

ABSTRAK

Manajemen laba adalah aktivitas yang dilakukan manajer untuk mengelabui prinsipal dengan memberikan laporan keuangan yang tidak semestinya. Manajemen laba dipengaruhi oleh hasrat untuk memenuhi kepentingan diri sendiri tanpa melihat kepentingan orang lain. Variabel yang mempengaruhi manajemen laba adalah *market power* dan *market competition*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *market competition* dan *market power* terhadap manajemen laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. Dalam penelitian ini *market power* dan *market competition* merupakan variabel independen. Sedangkan manajemen laba merupakan variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan diperoleh 14 perusahaan dengan periode penelitian selama 5 tahun, sehingga diperoleh 70 total sampel perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *market power* dan *market competition* berpengaruh secara simultan terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Secara parsial, *market power* berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. *Market competition* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018.

Saran bagi pihak perusahaan, meskipun *market competition* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba namun perusahaan harus tetap melakukan *branding* semaksimal mungkin. Saran bagi investor, investor diharapkan mempertimbangkan *market power* sebagai salah satu penilaian sebelum melakukan investasi karena *market power* yang tinggi dapat menyebabkan manajemen laba.

Kata Kunci: *Market Power*, *Market Competition*, dan Manajemen Laba