
Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik

Hasbullah¹, Lindri Lusika²

^{1,2} Universitas Mitra Indonesia

E-mail: hasbullah@umitra.ac.id¹, lindrilusika@gmail.com²

Article History:

Received: 05 Oktober 2024

Revised: 25 Oktober 2024

Accepted: 28 Oktober 2024

Keywords:

Ukuran
Perusahaan, Leveragem
Profitabilitas, Manajemen
Laba.

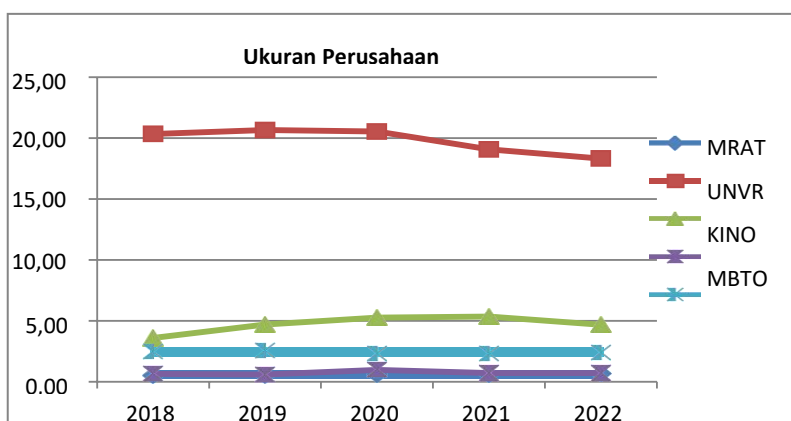
Abstract: *This study aims to determine the effect of Firm Size (total Assets), Leverage (DAR), and Profitability (ROA) on Earnings Management in cosmetic companies listed on the IDX for the 2016-2022 period. This research is a quantitative research with an associative approach using secondary data. The research population totaled 7 years of financial reports and 35 research samples were obtained using the purposive sampling method according to certain criteria and the data used were financial report data for 7 years from 2016-2022. The analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression test and hypothesis testing. The model was tested using SPSS version 20. The results of this study indicate that partially firm size has a negative effect on earnings management, both leverage (DAR) partially has a positive effect on earnings management, thirdly, profitability has a positive effect on earnings management. management. The four company measurements, leverage (DAR), and profitability (ROA) simultaneously affect earnings management.*

PENDAHULUAN

Salah satu industri yang ada di Indonesia dan produksinya mempunyai banyak peminat adalah industri kosmetik. Industri kosmetik dalam negeri mendapat tantangan dengan peredaran produk kosmetik impor yang semakin banyak beredar di pasar domestic. Banyaknya produk kosmetik impor ini menyebabkan kosmetik lokal harus terus berinovasi agar mampu bertahan ditengah persaingan dan tidak mengalami kerugian didalam sistem penjualan. Selain itu perusahaan industri kosmetik dalam negeri yang sudah go public juga harus bersaing dengan perusahaan lokal lainnya yang belum go public yang memiliki kualitas lebih baik dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu juga marak produk tiruan yang juga sangat merugikan perusahaan kosmetik. Masing-masing perusahaan tersebut pastinya memulai usaha dengan tujuan untuk menghasilkan laba maksimal dari kegiatan bisnisnya tersebut, perusahaan tersebut berusaha menciptakan inovasi baru agar menarik perhatian konsumen sehingga membeli, disamping itu juga untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis. Bagi perusahaan yang *go public* seperti perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, laporan keuangan yang di publikasikan merupakan hal yang sangat

