

PENGARUH STRATEGI BISNIS DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI

Ridho Permana¹, Ida Adhani², Metta Susanti³

STIE Bhakti Pembangunan

Adhani.dha25@gmail.com; ridhoprmna14@gmail.com; metta.susanti@ubd.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Business Strategy on Profit Management, the influence of Company Age on Profit Management, the influence of Profitability on Profit Management, the influence of Leverage on Profit Management, the influence of Business Strategy, Company Age, Profitability and Leverage on Profit Management. The data used in this study were obtained from the Financial Reports of Consumer Goods Industry Sector Companies Listed on the IDX for the 2020-2023 Period.

The method used in this study is multiple linear regression involving the classical assumption test, followed by partial significance using the hypothesis test, namely the t-test, while to find out together the f-test is used at a significance level of 5%.

The results of the study indicate that partially the variables Company Age have a significant effect on Earnings Management. While the variables Business Strategy, Profitability and Leverage do not have a significant effect on Earnings Management. Simultaneously the variables Business Strategy, Company Age, Profitability and Leverage have a significant effect on Earnings Management. The adjusted R-squared value in this study is 0.508, which means that the ability of the independent variables to explain the variation of the dependent variable is 50.8% while the remaining 49.2% is explained by other independent variables outside the model.

Keywords: *Business Strategy, Company Age, Profitability and Leverage on Earnings Management.*

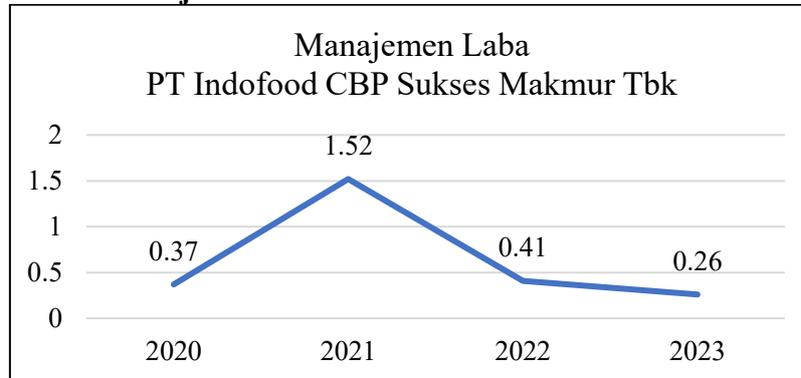
PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu persaingan antar perusahaan akan semakin pesat, maka setiap perusahaan dituntut untuk bertahan dan mempunyai keunggulan tersendiri agar tidak tersingkir dengan persaingan yang ada. Manajer perusahaan merupakan salah satu pihak yang bertanggung jawab agar perusahaan dapat mencapai tujuannya, oleh sebab itu tindakan manajer dalam mengambil kebijakan dan keputusan sangat berpengaruh terhadap tercapainya tujuan perusahaan. Kinerja manajer dalam memperjuangkan perusahaan biasanya dapat dilihat pada tingkat laba yang ada di laporan keuangan. Tetapi informasi laba tidaklah selalu benar, terkadang pihak manajer melakukan tindakan oportunistik agar laporan keuangan yang disajikan terlihat baik dengan metode manajemen laba. (H Supriadi, 2024)

Terdapat beberapa kasus mengenai manajemen laba salah satu kasusnya yang terjadi pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (Indofood CBP) adalah salah satu perusahaan consumer goods terbesar di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1996 dan merupakan bagian dari Indofood Sukses Makmur Group, salah satu konglomerat terbesar di Indonesia. Pada tahun 2020, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (Indofood CBP) terjerat kasus dugaan manajemen laba. Dugaan ini mencuat berdasarkan laporan audit yang dilakukan oleh auditor independen, Ernst & Young LLP (EY). PT Ernst & Young Indonesia (EY) melakukan Laporan Hasil Investigasi berbasis Fakta ditemukan bahwa adanya dugaan transaksi penjualan dan pembelian yang dilakukan antara Indofood CBP dengan pihak-pihak berelasi yang memiliki hubungan keluarga dan/atau kepemilikan dengan direksi dan komisaris Indofood CBP. Transaksi ini dinilai tidak wajar karena

harganya jauh lebih tinggi dibandingkan harga pasar. Berikut adalah grafik pergerakan manajemen laba periode 2021-2023 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.

