaruhi oleh variabel pertumbuhan penjualan. Pada tingkat signifikansi 0,05, nilai t prediksi variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar 3,066 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,652. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwasanya variabel Pertumbuhan Penjualan tidak mempunyai pengaruh terkait pengelolaan profitabilitas. Bagian ini menggambarkan bagaimana rencana manajemen laba perusahaan akan dilaksanakan berdasarkan besarnya pertumbuhan penjualan. Akibatnya, hipotesis 1, yang menyatakan hubungan parsial diantara manajemen laba dan pertumbuhan penjualan, dapat diterima.
2. Faktor-faktor yang berkaitan dengan perencanaan pajak mungkin berdampak pada manajemen laba. Nilai variabel perencanaan pajak sebesar -1,728 lebih kecil dari nilai t kritis sebesar 1,652 dan 0,085 di atas tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasanya variabel perencanaan pajak mempunyai pengaruh yang kecil terkait manajemen laba. Bagian ini membuktikan bahwasanya pentingnya perencanaan pajak mempunyai pengaruh yang kecil terkait penerapan manajemen laba perusahaan. Akibatnya, hipotesis 2 yang menyatakan adanya hubungan parsial diantara manajemen laba dan perencanaan pajak terbantahkan.
3. Variasi ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi bagaimana praktik manajemen laba. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan secara statistik pada tingkat 0,05 karena nilainya -1,090 lebih kecil dari nilai t kritis sebesar 1,652 atau 0,277. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya tidak ada hubungan yang jelas diantara ukuran bisnis dan manajemen laba. Bagian ini mempertunjukkan bahwasanya penerapan manajemen laba perusahaan tidak bergantung pada ukuran perusahaan. Menurut Hipotesis 3, sampai tingkat tertentu, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi cara penanganan laba. Bagian ini

mempertunjukkan bahwasanya tidak ada cara untuk menerima atau menolak gagasan tersebut.

4. Praktek manajemen laba dipengaruhi oleh variabel profitabilitas. Pada taraf signifikansi 5%, nilai t estimasi variabel profitabilitas sebesar 2,083 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,652 atau 0,038. Namun dapat dikatakan bahwasanya variabel profitabilitas tidak banyak berkepengaruh terhadap manajemen laba. Bagian ini menggambarkan bagaimana keberhasilan suatu bisnis mempengaruhi bagaimana manajemen laba digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya hipotesis 4 yang menyatakan manajemen laba mempengaruhi profitabilitas sampai batas tertentu adalah benar.

4.5 Pembahasan

Pertumbuhan penjualan ialah salah satu aspek yang mempengaruhi praktik manajemen laba. Nilai estimasi t untuk variabel Pertumbuhan Penjualan ialah 3,066, melampaui nilai t kunci sebesar 1,673, atau 0,002, yang kurang dari ambang batas 0,05. Konsekuensinya, variabel Pertumbuhan Penjualan tampaknya memiliki pengaruh yang kecil terhadap manajemen laba. Pertumbuhan pendapatan diproyeksikan berdampak pada cara perusahaan membayar biaya operasional dan administrasi. Manajer didesak untuk mengubah hasil untuk mempertunjukkan kepada investor bahwasanya perusahaan berjalan efektif dan bernilai investasi mereka. Oleh dikarenakan itu, manajer lebih mungkin mempengaruhi profitabilitas. Dalam upaya mencapai profitabilitas, organisasi yang berkembang pesat cenderung beralih ke manajemen laba, terutama jika mereka mengalami kesulitan mempertahankan tren penjualan dan laba. Menurut Febriyanti (2020), peningkatan penjualan berkepengaruh positif terhadap pengendalian laba. Meskipun demikian, manajemen laba perusahaan dan pertumbuhan penjualan memiliki hubungan negatif yang signifikan, bagian ini sesuai dengan hasil dari penelitian Destiana et al. (2020).