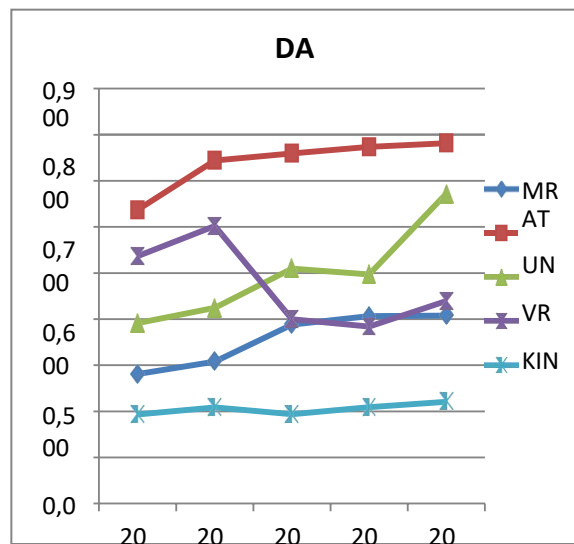
penting karena menggambarkan posisi keuangan dan potensi yang telah dicapai perusahaan selama kurun waktu tertentu. Oleh sebab itu perusahaan *go public* harus mempunyai posisi keuangan dan kinerja yang baik sehingga para investor tertarik untuk berinvestasi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikarenakan perusahaan kosmetik sangat banyak peminatnya dan juga permintaan pasar kosmetik saat ini cukup tinggi. Untuk mengevaluasi manajemen laba dan kondisi keuangan, perusahaan harus melakukan analisis laporan keuangan terhadap manajemen keuangan suatu perusahaan dapat diukur dan dilihat melalui laporan keuangan, dengan cara menganalisis laporan keuangan. Dalam pengukuran manajemen keuangan perusahaan perlu menghitung laba apakah perusahaan mengalami keuntungan atau tidak. Ukuran perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, dan Manajemen Laba dapat menunjukkan kinerja keuangan perusahaan tersebut pada periode tertentu.

Gambar 1
Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2022



Sumber : Bursa Efek Indonesia (diolah 2023)

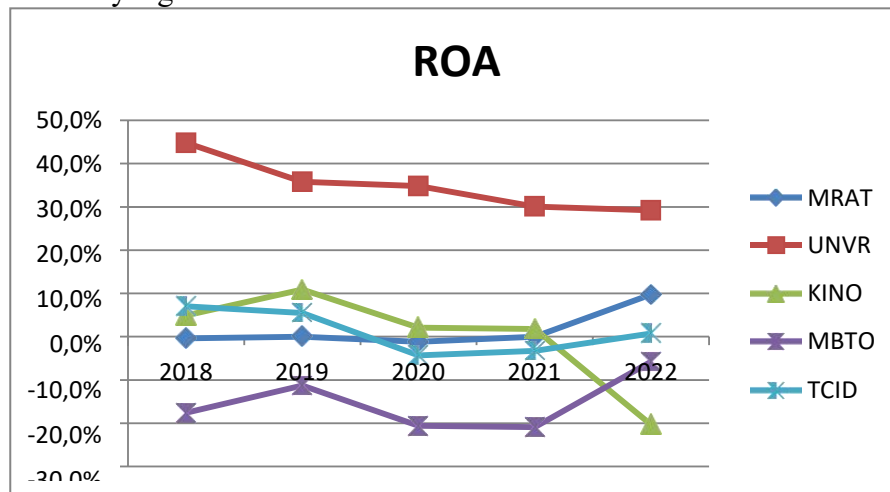
Berdasarkan grafik diatas, dapat kita lihat bahwa setiap perusahaan mengalami fluktuatif. Dapat kita lihat bahwa pada perusahaan TCID pada tahun 2020 mengalami penurunan 28,478 akibat perubahan pilihan belanja konsumen akibat pandemi Covid-19. selanjutnya untuk perusahaan MBTO pada tahun 2021 mengalami penurunan 27,295 dikarenakan semakin meningkatnya tren penggunaan produk kosmetik *skin-care* yang menyebabkan persaingan yang cukup tinggi terhadap perusahaan kosmetik yang lain.



