

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN SALES GROWTH TERHADAP MANAJEMEN LABA

Sang Ayu Putu Hary Suryaningrum^{1*}
Ni Made Intan Priliandani²
Cokorda Krisna Yudha³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa^{1,2,3}

*Corresponding author: sangayuharys@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of firm size, leverage, and sales growth on earnings management in basic materials sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period of 2021-2023. The research employs panel data regression analysis using both Random Effect Model approaches. The findings reveal that firm size has a positive and significant effect on earnings management, indicating that larger companies tend to engage in better earnings management practices. In contrast, leverage and sales growth do not exhibit a significant impact on earnings management. These results provide valuable insights for companies in managing financial reports and enhancing transparency to investors, as well as offering recommendations for stakeholders to pay closer attention to the firm size factor in earnings management practices.

Keywords: Firm Size, Leverage, Sales Growth

I. PENDAHULUAN

Sektor *basic materials* di Indonesia menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga kinerja keuangan, terutama di tengah fluktuasi harga komoditas global dan pemulihan ekonomi pasca-pandemi. Ketidakstabilan harga bahan baku dan ketergantungan pada siklus ekonomi global memaksa perusahaan untuk mempertahankan laporan keuangan yang menarik bagi investor. Praktik manajemen laba menjadi penting untuk mencapai tujuan ini, meskipun dapat menimbulkan risiko bagi transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan (Afiyah et al., 2024).

Fluktuasi harga saham yang signifikan, seperti yang dialami oleh PT Timah Tbk, menunjukkan dampak dari praktik manajemen laba yang tidak bertanggung jawab. Kasus PT Timah Tbk, yang mengalami kerugian operasi dan peningkatan liabilitas yang drastis, mencerminkan masalah transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan. Meskipun praktik manajemen laba dapat memberikan keuntungan jangka pendek, hal ini berpotensi merusak kepercayaan investor dan keberlanjutan bisnis di masa depan (Savira et al., 2024).

Penelitian ini, dilakukan analisis mengenai sejauh mana ukuran perusahaan, tingkat leverage, serta pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan yang bergerak di sektor *basic materials* dan terdaftar

di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021– 2023. Adapun permasalahan utama yang dikaji mencakup bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi manajemen laba dalam konteks perusahaan yang bersangkutan. Melalui penerapan metode analisis regresi data panel, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi perusahaan dalam menyusun laporan keuangan secara lebih akurat serta meningkatkan transparansi yang dibutuhkan oleh para investor. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman terkait faktor-faktor yang berkontribusi terhadap praktik manajemen laba, sekaligus memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan oleh pemangku kepentingan, khususnya dalam menyroti peran ukuran perusahaan dalam praktik tersebut..

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan membahas hubungan antara pemilik perusahaan sebagai prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen dalam mengelola operasional bisnis. Dalam hubungan ini, sering muncul konflik kepentingan karena adanya perbedaan tujuan antara kedua pihak. Manajer dapat memiliki kecenderungan untuk memanipulasi laporan keuangan demi kepentingan pribadi, seperti mempertahankan jabatan atau memperoleh bonus tambahan. Jensen dan Meckling (1976) berpendapat bahwa semakin besar suatu perusahaan, semakin tinggi pula biaya keagenan yang harus ditanggung. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berskala besar lebih rentan melakukan praktik manajemen laba guna memenuhi ekspektasi pemegang saham serta menjaga reputasi bisnisnya.

2.2 Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif berfokus pada bagaimana manajemen memilih kebijakan akuntansi berdasarkan kondisi bisnis yang dihadapi. Kabir (2010) menyatakan bahwa pemilihan kebijakan akuntansi dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti ukuran perusahaan, tingkat leverage, dan pertumbuhan penjualan, dengan tujuan memperoleh manfaat yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan yang memiliki skala besar dan leverage tinggi cenderung lebih sering melakukan manajemen laba agar dapat memenuhi kewajiban keuangan serta mempertahankan kepercayaan investor.