Manajemen laba dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan pajak. Variabel perencanaan pajak memiliki nilai sebesar -1,728 lebih kecil dari nilai t penting sebesar 1,673 dan 0,085 di atas tingkat signifikansi 0,05. Oleh dikarenakan itu, perencanaan pajak yang fleksibel dapat dikatakan tidak berkepengaruh secara parsial terhadap pengelolaan pendapatan. Sebuah studi oleh Rioni dan Junawan (2021) mengatakan bahwasanya biaya pajak tertunda merupakan salah satu bagian dari perencanaan pajak yang dapat diubah agar lebih memungkinkan terjadinya manajemen laba agar laba tidak turun. Teori zero profit change point yang menyatakan bahwasanya perencanaan pajak dapat digunakan untuk memprediksi manajemen pendapatan didukung oleh hasil tersebut. Namun analisis hipotesis mempertunjukkan bahwasanya perencanaan pajak bukanlah cara yang baik untuk menemukan kasus manajemen laba pada perusahaan barang konsumsi yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 hingga 2021. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rioni dan Junawan (2021). Berdasarkan hasil kajian data, perencanaan pajak tampaknya merugikan pengelolaan laba pada perusahaan non-manufaktur yang diperdagangkan di BEI. Penulis mengatakan bahwasanya penolakan H_a dalam penelitian ini terkait dengan perbedaan cara penelitian lain dalam memandang manajemen laba perusahaan non-manufaktur.

Manajemen laba dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Nilai t hitung sebesar -1,090 untuk variabel ukuran perusahaan berada di bawah nilai t kritis sebesar 1,673

atau 0,277. Bagian ini berarti bahwasanya hasil pengamatan tidak memiliki signifikansi statistik pada tingkat 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang kecil terkait manajemen laba. Temuan penelitian mempertunjukkan bahwasanya terdapat hubungan terbalik diantara luasnya manajemen laba dengan total aset suatu perusahaan. Penjualan dan jumlah uang tunai yang dikeluarkan suatu perusahaan memiliki korelasi yang sangat tinggi. Bagian ini mengakibatkan peningkatan peredaran uang dan nilai pasar yang lebih besar. Keadaan ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat terkait perusahaan sehingga memudahkan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi investasi secara lebih efektif, khususnya pada perusahaan besar. Penting untuk diketahui bahwasanya perusahaan-perusahaan yang jauh lebih besar mempertimbangkan faktor-faktor di luar nilai agregat aset suatu organisasi ketika menentukan besarnya aset tersebut. Cara suatu bisnis menangani pendapatannya tidak dipengaruhi oleh skalanya. Bagian ini mempertunjukkan bahwasanya besarnya suatu perusahaan tidak selalu mengurangi kemungkinan manajemen laba. Bagian ini dikarenakan perusahaan besar memiliki jumlah aset yang lebih besar, sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya kesalahan pengelolaan aset tersebut. Akibatnya, kecenderungan terjadinya kesalahan meningkat ketika menyatakan aset agregat suatu organisasi. Hasil ini sesuai dengan temuan Astuti et al. (2017) yang menemukan bahwasanya ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan terkait cara pengendalian laba atau manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) diantara tahun 2013 dan 2015.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi manajemen laba ialah variabel profitabilitas. Nilai thitung variabel profitabilitas sebesar 2,083 lebih besar dari nilai thitung krusial sebesar 1,673 pada tingkat signifikansi 0,05. Akibatnya, kita dapat menarik kesimpulan bahwasanya statistik profitabilitas mempengaruhi manajemen laba sampai batas tertentu. Sejalan dengan kesimpulan Luhglatno dan Novius (2019) dan Fitriani (2018), penelitian ini mempertunjukkan bahwasanya profitabilitas suatu organisasi memiliki pengaruh yang besar terkait memutuskan atau tidaknya penggunaan teknik manajemen laba. Temuan penelitian ini memberikan dukungan terkait teori rencana insentif, yang menyatakan bahwasanya manajer memiliki kewajiban untuk mengambil tanggung jawab atas tindakan mereka baik sebagai aktor maupun manajer. Akibatnya, para eksekutif termotivasi untuk berpartisipasi dalam manajemen laba dengan tujuan akhir menghasilkan hasil yang menguntungkan bagi pemegang saham, terutama dengan mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi.