Gambar 2. DAR Perusahaan kosmetik Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2022

Sumber : Bursa Efek Indonesia (diolah 2023)

Dilihat dari tabel dan grafik diatas, bahwa setiap perusahaan mengalami fluktuatif . Seperti pada perusahaan MBTO pada tahun 2019 ke 2020, perusahaan dan seterusnya mengalami penurunan yang sangat drastis dan sebaliknya pada perusahaan KINO pada tahun 2018 0,391 mengalami kenaikan 0,672 di tahun 2022. Untuk perusahaan MRAT, UNVR, dan juga TCID berada di kondisi yang stabil.



Gambar 3. ROA Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2022

Sumber : Bursa Efek Indonesia (dioalah 2023)

Pada tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa semua perusahaan dari tahun 2018 sampai 2022 mengalami penurunan dan kenaikan yang tidak signifikan. Terutama pada perusahaan UNVR dari tahun 2018 sampai 2022 selalu mengalami penurunan dari 44,8% menjadi 29,2% pada perusahaan KINO juga mengalami penurunan dari 4,9% menjadi -20,3% salah satu faktor yang menjadi penurunan pada perusahaan KINO adalah lonjakan signifikan harga bahan baku produk-produk milik KINO.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa semua perusahaan mengalami fluktuasi dan bahkan terdapat perusahaan yang mengalami kerugian. Dan dari permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu bahwa dengan semakin banyaknya perusahaan kosmetik, mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat sehingga diperlukan adanya suatu analisis kinerja keuangan perusahaan untuk mengetahui bagaimana kondisi keuangan yang sebenarnya sehingga dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan .

LANDASAN TEORI

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan timbul akibat dari praktek manajemen laba. Teori ini membahas tentang adanya hubungan keagenan antara principal dan agen. Scott (2015) dalam Hanawiah (2020) menjelaskan hubungan atau kontrak antara *principal* dan *agent*, dimana *principal* adalah pihak yang memperkerjakan agent agar melakukan tugas untuk kepentingan principal, sedangkan agen adalah pihak yang menjalankan kepentingan principal. *Principal* dapat menilai, mengukur dan mengawasi kinerja agen untuk meningkatkan kesejahteraannya serta sebagai dasar pemberian kompensasi kepada agen. Permasalahan manajemen laba merupakan masalah keagenan yang sering kali dipicu oleh adanya pemisahan peran atau perbedaan kepentingan antara pemegang saham (pemilik) dengan manajemen perusahaan (pengelolaan). Akan tetapi penilaian kinerja manajer berdasar laporan keuangan dapat menimbulkan konflik keagenan dimana manajer akan melakukan kegiatan oportunistik. Dengan begitu, teori keagenan yang mulai berkembang mengacu kepada pemenuhan tujuan utama dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan kepada pemegang saham.

Dengan demikian pengertian dari agency theory (teori keagenan) adalah pemisahan pengelolaan pemegang saham dengan manajer dalam mengelola perusahaan. Pemegang saham sebagai principal berharap dengan menyerahkan pengelolaannya kepada tenaga-tenaga profesional (manajer). Mereka akan mendapatkan return yang tinggi atas dana yang ditanamkan. Manajer yang berperan sebagai agent memiliki kewenangan dalam menjalankan manajemen perusahaan dengan mengelola perusahaan secara efektif dan efisien sehingga perolehan return yang tinggi dapat terwujud. Pemegang saham hanya bertugas mengawasi dan memonitor aktivitas manajer untuk memastikan bahwa manajer bertindak berdasarkan kepentingan perusahaan.