Grafik 1.1
Pergerakan Manajemen Laba PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk



Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan grafik 1.1 pergerakan manajemen laba pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami kenaikan setiap tahunnya, dengan nilai maksimum sebesar 1,52 pada tahun 2021 dan nilai minimum sebesar 0,26 pada tahun 2023.

Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi laporan keuangan yang bertujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi keuangan perusahaan. Manajemen laba merupakan tindakan manajemen dalam memanipulasi laporan keuangan, dimana informasi dalam laporan keuangan tersebut dapat menyebabkan efek yang kurang baik bagi perusahaan dan kurang menguntungkan bagi investor. Tindakan manajemen laba ini juga disebabkan oleh kepentingan manajer sendiri dalam meningkatkan nilai perusahaan agar lebih maju sehingga kedepannya para investor tertarik untuk berinvestasi. Manajemen laba merupakan suatu strategi dari manajemen perusahaan dengan sengaja mengintervensi dan mengelola laporan keuangan perusahaan dalam menaikkan keuntungan dengan bertujuan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam pencapaian kinerja dan laba yang optimal. Karena informasi laba dalam laporan keuangan menjadi komponen penting, dapat menunjukkan informasi laba dan kinerja perusahaan secara operasional. Sehingga itu sangat berpengaruh bagi pihak eksternal maupun pihak internal dalam membuat keputusan berinvestasi ataupun keputusan ekonomi (Oktavianna, 2021).

Strategi bisnis merupakan salah satu indikator kunci untuk mengukur *cost leadership*. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka perusahaan semakin dapat memanfaatkan sumber dayanya secara penuh untuk mencapai kesempurnaan operasional, yang menunjukkan *cost leadership* yang diterapkan oleh perusahaan (Husnaini Dwi Wanri, 2021).

Selain strategi bisnis, karakteristik perusahaan dapat mempengaruhi terjadinya manajemen laba. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *leverage*, umur perusahaan dan profitabilitas. Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Kebijakan utang merupakan salah satu alternatif lain untuk mendapatkan dana selain penjualan saham. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan kecurangan berupa manajemen laba yaitu meningkatkan laba yang dilaporkan untuk meningkatkan daya tawar perusahaan dalam negosiasi utang, mengurangi kekhawatiran kreditur dan untuk mendapat kelonggaran batas kredit (Kasmir, 2019).

Umur perusahaan dapat dijadikan sebuah acuan untuk melihat apakah perusahaan tersebut bertahan dalam bersaing dengan pesaingnya karena menjadi suatu bukti yang membuat perusahaan tersebut

masih bisa terus berdiri. semakin lama perusahaan berdiri, semakin berpengalaman perusahaan tersebut untuk menangani berbagai kondisi yang dihadapi oleh perusahaan (Salsa, 2022).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Wedha Hastuti, 2024)

Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam memicu pertumbuhan ekonomi negara. Dalam pelaksanaannya sektor barang konsumsi terdiri menjadi lima macam yaitu sub sektor kosmetik dan rumah tangga, sub sektor makanan dan minuman, sub sektor perawatan rumah tangga, sub sektor obat-obatan, dan sub sektor tembakau. Industri barang konsumsi salah satu industri yang menarik dan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan sehari – hari karena industri barang konsumsi menyediakan produk-produk yang merupakan kebutuhan primer Masyarakat.

Penelitian tentang manajemen laba telah dilakukan sebelumnya, dimana terdapat perbedaan dari hasil penelitian. (Sakdiyah, 2020) menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba yang menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap manajemen laba, umur perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba, profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba dan leverage tidak berpengaruh negatif secara signifikan terhadap manajemen laba.