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset, jumlah pendapatan, atau nilai pasar yang dimiliki. Studi yang dilakukan oleh Setiowati et al. (2023) menunjukkan bahwa perusahaan dengan skala yang lebih besar memiliki lebih banyak sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan manipulasi terhadap laporan keuangan. Selain itu, perusahaan besar juga menghadapi pengawasan lebih ketat dari investor maupun regulator, sehingga stabilitas laba yang dilaporkan menjadi faktor penting.

2.4 Leverage

Leverage menggambarkan sejauh mana perusahaan mengandalkan utang sebagai sumber pembiayaan, yang umumnya diukur melalui rasio antara total utang terhadap ekuitas. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi sering kali terdorong untuk melakukan manajemen laba guna menciptakan citra kinerja keuangan yang lebih baik di mata kreditur serta mengurangi risiko kebangkrutan (Yasa et al., 2020). Oleh

karena itu, terdapat dugaan bahwa leverage memiliki pengaruh positif terhadap praktik manajemen laba yang diterapkan oleh perusahaan.

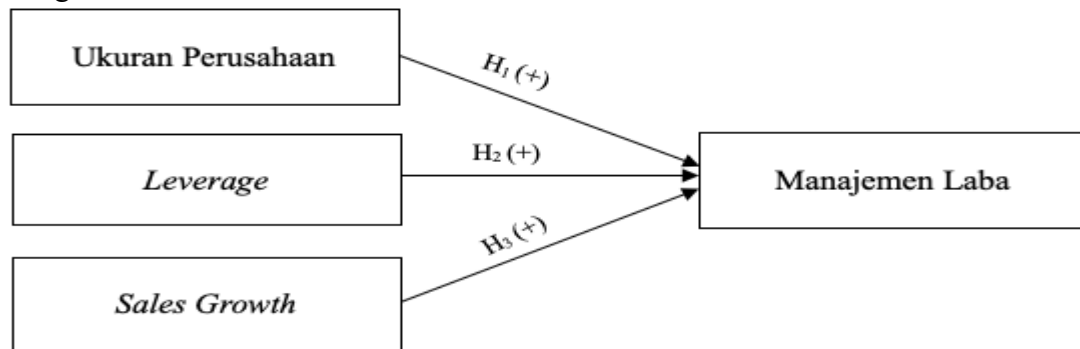
2.5 Sales Growth

Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* merupakan indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Kenaikan tingkat penjualan sering kali diasumsikan akan berbanding lurus dengan peningkatan laba, sehingga manajer dapat terdorong untuk menerapkan manajemen laba demi menjaga citra positif perusahaan di mata investor (Anindya & Yuyetta, 2020). Ketidakstabilan dalam pertumbuhan penjualan juga dapat membuat manajer lebih berhati-hati dalam menerapkan praktik ini. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa sales growth memiliki hubungan positif dengan kecenderungan perusahaan dalam melakukan manajemen laba.

2.6 Manajemen Laba

Manajemen laba, sebagaimana dijelaskan oleh Badruzaman (2010), merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam menyusun laporan keuangan dengan memilih kebijakan akuntansi tertentu. Praktik ini dapat dilakukan untuk meningkatkan atau menurunkan laba bersih perusahaan dengan tujuan mencapai kepentingan tertentu, baik yang bersifat pribadi maupun strategis.

Dalam penelitian ini, pengembangan hipotesis didasarkan pada dua teori utama, yaitu *Teori Keagenan* dan *Teori Akuntansi Positif*, yang kemudian digunakan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap praktik manajemen laba, seperti yang digambarkan pada kerangka konseptual sebagai berikut.



Gambar 1
Kerangka Konseptual Hipotesis

2.7 Pengembangan Hipotesis

Berikut ini adalah pengembangan hipotesis penelitian ini:

1) Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Menurut Teori Keagenan yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976), semakin besar suatu perusahaan, semakin tinggi pula potensi konflik keagenan yang muncul antara manajer dan pemilik. Hal ini disebabkan oleh semakin kompleksnya struktur organisasi serta semakin banyaknya kepentingan yang terlibat. Dalam kondisi seperti ini, manajer cenderung melakukan manajemen laba untuk memenuhi ekspektasi pemilik atau mempertahankan reputasi perusahaan.