Manajemen Laba

Menurut Wirakusuma (2016) dalam Manajemen laba adalah suatu proses yang disengaja, dengan batasan standar akuntansi keuangan untuk mengarahkan pelaporan laba pada tingkat tertentu. Laba atau sering disebut dengan profit merupakan hasil dari perhitungan setelah pendapatan dikurang dengan biaya yang keluar. Informasi laba digunakan oleh investor atau pihak lain yang berkepentingan sebagai indikator keefisienan penggunaan dana yang tertanam pada perusahaan, yang diwujudkan dalam tingkat pengembalian untuk menaikkan kemakmuran. Manajemen laba merupakan suatu kondisi dimana manajemen melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat menaikkan, meratakan, dan menurunkan laba.

$$DACit = \frac{TACit - NDAit}{TAit - 1}$$

DACit = discretionary accruals perusahaan I pada tahun t TACit = Total accruals perusahaan I pada

tahun t Caranya dengan mengurangi *Net Income- Cash Flow from operation*

NDA_{it} = *Nondiscretionary accruals* perusahaan i pada tahun t Caranya dengan membagi liabilitas

jangka panjang : total asset

TA_{it} = total aktiva perusahaan i pada periode $t-1$

Ukuran Perusahaan

Jusmanyah (2022:44) menjelaskan bahwa “Ukuran Perusahaan dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, tingkat penjualan rata-rata”.

Berdasarkan pemaparan diatas Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran Perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat teratasi. Perusahaan yang memiliki total aktiva atau total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana didalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relative lama.

Dalam penelitian ini indikator Ukuran Perusahaan diukur dengan menggunakan Logaritma natural ($\ln$) dari total aktiva. Logaritma natural ($\ln$) digunakan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aktiva dibentuk logaritma natural yang bertujuan untuk membuat data jumlah aktiva terdistribusi secara normal. Pribadi dalam Rachmawati (2019:25).

$$Size = \ln (Total\ Aktiva)$$

Leverage

Menurut Kasmir (2019) rasio *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana aktiva perusahaan yang berasal dari utang. Artinya, seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan bila dibandingkan dengan aktivanya. Melalui rasio ini dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya baik jangka pendek ataupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi.

Dari beberapa definisi diatas maka *leverage* digunakan oleh suatu perusahaan tidak hanya penting bagi pihak internal perusahaan, tetapi juga penting bagi pihak eksternal perusahaan yaitu investor maupun kreditor.

Dari beberapa jenis rasio diatas peneliti memutuskan untuk menggunakan DAR. Alasan memilih DAR untuk menghitung rasio *leverage* karena DAR menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktivanya dan berapa besar bagian dari aktiva tersebut yang didanai oleh utang. Selain itu, DAR umumnya digunakan dalam laporan keuangan perusahaan *go public* yang dipublikasikan.

Profitabilitas

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktivanya atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Menurut (Kasmir 2019) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.

Menurut Prihadi (2020), profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Suatu perusahaan pasti bertujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Dengan tingginya tingkat keuntungan atau laba suatu perusahaan maka akan meningkat pula kemakmuran para pemegang saham sebagai pemilik perusahaan.

Dari beberapa definisi di atas profitabilitas adalah untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Dari beberapa jenis rasio di atas peneliti memutuskan untuk menggunakan ROA. Alasan memilih indikator ROA untuk menghitung rasio profitabilitas karena ROA merupakan rasio profitabilitas untuk antara laba bersih yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan dengan total aktiva (assets) yang dimiliki perusahaan untuk melakukan aktivitas perusahaan secara keseluruhan dan dinyatakan dalam persentase.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui atau mengukur keterkaitan antara Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas. Variabel penelitian akan dikaji dalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel utama, yaitu variabel bebas (X) yaitu (X1) Ukuran Perusahaan, (X2) Leverage, dan (X3) Profitabilitas. Sedangkan variabel terikat (Y) terdiri dari satu variabel, yaitu Manajemen Laba. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dalam bentuk tulisan seperti gambaran umum dan informasi tertulis lainnya terkait perusahaan pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder Menurut Sugiyono (2018) Data sekunder adalah data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan berupa neraca perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Yang diambil dari halaman Website <https://www.idx.co.id>

Tabel 1. POPULASI

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk.
2.	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
3.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.
4.	MBTO	PT. Martina Berto Tbk.