LANDASAN TEORI

Teori Agensi

Menurut (Handini, 2020) bahwa Teori agensi (*agency theory*) merupakan teori yang mendasari praktik pada suatu bisnis perusahaan yang digunakan selama ini. Teori agensi menjelaskan mengenai hubungan antara pihak prinsipal dengan agen. Prinsipal merupakan pihak pemberi wewenang yaitu pemilik atau pemegang saham, sedangkan agen merupakan pihak yang menerima wewenang yaitu manajer dalam melakukan kerja sama. Dalam kerja sama tersebut prinsipal melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pengambilan keputusan ke agen. Dengan adanya pendelegasian tersebut dapat mengakibatkan terjadinya konflik dalam suatu perusahaan dikarenakan adanya perbedaan kepentingan dan asimetri informasi pihak manajer dengan pemegang saham. Hal tersebut terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan.

Teori agensi menganggap bahwa kepentingan akan dimiliki oleh masing-masing pihak. Agen dianggap memiliki keuntungan dan kepuasan dengan menerima kompensasi berbentuk uang akan tetapi juga bentuk lain berupa relasi karena telah terlibat dalam suatu agensi seperti kerja yang menarik, kondisi fleksibel. Sedangkan pada pihak prinsipal hanya beranggapan akan kebutuhan terpenting yang diinginkan yakni adanya pengembalian akan investasi yang telah diberikan berupa keuntungan atau laba. Hubungan yang seharusnya ditekan dan terjadi antara investor sebagai pihak prinsipal dan pengelola adalah saling menguntungkan, tentunya hal tersebut hanya terjadi ketika masing-masing pihak bertanggung jawab dengan kewajibannya. Akan tetapi kenyataan di lapangan berbeda dengan harapan sehingga menimbulkan masalah diantara pemiliki dan pengelola.

Manajemen Laba

Menurut (Manurung dkk, 2022) manajemen laba merupakan perilaku memanipulasi laba pada laporan keuangan dengan metode akuntansi. Strategi pelaksanaan praktik manajemen laba seringkali merupakan rahasia bagi manajer perusahaan. Manajemen laba dengan keuangan manajemen seringkali sangat tipis. Konsekuensi dari manajemen laba juga sering dipandang negatif karena prinsip atau praktik ini sering mengaburkan atau menutupi fakta yang seharusnya diketahui oleh pihak atau masyarakat luas.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis perusahaan mempengaruhi segala sesuatu aktivitas perusahaan karena semua aktivitas proses bisnis, kegiatan operasional, dan transaksi yang dilakukan serta seluruh keputusan bisnis yang dibuat manajer harus sejalan dengan strategi bisnis perusahaan. Ada beberapa tipe dalam melakukan strategi bisnis, strategi *prospector* dan *defender* merupakan tipe strategi yang paling dominan dan kontras. Strategi *defender* merupakan perusahaan yang berfokus pada efisiensi biaya dan memiliki struktur organisasi yang stabil. Biasanya perusahaan yang menggunakan strategi *defender* memiliki pangsa pasar yang sempit. Perusahaan yang menggunakan strategi *prospektor* merupakan perusahaan yang berfokus pada struktur organisasi dan inovasi yang fleksibel. Perusahaan yang menggunakan strategi ini dominan memiliki pasar dan produk yang sangat luas (Tugiantoro, 2025)

Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan ciri sifat atau khas yang melekat pada suatu perusahaan. Karakteristik perusahaan dapat dilihat dari berbagai segi, diantaranya jenis usaha atau industri, tingkat likuiditas, profitabilitas perusahaan, financial leverage dan kepemilikan saham, ukuran perusahaan dan lain-lain (M Yamin, 2024)

Umur Perusahaan

Umur perusahaan didefinisikan sebagai suatu keadaan yang merepresentasikan lama waktu atau periode suatu perusahaan menjalankan kegiatan operasional perusahaan untuk menjaga aspek berkelanjutan perusahaan dalam persaingan bisnis. Umur perusahaan yang makin panjang memberikan harapan bahwa pengungkapan informasi keuangan suatu perusahaan lebih komprehensif (Adhani, 2023)

Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (H Supriadi, 2024)

Ukuran profitabilitas memiliki beberapa keunggulan dibandingkan ukuran kekuatan keuangan jangka panjang lainnya yang hanya mengandalkan pos neraca. Angka ini dapat mengungkapkan pengembalian atas investasi modal secara efektif dari berbagai perspektif contributor pendanaan yang berbeda (kreditor dan pemegang saham) (Prihartanto, 2025)

Leverage

Leverage ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) (H Supriadi, 2024)

METODE

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dimana data dapat diolah menggunakan perhitungan statistika dan menggunakan data sekunder yaitu data yang dari pihak kedua, sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2020-2023 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan diambil dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Dalam penelitian ini perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.