5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwasanya Pertumbuhan Penjualan mempunyai pengaruh secara parsial terkait Manajemen Laba pada perusahaan yang bergerak di sektor produk konsumen yang sahamnya diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia diantara tahun 2017 dan 2021. Tidak terdapat bukti bahwasanya perencanaan pajak mempunyai pengaruh apapun terkait manajemen laba pada perusahaan yang bergerak di industri produk konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diantara tahun 2017 hingga 2021. Untuk perusahaan di bidang konsumen industri barang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diantara tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang besar terkait pengelolaan laba. Selanjutnya Manajemen Laba dipengaruhi oleh profitabilitas

pada perusahaan makanan dan minuman yang diperdagangkan di pasar saham Indonesia diantara tahun 2018 dan 2021 hasilnya cukup kecil. Oleh karena itu, beberapa saran yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut: Pelaku usaha sebaiknya berupaya lebih terbuka dalam keterbukaan informasi guna meningkatkan tingkat transparansi dalam proses penyampaian kinerja perusahaan kepada investor dan investor. mengurangi kemungkinan tindakan yang dapat merusak kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya. Tujuan penerapan strategi ini adalah untuk meningkatkan tingkat kepercayaan dan kepastian masyarakat terkait perusahaan, termasuk investor dan pemangku kepentingan lainnya. Mengingat pilihan tersebut akan berdampak pada kinerja perusahaan, maka diharapkan manajemen perusahaan ikut mengkaji sebelum mengambil keputusan mengenai rencana manajemen laba.

Peningkatan cakupan penelitian dengan memasukkan perusahaan-perusahaan industri produk konsumen yang terdaftar di BEI merupakan hal yang dianjurkan dalam rangka meningkatkan penelitian. Selain itu, penggabungan variabel independen seperti leverage, kualitas audit, dan tata kelola perusahaan yang baik dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terkait manajemen laba. Selain itu, rumus lain seperti profitabilitas yang diukur dengan ROE dan manajemen laba yang dievaluasi dengan indeks Excel dapat digunakan untuk tujuan melakukan penelitian tambahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani, F., dan S. Lestari. 2019. Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 4 (1): 77–88.
- Anam, S., S. Sutejo, dan M. N. H. Ryandono. 2023. Dynamic Capabilities and Hospital Performance: Study of Perception of NU Hospital Directors in East Java. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi* 14 (2): 176–190.
- Astuti, A. Y., E. Nuraina, dan A. L. Wijaya. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Manajemen Laba. *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi* 5 (1): 501–514.
- Destiana, S., Luhgiatno, dan Widaryanti. 2020. Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba. *Prosiding Seminar Nasional Unimus* 3: 1148–1156.
- Dewi, M. K., dan F. A. Rahmi. 2022. Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan Swasta yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. *Jurnal Pundi* 6 (1): 89–102.
- Febriyanti, G. A. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Dengan Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Bisnis Terapan* 4 (2): 107–122.
- Fitriani, A. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Financial Leverage terhadap Praktik Perataan Laba (Income Smoothing) pada perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 9 (1): 50–59.

- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPEE.
- Hanlon, M., dan S. Heitzman. 2010. A Review of Tax Research. *Journal of Accounting and Economics* 50 (2–3): 127–178.
- IAI. 2009. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Ed. S. Empat. Jakarta.
- Jensen, M. C., dan W. H. Meckling. 1976. *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure*.
- Lubis, I., dan Suryani. 2018. Pengaruh Tax Planning, Beban Pajak Tangguhan dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 7 (1): 41–58.
- Luhglatno, L., dan A. Novius. 2019. Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 - 2017. *Solusi* 17 (4): 235–252.
- Melinda, W. 2019. Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Labaperusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Paradigma Akuntansi* 1 (2): 452–459.
- Putra, R. H. D. K., K. Sunarta, dan H. Fadilah. 2019. Pengaruh Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Online Indonesia (JOM) Bidang Akuntansi* 5 (1).
- Rioni, Y. S., dan Junawan. 2021. Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Non Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik* 11 (2): 116–126.
- Scott, W. R. 2009. *Financial Accounting Theory*. Internatio. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Suandy, E. 2014. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, R., M. Anshori, dan H. Tjaraka. 2022. Determinants Moderators of Financial Distress: An Evidence Affiliation Group and Political Connection. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi* 14 (1): 132–147.