Di sisi lain, Teori Akuntansi Positif juga mendukung bahwa perusahaan besar cenderung memilih kebijakan akuntansi tertentu untuk menjaga stabilitas laporan keuangan dan memberikan sinyal positif kepada pasar. Ukuran perusahaan yang besar memberikan fleksibilitas lebih besar dalam memilih metode akuntansi serta sumber daya yang memadai untuk melakukannya.

Setiowati et al. (2023) memperkuat argumen ini dengan menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya dan teknologi akuntansi, sehingga memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan manajemen laba. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung memiliki motivasi yang lebih kuat untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena mereka mendapat perhatian dan pengawasan lebih ketat dari para investor. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2) Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba

Leverage mencerminkan ketergantungan perusahaan pada utang sebagai sumber pembiayaan. Dalam konteks Teori Keagenan, tingkat leverage yang tinggi menambah tekanan pada manajemen untuk menunjukkan kinerja yang baik, karena perusahaan harus menjaga kepercayaan kreditur dan menghindari potensi pelanggaran perjanjian utang (*debt covenant*). Dalam kondisi ini, manajer cenderung melakukan manajemen laba untuk meningkatkan citra kinerja keuangan.

Menurut Teori Akuntansi Positif, perusahaan dengan tingkat leverage tinggi cenderung memilih kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan laba jangka pendek agar terlihat mampu memenuhi kewajiban keuangannya. Hal ini merupakan bentuk strategi manajerial untuk mengelola persepsi eksternal terhadap stabilitas perusahaan.

Yasa et al. (2020) juga menunjukkan bahwa leverage yang tinggi sering mendorong perusahaan untuk melakukan manajemen laba guna mengurangi tekanan dari pihak pemberi pinjaman. Herlin Tunjung (2019), menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba, karena tingginya tingkat leverage akan mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba guna meningkatkan laba perusahaan. Maka, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H2: Leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

3) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) sering kali menjadi indikator utama dalam menilai performa bisnis sebuah perusahaan. Dalam kerangka Teori Akuntansi Positif, manajer akan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang memungkinkan mereka melaporkan laba yang sesuai atau bahkan lebih tinggi dari ekspektasi pasar ketika terjadi pertumbuhan penjualan, agar dapat mempertahankan citra positif di mata investor.

Di sisi lain, Teori Keagenan menjelaskan bahwa peningkatan penjualan yang tidak diikuti oleh peningkatan laba yang sepadan dapat menimbulkan kecurigaan dari pihak investor atau pemilik perusahaan. Untuk itu, manajer mungkin terdorong untuk melakukan manajemen laba agar kinerja keuangan tetap terlihat selaras dengan pertumbuhan penjualan.

Penelitian Anindya dan Yuyetta (2020) juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi memiliki korelasi positif dengan praktik manajemen laba,

khususnya dalam konteks perusahaan publik yang sangat memperhatikan persepsi pasar. Harni et al. (2022) menyatakan bahwa sales growth berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Secara keseluruhan, pertumbuhan penjualan yang tinggi menciptakan dorongan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba demi menjaga citra positif perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Pertumbuhan penjualan (sales growth) berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