Metode Pengumpulan dan Pemilihan Data

Berdasarkan sumber data yang diperoleh yaitu data sekunder maka metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan yaitu menggunakan teknik dokumentasi. Teknik atau metode dokumentasi diartikan sebagai cara pengumpulan data, dengan mencatat atau mengambil data yang sudah ada dalam dokumen atau arsip (Parmin, 2025)

Teknik pengumpulan data dengan cara kuantitatif adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Tilam, 2023)

Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Sugiyono, 2021)

Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan salah satu metode yang terdapat pada kelompok *nonprobability sampling* (Ahfas, 2025). *Nonprobability sampling* merupakan teknik penarikan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Teknik purposive sampling merupakan teknik penarikan sampel yang diterima berdasarkan tujuan tertentu (Ghozali, 2021)

Metode Statistik untuk Analisis Data

Metode statistik yang digunakan dalam analisis data dalam penelitian ini dan untuk menguji hipotesis yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan *Microsoft Excel 2016* dan *SPSS* versi 26. Berikut merupakan langkah-langkah dalam analisis data pada penelitian ini sebagai berikut :

Uji Statistik Deskriptif

Statistik dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi, sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan atau penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan grafik. Statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi, antara lain berupa frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, dan modus), dispersi (deviasi standar dan varian), dan koefisien korelasi antar variabel penelitian (Dandono, 2025)

Uji Asumsi Klasik (Uji Prasyarat Analisis)

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, baik variabel independent atas variabel dependen memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Albiansyah, 2023)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent (Ghozali, 2021).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pada model regresi. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut *homoskedastisitas* (Ghozali, 2021)

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Rida, 2024) Dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson (DW test), yaitu:

1. Apabila $0 < d < dl$ berarti tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan ditolak.
2. Apabila $dl \leq d \leq du$ berarti tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan No decision.
3. Apabila $4 - dl < d < 4$ berarti tidak ada korelasi negatif dengan keputusan ditolak.
4. Jika $4 - du < d < 4 - dl$ berarti tidak ada korelasi negatif dengan Keputusan Tidak.
5. Apabila $du < d < 4 - du$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan tidak ditolak.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengambil kesimpulan tentang populasi berdasarkan data sampel yang telah dikumpulkan. Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Uji hipotesis ini diantaranya sebagai berikut :

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat, bila dua atau lebih variabel terikat sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Rahayu, 2025). Hasil dari analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linear antara satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Rumus model regresi linier berganda dapat digambarkan sebagai berikut :

$$Y_i = \alpha + \beta X_{i1} + \beta X_{i2} + \dots + \beta X_{in} + \varepsilon$$

Keterangan:

Y_i = Variabel terikat (respon) ke- i

X_{i1}, X_{i2}, X_{in} = Variabel bebas pertama, kedua, dan seterusnya (*predictor*) ke- i

α = Parameter konstanta

β = Koefisien regresi

n = Banyak data pengamatan

ε = Variabel *error* atau *standard error* ke- i

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada uji statistik t , nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$) (Ahfas, 2025)

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi variabel independen terhadap dependen secara serempak. Uji kelayakan model bertujuan untuk menguji apakah model yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan atau tidak. Uji F penting untuk dilakukan dalam penelitian dengan lebih dari satu variabel bebas (Sugiyono, 2021)

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang mengatakan seberapa baik kecocokan garis regresi dengan datanya. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 mulai dari nol sampai dengan satu. Model dapat dikatakan baik apabila model memiliki nilai R^2 yang tinggi. Nilai R^2 menunjukkan persentase variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan, sementara sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian (Tukidi, 2024)

Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai 1 atau 0 sampai -1, jika nilai semakin dekat 1 atau -1 maka hubungan semakin kuat, jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah yaitu apabila X naik maka Y naik dan nilai negatif menunjukkan hubungan tidak searah yaitu apabila X naik maka Y turun (Ghozali, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini dalam bentuk tabel dengan bantuan software SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.1
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi Bisnis	44	7	17	12.02	2.565
Umur Perusahaan	44	25	110	58.95	24.813
Profitabilitas	44	.11	59.90	13.5005	11.54966
Leverage	44	13.09	392.83	119.1823	106.87574
Manajemen Laba	44	.15	1.08	.5114	.17429
Valid N (listwise)	44				

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.1 pada penelitian ini terdapat 44 data. Berikut penjelasan hasil statistik deskriptif yaitu:

1. Variabel Strategi Bisnis memiliki nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum sebesar 17 dan nilai rata-rata sebesar 12.02 dengan standar deviasi sebesar 2.565. Sehingga mengindikasikan bahwa hasil sebaran data pada variabel Strategi Bisnis baik, karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata.
2. Variabel Umur Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 25, nilai maksimum sebesar 110 dan nilai rata-rata sebesar 58.95 dengan standar deviasi sebesar 24.813. Sehingga mengindikasikan bahwa hasil sebaran data pada variabel Umur Perusahaan baik, karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata.
3. Variabel Profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,11, nilai maksimum sebesar 59.90 dan nilai rata-rata sebesar 13.5005 dengan standar deviasi sebesar 11.54966. Sehingga mengindikasikan bahwa hasil sebaran data pada variabel Profitabilitas baik, karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata.
4. Variabel Leverage memiliki nilai minimum sebesar 13.09, nilai maksimum sebesar 392.83 dan nilai rata-rata sebesar 119.1823 dengan standar deviasi sebesar 106.87574. Sehingga mengindikasikan bahwa hasil sebaran data pada variabel Leverage baik, karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata.

5. Variabel Manajemen Laba memiliki nilai minimum sebesar 0.15, nilai maksimum sebesar 1,08 dan nilai rata-rata sebesar 0.5114 dengan standar deviasi sebesar 0.17429. Sehingga mengindikasikan bahwa hasil sebaran data pada variabel Manajemen Laba baik, karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk memberikan hasil kesimpulan yang lebih pasti, pengujian lebih lanjut untuk mengetahui data penelitian bersifat normal yaitu dengan menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Berikut hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) :

Tabel 4.2
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23297531
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.067
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 artinya variabel yang digunakan berdistribusi normal, karena memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Berikut adalah hasil dari uji multikolonieritas:

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.612	.118		5.184	.000		
	Strategi Bisnis	.015	.008	.224	1.854	.071	.785	1.274
	Umur Perusahaan	-.004	.001	-.612	-5.132	.000	.804	1.243
	Profitabilitas	.000	.002	-.026	-.213	.832	.751	1.331
	Leverage	.000	.000	-.129	-1.051	.300	.761	1.313

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

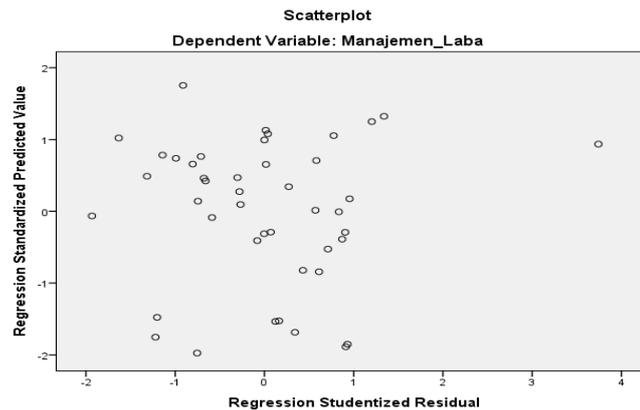
Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel memiliki nilai di atas 0,10. Nilai *tolerance* Strategi Bisnis sebesar 0,785, nilai *tolerance*