5.	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk.
6.	KPAS	PT. Cottonindo Ariesta Tbk.
7.	VICI	PT. Victoria Care Indonesia Tbk.
8.	EURO	PT. Este Gold Tbk
9.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
10.	NANO	PT. Nanotech Indonesia Tbk
11.	FLMC	PT. Falmaco Nonwoven Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia. (diolah 2023)

Sampel

Sampel menurut sugiyono (2020) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Pada penelitian ini teknik sampling yang di pakai adalah Purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018:119). Maka sampel penelitian ini adalah laporan keuangan pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022. Peneliti beranggapan bahwa mengambil sampel pada laporan keuangan perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 7 tahun terakhir merupakan sampel terkini dan relevan. Sehingga hasil penelitian pada sampel tersebut dapat mencerminkan keadaan objek penelitian saat ini.

Adapun kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2022
2. Perusahaan yang memiliki data lengkap periode 2016-2022.

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian meliputi : Uji Asumsi klasik yang meliputi, Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Uji Heteroskedastisitas dan Autokolerasi. Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis dari Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji t(Parsial), dan Uji F(Simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05. Hasil analisis terhadap asumsi normalitas menggunakan *one Sample Kolmogrov Smirnov Test* dan analisis grafik.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30691210
Most Extreme Differences	Absolute	.175
	Positive	.175
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		1.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.235

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Output SPSS versi 20

Berdasarkan dari table 2 di atas dapat dilihat perolehan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* bahwa data tersebut terdapat nilai signifikansinya 0,235, yang artinya nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga di dapatkan nilai 0,235

> 0,05 maka data tersebut berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolersai di antara variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Implation Factor* (VIF) dan nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3
Hasil Uji MultikolinearitasCoefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.572	.412		-1.388	.175		
LN	-.591	.120	-.861	-4.932	.000	.453	2.209
DAR	1.664	.506	.399	3.290	.003	.938	1.066
ROA	.848	.186	.811	4.561	.000	.437	2.290

a. Dependent Variable: Manajemen LabaSumber : Hasil Output SPSS versi 20

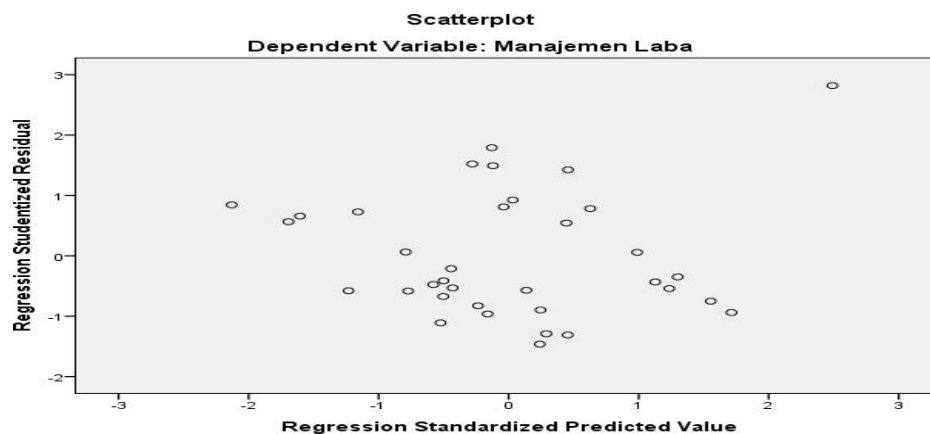
Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat perolehan uji multikolinearitas menunjukkan besaran nilai VIF pada variabel ukuran perusahaan senilai $2,290 < 10$ dan untuk nilai *Tolerance* senilai $0,453 > 0,10$ yang artinya tidak mengalami gejala multikolinearitas, sedangkan VIF pada variabel *Leverage* senilai $1,066 < 10$ dan untuk nilai *tolerance* senilai $0,938 > 0,10$ yang artinya tidak mengalami gejala multikolinearitas, dan VIF pada variabel profitabilitas senilai $2,290 <$

10 dan untuk *Tolerance* senilai $0,437 > 0,10$ yang artinya tidak mengalami gejala multikolinearitas. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model pengamatan regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Scatterplot*.