III. METODE PENELITIAN

Dengan menerapkan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana ukuran perusahaan, leverage, serta pertumbuhan penjualan mempengaruhi praktik manajemen laba pada entitas yang tergolong dalam sektor basic materials dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Dalam pelaksanaannya, rancangan penelitian ini mengadopsi analisis regresi data panel, suatu metode yang memungkinkan kombinasi data dari berbagai perusahaan dan periode waktu secara simultan guna meningkatkan akurasi hasil analisis. Adapun populasi penelitian mencakup 103 perusahaan yang bergerak di sektor basic materials dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, seperti ketersediaan data terkait variabel yang dikaji serta kondisi keuangan yang relatif stabil, sehingga diperoleh sebanyak 44 perusahaan dengan total 132 observasi selama tiga tahun. Data dikumpulkan dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia dan diakses melalui situs resmi mereka (www.idx.co.id), dengan laporan keuangan tersebut dijadikan instrumen penelitian karena memuat informasi terkait ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan, serta manajemen laba. Untuk menganalisis data, digunakan teknik regresi data panel, namun sebelum itu dilakukan uji asumsi klasik guna memastikan kelayakan data dalam analisis regresi, termasuk uji normalitas untuk menilai distribusi data, uji multikolinearitas guna mendeteksi korelasi antar variabel independen, uji heteroskedastisitas untuk menilai keseragaman varians residual, serta uji autokorelasi guna mengidentifikasi adanya hubungan residual antar periode waktu yang berbeda. Setelah semua asumsi klasik terpenuhi, model regresi yang paling sesuai ditentukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier, sehingga dapat dipilih apakah model efek tetap, model efek acak, atau model regresi biasa merupakan pendekatan yang paling tepat dalam penelitian ini..

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis

Berikut adalah hasil analisis penelitian ini

Tabel 1.

Hasil Statistik Deskriptif

	Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan	Leverage	Sales Growth
Mean	0.275040	28.00615	0.698441	0.317728
Median	0.291271	27.78129	0.444204	0.116005
Maximum	1.069183	32.04938	7.800727	19.21097
Minimum	-1.239052	24.42948	0.001848	-0.922189
Std. Dev.	0.279440	1.703391	0.997573	1.711127
Skewness	-1.525632	0.365836	3.963351	10.34807
Kurtosis	10.41715	2.601035	24.35990	114.3911
Jarque-Bera	353.7835	3.819838	2854.929	70599.74
Probability	0.000000	0.148092	0.000000	0.000000
Sum	36.30524	3696.811	92.19421	41.94006
Sum Sq. Dev.	10.22936	380.1017	130.3649	383.5621
Observations	132	132	132	132

Sumber : Data Diolah, 2025

Dalam penelitian ini, statistik deskriptif diterapkan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai karakteristik data yang dianalisis. Parameter yang digunakan mencakup nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi, yang masing-masing berperan dalam mengukur kecenderungan sentral dan variasi data. Variabel yang dianalisis terdiri atas satu variabel dependen, yaitu manajemen laba, yang menjadi fokus utama penelitian, serta tiga variabel independen, yakni ukuran perusahaan, tingkat leverage, dan pertumbuhan penjualan (*sales growth*), yang berfungsi sebagai faktor yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Dengan demikian, analisis ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai distribusi data serta pola yang mungkin terbentuk dalam penelitian ini.

- a) Manajemen Laba (Y) mencerminkan pengelolaan laba perusahaan. Nilai maksimum 1.069183, minimum -1.239052, rata-rata 0.275040, dan standar deviasi 0.279440, menunjukkan variasi moderat dalam pengelolaan laba sektor basic materials.
- b) Ukuran Perusahaan (X1) diukur berdasarkan total aset atau pendapatan. Nilai maksimum 32.04938, minimum 24.42948, rata-rata 28.00615, dengan standar deviasi 1.703391, menunjukkan skala perusahaan yang relatif besar dengan variasi ukuran yang signifikan.
- c) Leverage (X2) menggambarkan proporsi utang terhadap ekuitas. Nilai maksimum 7.800727, minimum 0.001848, rata-rata 0.698441, dan standar deviasi 0.997573, menunjukkan rata-rata perusahaan membiayai 69,844% asetnya dengan utang serta adanya fluktuasi leverage yang cukup besar.
- d) Sales growth (X3) mengukur pertumbuhan penjualan. Nilai maksimum 19.21097, minimum -0.922189, rata-rata 0.317728, serta standar deviasi 1.711127, menunjukkan pertumbuhan penjualan positif namun dengan variasi yang tinggi antar perusahaan.