Umur Perusahaan sebesar 0,804, nilai *tolerance* Profitabilitas sebesar 0,751, nilai *tolerance Leverage* sebesar 0,761. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Nilai VIF Strategi Bisnis menunjukkan sebesar 1,274, nilai VIF Umur Perusahaan sebesar 1,243, nilai VIF Profitabilitas sebesar 1,331, dan nilai VIF *Leverage* sebesar 1,313. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel dalam model regresi ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t, dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW), dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokolerasi.
2. Jika $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokolerasi.
3. Jika $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Berikut ini merupakan hasil dari pengujian autokorelasi :

Tabel 4.4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.744 ^a	.553	.508	.12232	2.127
a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Umur Perusahaan, Strategi Bisnis					
b. Dependent Variable: Manajemen Laba					

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 hasil pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa nilai durbin watson sebesar 2,127. sementara dari DW tabel dengan taraf signifikansi 5% pada jumlah sampel (n) 44 dan jumlah variabel independen 4 (k=4) diperoleh batas bawah dengan nilai tabel (dL) sebesar 1.3263 dan batas atasnya (dU) sebesar 1.7200. karena nilai dw terletak antara $dU < dW < 4 - dU$ ($1.7200 < 2,127 < 2,2800$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi terdapat model regresi pada data penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Bisnis, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman. Berikut ini adalah hasil uji persamaan linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.612	.118		5.184	.000		
	Strategi Bisnis	.015	.008	.224	1.854	.071	.785	1.274
	Umur Perusahaan	-.004	.001	-.612	-5.132	.000	.804	1.243
	Profitabilitas	.000	.002	-.026	-.213	.832	.751	1.331
	Leverage	.000	.000	-.129	-1.051	.300	.761	1.313

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji analisis pada tabel 4.5 maka nilai koefisien dapat dibuat model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,612 - 0,015X_1 + -0,004X_2 + 0,000X_3 - 0,000X_4 + e$$

Berdasarkan model regresi diatas maka hasil regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta $\alpha = 0,612$
Besarnya nilai konstanta $\alpha = 0,612$, artinya menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yaitu Strategi Bisnis, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* memiliki nilai konstan 0, maka nilai dependen yaitu Manajemen Laba bernilai 0,612.
2. Koefisien variabel Strategi Bisnis = 0,015
Artinya, jika Strategi Bisnis mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan Manajemen Laba sebesar 0,015.
3. Koefisien Umur Perusahaan = -0,004
Artinya, jika Umur Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan Manajemen Laba sebesar -0,004.
4. Koefisien Profitabilitas = 0,000
Artinya, jika Profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan Manajemen Laba sebesar 0,000.
5. Koefisien Leverage = 0,000
Artinya, jika leverage mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan Manajemen Laba sebesar 0,000.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Uji t yang bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi suatu variabel secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Manajemen Laba. Dengan tingkat signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji dua sisi) dan $df = (n-k-1) = 44-4-1 = 39$ diperoleh t- tabel sebesar 2,023. Berikut ini adalah hasil dari uji t :

Tabel 4.6
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.612	.118		5.184	.000		
Strategi Bisnis	.015	.008	.224	1.854	.071	.785	1.274
Umur Perusahaan	-.004	.001	-.612	-5.132	.000	.804	1.243
Profitabilitas	.000	.002	-.026	-.213	.832	.751	1.331
Leverage	.000	.000	-.129	-1.051	.300	.761	1.313

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

1. Variabel Strategi Bisnis

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Strategi Bisnis diperoleh nilai t-hitung 1.854 dengan nilai t-tabel 2,023. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1.854 < 2,023$) dengan tingkat signifikansi $0,071 < 0,05$, yang berarti H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.

2. Variabel Umur Perusahaan

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Umur Perusahaan diperoleh nilai t-hitung -5.132 dengan nilai t-tabel 2,023. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-5.132 < 2,023$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Umur Perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.