Gambar 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil *Output* SPSS versi 20

Berdasarkan gambar 5 uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik pada gambar diatas menyebar da dibawah angka 0. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual satu periode t dengan residual periode t sebelumnya. Pada penelitian ini dilakukan uji autokolerasi dengan menggunakan Uji *Durbin Watson (DW-test)*.

Tabel 4. Hasil Uji Autokolerasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.572	.531	.32142	2.064

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa perolehan uji autokolerasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson (D-W Test)* menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* didapat senilai 2,064,

sedangkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikan 0,05 dan jumlah data (n) = 35 serta k = 3 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai *dL* (*Durbin Lower*) sebesar 1,2833 dan *dU* (*Durbin Upper*) sebesar 1,6528 . kriteria data dikatakan lolos uji *Durbin – Watson* apabila $dU < d < 4-dU$ dari hasil penelitian ini diperoleh hasil $1,6528 < 2,064 < (4-1,6528)$ atau $1,6528 < 2,064 < 2,3472$, nilai *D-W* berada diantara nilai *dU* dan $4- dU$ diartikan bahwa data penelitian ini tidak terjadi autokolerasi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tujuan dari regresi linier berganda adalah, untuk menghitung seberapa besarnya pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Pengukuran ini melibatkan tiga variabel bebas (X) dan satu Variabel terikat (Y)

Tabel 5
Hasil Uji Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.572	.412		-1.388	.175		
LN	.591	.120	.861	4.932	.000	.453	2.209
a. Dependent Variable: Manajemen Laba	1.664	.506	.399	3.290	.003	.938	1.066
DAR	0.848	.146	.631	5.800	.000	.430	2.301

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa pada bagian Unstandardized Coefficients adalah untuk melihat persamaan regresi linier berganda pada pengujian Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba , maka dapat di peroleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = -0,572 - 0,591X_1 + 1,664X_2 + 0,848X_3 + e$$

Hal ini berarti bahwa :

1. Koefisien konstan (α) sebesar -0,572 yang berarti jika tidak ada pengaruh variabel independen yang ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas atau sama dengan nol maka manajemen laba akan sebesar -0,572
2. Koefisien regresi X_1 Ukuran Perusahaan sebesar -0,591 menunjukkan jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan satu (satu) dan variabel lainnya dianggap tetap maka manajemen laba akan mengalami penurunan sebesar -0,591
3. Koefisien regresi X_2 *leverage* sebesar 1,664 menunjukkan jika *leverage* mengalami kenaikan satu (satu) dan variabel lainnya dianggap tetap maka manajemen laba akan mengalami penurunan sebesar 1,664
4. Koefisien regresi X_3 profitabilitas sebesar 0,848 menunjukkan jika profitabilitas mengalami kenaikan satu (satu) dan nilai variabel lainnya dianggap tetap maka manajemen laba akan mengalami kenaikan sebesar 0,848.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variabel- variabel terikat. Dalam penelitian ini uji R^2 (*R-Square*) digunakan

untuk mengetahui persentase ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap manajemen laba. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.572	.531	.32142	2.064

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai *R- Square* sebesar 0,572 atau 57,2%. Hal ini menunjukkan besarnya kemampuan variabel bebas yaitu Ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas dalam mempengaruhi manajemen laba adalah sebesar 57,2% , sisanya sebesar 42,8% dapat dijelaskan oleh faktor lain ataupun variabel lain dari model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individu dalam menerangkan variabel terikat. Uji ini ditunjukkan dengan kriteria yaitu apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sigfinikansi $< 0,05$ maka secara variabel bebas berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat. Hasil pengujian ini uji t dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 7