Tabel 2.
Hasil Uji Chow

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	2.985204	(43,85)	0.0000
<i>Cross-section Chi-square</i>	121.485854	43	0.0000

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 3.
Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Pool: POOL01
Test cross-section random effects

<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	3.750835	3	0.2897

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 4.
Uji LM

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	18.65813 (0.0000)	1.092323 (0.2960)	19.75045 (0.0000)

Sumber : Data Diolah, 2025

Hasil uji Chow menunjukkan bahwa probabilitas F sebesar 0,0000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis nol ditolak dan model Fixed Effects lebih sesuai. Sementara itu, uji Hausman menghasilkan probabilitas F sebesar 0,2897, yang lebih besar dari 0,05, sehingga model Random Effects lebih tepat digunakan. Selanjutnya, uji Lagrange Multiplier dengan probabilitas Breusch-Pagan sebesar 0,0000 mengindikasikan bahwa model Random Effects lebih dominan dibandingkan Common Effects, sehingga metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Random Effects.

Tabel 5.
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	-0.751325	0.532939	-1.409776	0.1610
Ukuran Perusahaan (X1)	0.036295	0.017989	2.017455	0.0482
Leverage (X2)	0.018648	0.027393	0.680739	0.4973
Sales Growth (X3)	-0.009930	0.012560	-0.790632	0.4306
<i>Effects Specification</i>				
			<i>S.D.</i>	<i>Rho</i>
<i>Cross-section random</i>			0.177673	0.4106
<i>Idiosyncratic random</i>			0.212868	0.5894
<i>Weighted Statistics</i>				
<i>Root MSE</i>	0.210232	<i>R-squared</i>		0.034467
<i>Mean dependent var</i>	0.156465	<i>Adjusted R-squared</i>		0.011838
<i>S.D. dependent var</i>	0.214767	<i>S.E. of regression</i>		0.213492
<i>Sum squared resid</i>	5.834068	<i>F-statistic</i>		1.523099
<i>Durbin-Watson stat</i>	1.903228	<i>Prob(F-statistic)</i>		0.211661
<i>Unweighted Statistics</i>				
<i>R-squared</i>	0.052143	<i>Mean dependent var</i>		0.275040
<i>Sum squared resid</i>	9.695968	<i>Durbin-Watson stat</i>		1.145173

Sumber : Data Diolah, 2025

Pada pengujian hipotesis, variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba, ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,0482 < 0,05$ serta t-statistic 2,017455. Sebaliknya, variabel Leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan, dengan nilai signifikansi $0,4973 > 0,05$ dan t-statistic 0,680739. Hal serupa terjadi pada variabel Sales growth, yang menunjukkan nilai signifikansi $0,4306 > 0,05$ serta t-statistic -0,790632, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.

Secara keseluruhan, nilai adjusted R-squared sebesar 0,011838 mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini hanya menjelaskan 1,18% dari variasi variabel dependen, sementara 98,82% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan yang bergerak di sektor basic materials dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung memiliki kapasitas yang lebih baik dalam mengelola laba mereka, baik melalui strategi akuntansi maupun kebijakan finansial yang diterapkan.

Sebaliknya, variabel leverage dan sales growth tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini mengisyaratkan bahwa tekanan keuangan akibat beban utang serta ketidakstabilan dalam pertumbuhan penjualan tidak secara langsung berdampak pada praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan di sektor tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan wawasan bahwa faktor ukuran perusahaan lebih dominan dalam mempengaruhi praktik pengelolaan laba dibandingkan dengan leverage dan pertumbuhan penjualan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokusnya yang hanya pada perusahaan basic materials dan periode waktu yang terbatas, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk sektor lain atau periode yang lebih panjang. Selain itu, variabel lain yang mungkin mempengaruhi manajemen laba, seperti kebijakan perusahaan dan faktor eksternal, tidak diteliti dalam penelitian ini, yang dapat membatasi pemahaman secara menyeluruh mengenai fenomena tersebut.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar perusahaan basic materials memperhatikan pentingnya ukuran perusahaan dalam praktik manajemen laba, mengingat pengaruh signifikan yang ditemukan. Perusahaan sebaiknya fokus pada strategi pengelolaan aset dan efisiensi operasional untuk meningkatkan kinerja keuangan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan memasukkan sektor- sektor lain dan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi manajemen laba, serta menggunakan metode analisis yang lebih beragam untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif.