3. Variabel Profitabilitas

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Profitabilitas diperoleh nilai t-hitung -0,213 dengan nilai t-tabel 2,023. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0,213 < 2,023$) dengan tingkat signifikansi $0,832 > 0,05$, yang berarti H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.

4. Variabel *Leverage*

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel *Leverage* diperoleh nilai t-hitung -0,1051 dengan nilai t-tabel 2,023. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0,1051 < 2,023$) dengan tingkat signifikansi $0,300 > 0,05$, yang berarti H_{04} diterima dan H_{a4} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.

Hasil Uji F (Simultan)

F-tabel dapat dicari pada statistik pada signifikan 0,05. Dengan degree of freedom (df) untuk kolom $(k-1) 5-1 = 4$ dan df untuk baris $(n - k)$ yaitu $44-5 = 39$ diperoleh hasil F tabel sebesar 2.61 Hasil analisis regresi guna menguji hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.723	4	.181	12.078	.000 ^b
	Residual	.583	39	.015		
	Total	1.306	43			

a. Dependent Variable: Manajemen Laba
b. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Umur Perusahaan, Strategi Bisnis

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 12.078 sehingga $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ yaitu $12.078 > 2,61$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah Strategi Bisnis, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Pada penelitian ini menggunakan pengujian koefisien korelasi *brivariate* product moment person. Koefisien ini mengukur keeratan hubungan antara hasil pengamatan dari populasi yang mempunyai dua varian (*brivariate*). Adapun hasil dari perhitungan koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations				
		Strategi Bisnis	Umur Perusahaan	Profitabilitas	Leverage	Manajemen_Laba
Strategi Bisnis	Pearson Correlation	1	-.130	.160	-.362*	.346*
	Sig. (2-tailed)		.401	.298	.016	.021
	N	44	44	44	44	44
Umur Perusahaan	Pearson Correlation	-.130	1	.383*	.267	-.686**
	Sig. (2-tailed)	.401		.010	.079	.000
	N	44	44	44	44	44
Profitabilitas	Pearson Correlation	.160	.383*	1	.249	-.257
	Sig. (2-tailed)	.298	.010		.103	.092
	N	44	44	44	44	44
Leverage	Pearson Correlation	-.362*	.267	.249	1	-.380*
	Sig. (2-tailed)	.016	.079	.103		.011
	N	44	44	44	44	44
Manajemen_Laba	Pearson Correlation	.346*	-.686**	-.257	-.380*	1
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.092	.011	
	N	44	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan 4.8 menunjukkan perhitungan koefisiensi korelasi sebagai berikut :

1. Koefisien korelasi variabel Strategi Bisnis terhadap Manajemen_Laba sebesar 0,346. Hal ini berarti hubungan Strategi Bisnis dengan Manajemen_Laba sangat lemah dengan signifikansi $0,021 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Strategi Bisnis dengan Manajemen_Laba.
2. Koefisien korelasi variabel Umur Perusahaan terhadap Manajemen_Laba sebesar -0,686. Hal ini berarti hubungan Umur Perusahaan dengan Manajemen_Laba sangat lemah dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Umur Perusahaan terhadap Manajemen_Laba.
3. Koefisien korelasi variabel Profitabilitas terhadap Manajemen_Laba sebesar -0,257. Hal ini berarti hubungan Profitabilitas dengan Manajemen_Laba sangat lemah dengan signifikansi $0,092 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Profitabilitas terhadap Manajemen_Laba.
4. Koefisien korelasi variabel *Leverage* terhadap Manajemen_Laba sebesar -0,380. Hal ini berarti hubungan *Leverage* dengan Manajemen_Laba sangat kuat dengan signifikansi $0,011 > 0,05$

sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *Leverage* terhadap Manajemen_Laba.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menerangkan variasi dari variabel dependen. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.744 ^a	.553	.508	.12232	2.127
a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Umur Perusahaan, Strategi Bisnis					
b. Dependent Variable: Manajemen Laba					