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.572	.412		-1.388	.175		
LN	-.591	.120	-.861	-4.932	.000	.453	2.209
DAR	1.664	.506	.399	3.290	.003	.938	1.066
ROA	.848	.186	.811	4.561	.000	.437	2.290

Hasil analisis pada tabel di atas, mengatakan bahwa nilai t_{hitung} ukuran perusahaan diketahui sebesar $-4,932 > t_{tabel}$ 2,039 yang dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022. Nilai t_{hitung} *leverage* sebesar $3,290 > t_{tabel}$ 2,039 yang dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan variabel *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan nilai t_{hitung} profitabilitas sebesar $4,561 > t_{tabel}$ 2,039 yang dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016- 2022.

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F ini ditunjukkan dengan kriteria yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8

Hasil Uji F (Simultan) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4.287	3	1.429	13.834	.000 ^b
Residual	3.203	31	.103		
Total	7.490	34			

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

b. Predictors: (Constant), ROA, DAR, LNSumber : Hasil *Output* SPSS versi 20

Berdasarkan hasil analisis pada table 8 di atas, diketahui nilai F_{hitung} sebesar 13,834 $> F_{tabel}$ 2,901 yang dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi F_{hitung} sebesar 0,000 $< F_{tabel}$ 0,05 sehingga dapat disimpulkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba Perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022.

Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas memiliki pengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022 yang dianalisis menggunakan program SPSS versi 20. Analisis yang dilakukan dalam penelitian yaitu asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, selanjutnya melakukan uji regresi linier berganda dan juga menggunakan uji hipotesis yang dimana terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), uji t (parsial) dan uji F (simultan). Berikut ini adalah pembahasan atas hasil analisis yang dilakukan dengan program SPSS versi 20.

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Secara Parsial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2022.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t (parsial) menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai t_{hitung} - 4,932, sementara nilai t_{tabel} ($\alpha = 0,05$ dan $df = 35$) diperoleh sebesar 2.039. dengan demikian maka nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-4,932 < 2.039$), dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadila Hanawiah (2020), menjelaskan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap manajemen laba pada Perusahaan Industri Pertambangan yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka tindakan dari manajemen laba semakin kecil. Pada perusahaan yang memiliki ukuran besar dianggap lebih kritis dan lebih diminati oleh para analisis dan broker dibandingkan

dengan perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba. Hal ini dikarenakan dari aktivitas operasi pada perusahaan besar lebih kompleks, sehingga perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melakukan perencanaan laba.

2. Pengaruh *Leverage* (DAR) Secara Parsial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2022.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t (parsial) variabel *leverage* (DAR) diperoleh nilai 3,290, sementara nilai t_{tabel} ($\alpha = 0,05$ dan $df = 35$) diperoleh sebesar 2,039 dengan demikian maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022.

Hasil penelitian ini sejalan oleh I Komang Eva Trisma Yasa dkk (2020) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap manajemen laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa *Leverage* keuangan harus dianalisis untuk melihat sebaik apa dana ditangani, bauran dana jangka pendek dan jangka panjang yang diperoleh dari luar harus sesuai dengan tujuan dan kebijakan perusahaan. Jika penanganan dan tersebut tidak dilakukan dengan baik, maka *leverage* keuangan dapat memicu pihak manajemen melakukan manajemen laba.