REFERENSI

- Afiyah, Nihayatul Maskuroh, & Erdi Rujikartawi. (2024). Pengaruh Nilai Tukar Rupiah dan BIX Rate Terhadap Hargax Saham Sektor Basic Materials pada IDX MES BUMN 17 Periode 2021-2023. *Economic Reviews Journal*, 3(2), 653–668.
- Anggriani, M., & Widjaja, I. (2021). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Consumer Goods Industry. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1): 5.
- Anindya, W., & Yuyetta, E. N. A. (2020). Pengaruh Leverage, Sales Growth, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9(3): 1–14.
- Badruzaman, N. (2010). *Earnings Management*. Modul Ajar Universitas Widyatama.
- Fiqriansyah, R.,x Amandayu, I., Br Tarigan, K., & Orchidia, W. (2024). Manajemen Laba dengan Pendekatan Model Jones. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01): 39–46.
- Ghozali, I. (2020). 25 Grand Theory: 25 Teori Besar Manajemen, Akuntansi dan Bisnis (Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*”,Edisi5Cetakan, BadanPenerbit UniversitasDiponegoro,Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori dan Konsep dengan E-Views 10) ((2ndxy ed))*. Universitas Diponegoro.

- Harni, R., Anastasia, Y.,x & Novyarni, N. (2022). Pengaruh Sales Growth Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Cross-Border*, 5(2): 1685–1708.
- Herlin Tunjung, V. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuranx Perusahaan, Danxy Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(2): 505.
- Ichsan, R. (2013). Teori Keagenan (Agency Theory). Islam, Ekonomi, Indonesia.
- Jensen, & Meckling. (1976). Theory of The Firm : Management Behavior, Agency Cost ad Ownership Structure. *Journal of In Financial Economics* (Vol. 4).
- Kabir, M. H. (2010). Positive Accounting Theory and Science. *In Journal of CENTRUM Cathedra: The Business andx Economics Research Journal* (Vol. 3, Issue 2).
- Karina, & Sutandi. (2019). Pengaruh Return On Asset (ROA), Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth), Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar & Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2014- 2017). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi* , 11(1), 1–12.
- Ni Made Rianita. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur. *Artha Satya Dharma*, 14(2), 105–115.
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* (JIRA), 9(2), 1–18.
- Savira, T., Alfurkaniati, & Burhanuddin. (2024). The Influence Of Good Corporate Governance And Corporate Social Responsibility Disclosure On Earnings Management. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 3004–3018.
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory Sevent Edition*. United States. In United States: Canada Cataloguing.
- Setiowati, D. P., Salsabila, N. T., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Ukuranx Perusahaan, Leverage, Danxy Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Economina*, 2(8), 2137–2146.
- Sugiarto, A. (2011). Analisa Pengaruh Beta , Size Perusahaan, Derxy Dan Pbv Ratio Terhadap Return Saham. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 3(1), 8–14.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sulistiyanto, S. (2008). Manajemen Laba (Teori dan Model Empiris). Grasindo (Vol. 01).
- Wahyudi. (2020). *Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan E-Views* (2nd ed, Vo). PT Raja Grafindo Persada.
- 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.
- Watss, R. I., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive Accounting Theory*. Prentice-Hall.
- Yanti, T. R., & Ery Setiawan, P. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 708.

Yasa, I. K. E. T., Sunarsih, N. M., & Pramesti, I. gusti A. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2016-2018. *Jurnal Kharisma*, 2 No.(3): 19–32.