Sumber: Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,508 atau 50,8%. Artinya, bahwa variabel Manajemen Laba dipengaruhi oleh variabel bebas seperti Strategi Bisnis, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* sedangkan sisanya 49,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah digunakan maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Strategi Bisnis diperoleh nilai t-hitung 1.854 dengan nilai t-tabel 2,017. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1.854 < 2,017$) dengan tingkat signifikansi $0,071 < 0,05$, yang berarti H_01 diterima dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.
2. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Umur Perusahaan diperoleh nilai t-hitung -5.132 dengan nilai t-tabel 2,017. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-5.132 < 2,017$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti H_02 diterima dan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Umur Perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.
3. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Profitabilitas diperoleh nilai t-hitung -0,213 dengan nilai t-tabel 2,017. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0,213 < 2,017$) dengan tingkat signifikansi $0,832 > 0,05$, yang berarti H_03 diterima dan H_{a3} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.
4. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji parsial untuk variabel Leverage diperoleh nilai t-hitung -0,1051 dengan nilai t-tabel 2,017. Nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0,1051 < 2,017$) dengan tingkat signifikansi $0,300 > 0,05$, yang berarti H_04 ditolak dan H_{a4} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023.
5. Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 12.078 sehingga F-hitung $>$ F-tabel yaitu $12.078 > 2,61$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka

hipotesis H_{a5} diterima dan H_{o5} ditolak. Kesimpulannya adalah Strategi Bisnis, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, M. R. M. S. A. S. (2023). Analisis Pengaruh Pendapatan Usaha, Beban Operasional Dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei 2019-2021). *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi* , 15(2), 1–4.
- Ahfas, M. (2025). Pengaruh Penilaian Kinerja Dengan Roi Dan Eva Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Lq 45 Di Bursa Efek Indonesia. *Accounting Research And Business Journal*, 2(2), 25–37.
- Albiansyah. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt Batavia Bintang Berlian Cipondoh Kota Tangerang. *Management Research And Business Journal (Mrb)*, 1(1), 38–57. <https://Stiebp.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/Mrb/Article/View/20>
- Dandono, Y. R. ; D. A. (2025). Analisis Pengaruh Return On Asset, Debt To Equity Ratio, Dividend Payout Ratio, Dan Size Terhadap Price To Book Value (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2018–2022). *Management Research And Business Journal*, 2(2), 1–19.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26* (10th Ed.). Universitas Diponegoro.
- H Supriadi, W. H. I. A. (2024). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur. *Accounting Research And Business Journal 2 (1)*, 81-94, 2(1), 81–94.
- Handini, S. Dkk. (2020). *Teori Portofolio Dan Pasar Modal Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- M Yamin, Y. R. (2024). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Growth Opportunities Dan Financial Distress Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi. *Accounting Research And Business Journal* , 1(2), 1–17.
- Manurung Dkk. (2022). *Akuntansi Manajemen*. Widina.
- Parmin, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Percetakan Di Lingkungan Sekitar Kampus Stie Bhakti Pembangunan. *Management Research And Business Journal*, 2(2), 32–49.
- Prihartanto, A. (2025). Pengaruh Rasio Aktivitas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham (Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Management Research And Business Journal*, 2(2).
- Rahayu, S. ; T. S. (2025). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Return On Assets Dan Kebijakan Liabilitas Terhadap Income Smoothing Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Beverages Tahun 2018-2023. *Accounting Research And Business Journal*, 2(2), 62–76.

- Rida Lailatul Rahma; Miranti Handayani; Dorit Hartini; Adhani, I. (2024). Analisa Tarif Sewa Ruang Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing (Studi Pada Plaza Kemang 88). *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(2), 357–364.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (10th Ed.). Cv.Alfabeta.
- Tilam, S. T. Dkk. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Accounting Research And Business Journal*, 1(Agustus).
- Tugiantoro, T. A. I. (2025). Peran Sustainability Business Strategy Dalam Meningkatkan Business Sustainability. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 448–456.
- Tukidi, I. A. Dan R. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming Dan Diskon Harga Di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Di Jakarta Selatan). *Management Research And Business Journal*, 1(2), 103–119.
- Wedda Hastuti, I. A. W. N. (2024). Risiko Bisnis, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Nusa Akuntansi*, 1(3), 541–554.