3. Pengaruh Profitabilitas (ROA) Secara Parsial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di BEI 2016-2022.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t (parsial) bahwa variabel profitabilitas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4.561, sementara nilai t_{tabel} ($\alpha = 0,05$ dan $df = 35$) diperoleh sebesar 2,039. Dengan demikian maka nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Selain itu jika dilihat dari nilai signifikansinya menunjukkan angka sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Anak Agung Mas Ratih Astari & I Ketut Sutyawana (2017) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi manajemen laba. Profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang digunakan dalam kegiatan operasi. Kaitannya dengan manajemen laba, profitabilitas dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. Karena jika profitabilitas yang didapat suatu perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya dimata pemilik. Hal ini berkaitan erat dengan usaha manajer untuk menampilkan performa terbaik didepan perusahaan yang dipimpinnya.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas Secara Simultan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di BEI 2016-2022.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) menyatakan hasil F_{hitung} sebesar 13,834, dengan nilai F_{tabel} 2,901 atau nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi F_{hitung} 0,000, F_{tabel} 0,05 dimana hasilnya yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran

perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan Kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2016-2022, pada perolehan uji koefisien determinasi (R^2) didapat *R-Square* sebesar 0,572 atau hanya sebesar 57,2 %. Hal ini menunjukkan besarnya kemampuan variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap manajemen laba, sisanya sebesar 42,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan, hasil analisis penelitian mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar di BEI, maka dapat diambil kesimpulanyaitu sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Semakin besar ukuran perusahaan maka tindakan dari manajemen akan semakin kecil. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba.
2. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba. Ketika perusahaan berada pada tingkat *leverage* yang tinggi berarti perusahaan dapat dikatakan berada dalam keadaan insolvable, artinya perusahaan berada pada kekayaan yang dimiliki lebih kecil dibanding dengan utangnya sehingga perusahaan cenderung melakukan manajemen laba, jadi semakin tinggi tingkat *leverage* maka, semakin tinggi pula perusahaan melakukan manajemen laba.
3. profitabilitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap Manajemen Laba. Semakin tinggi Profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan maka hal tersebut akan dapat berpengaruh terhadap penerapan Manajemen Laba.
4. Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar di BEI periode 2016-2022. Hal ini berarti secara bersama-sama tinggi atau rendahnya variabel independen dapat mempengaruhi Manajemen Laba. Sebesar 57,2% Variabel Manajemen Laba dapat dijelaskan oleh variabel Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas sedangkan sisanya sebesar 42,8% Dijelaskan oleh faktor lain diluar model yang diteliti.

DAFTAR REFERENSI

- Arvita, Lina. Pengaruh Faktor Faktor Kinerja Keuangan Terhadap Manajemen Laba Pada PT. Central Proteina Prima Tahun 2011-2018. Naskah Publikasi. (2019)
- Astari, Anak Agung Mas Ratih & I Ketut Sutyawana. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2015. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 20.1. Juli. 2017.
- Astuti, Pipit Widhi. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). Naskah Publikasi. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ayu, Putu & Gerianta. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Universitas Udayana Mei(2018)
- Ghozali, I. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2018)

- Hanawiah, Fadila. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Industry Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2020. Naskah Publikasi. Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Pancabudi Medan 2020.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Irfani. 2020. Manajemen Keuangan Dan Bisnis : Teori Dan Aplikasi. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jariah, Ainun. Likuiditas, Leverage, Profitabilitas Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Melalui Kebijakan Deviden. Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia. 2016.
- Jusmanyah, Muhamad. Pengaruh current ratio, return on equity, total asset turn over, dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal (studi empiris pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2016 – 2020). Jurnal Ekonomika dan Manajemen. April 2022.
- Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : Penerbit Raja Grafindo Persada, 2019-2020.
- Maryati Eri, Tutik Siswanti. Pengaruh Debt To Equity Ratio dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba (Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi . Januari 2020
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suhardi, Hanseto. Pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar DI BEI 2016- 2018. 2021, hal 4-15, <https://journal.untar.ac.id>. Di Akses 5 April 2023..
- Wirakusuma, D. K. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktek Manajemen Laba. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.
- Yasa, Trisma, Ni Made Sunarsih, I Gusti Ayu Asri Pramesti. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2016-2018. Jurnal Kharisma Vol, 2 No 2. Oktober 2020. Universitas Mahasaraswati Denpasar.