

## Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur

Adelayde Ronauli Simangunsong<sup>1</sup>, Henny Triyana Hasibuan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

[adelayers@gmail.com](mailto:adelayers@gmail.com)<sup>1</sup>, [henny.triyana@unud.ac.id](mailto:henny.triyana@unud.ac.id)<sup>2</sup>

\*Correspondences: [adelayers@gmail.com](mailto:adelayers@gmail.com)

**Abstract.** “Earnings management occurs when executives falsify the company's financial reports for personal gain. The purpose of this research is to examine and collect data on the impact of company size, profitability, and sales growth on the practice of earnings management. Between 2019 and 2021, the companies registered on the Indonesia Stock Exchange that were involved in manufacturing were used as the study's population. There were a total of 264 manufacturing firms trading on the Indonesia Stock Exchange in the study year range of 2019-2021. Purposeful sampling was used to choose the study's sample. The analysis made use of multiple linear regression. Findings from studies show that the size of a firm and its revenue growth have no bearing on the difficulty of managing profitability. Earnings management benefits from increased profitability. This lends credence to the study's central hypothesis, the agency theory, which states that profitability can raise the earnings shown in financial statements.”

**Keywords:** Earnings Management, Company Size, Profitability, Sales Growth

**Abstrak.** “Manajemen laba terjadi ketika eksekutif memalsukan laporan keuangan perusahaan untuk keuntungan pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengumpulkan data mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap praktik manajemen laba. Antara tahun 2019 dan 2021, perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang bergerak di bidang manufaktur digunakan sebagai populasi penelitian. Terdapat total 264 perusahaan manufaktur yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia pada rentang tahun kajian 2019-2021. Sampling bertujuan digunakan untuk memilih sampel penelitian. Analisis menggunakan regresi linier berganda. Temuan dari studi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan pendapatannya tidak berpengaruh pada kesulitan mengelola profitabilitas. Manajemen laba mendapat manfaat dari peningkatan profitabilitas. Hal ini memberikan kepercayaan pada hipotesis utama studi tersebut, teori agensi, yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat meningkatkan pendapatan yang ditunjukkan dalam laporan keuangan.”

**Kata Kunci:** Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan

### PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan kehidupan bisnis membuat perusahaan untuk terus berkembang secara menyeluruh agar dapat bertahan di pasar. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengembangkan dan meningkatkan industri mereka dan menggunakan sumber daya mereka secara efektif dan efisien, memungkinkan perusahaan untuk bersaing di pasar dan diterima di semua lapisan masyarakat. Semakin tinggi nilai akumulasi keuntungan dari tahun ke tahun, semakin yakin perusahaan dapat menggunakan sumber dayanya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan. Salah satu ukuran keuangan terpenting untuk mengukur efektivitas manajemen adalah laba. Pihak eksternal menggunakan hasilnya sebagai ukuran efisiensi operasional perusahaan. Manajemen kinerja dirancang untuk memanipulasi akuntansi agar perusahaan terlihat lebih baik dari yang sebenarnya.

Fakta bahwa ada perataan laba dalam pelaporan akuntansi telah menyebabkan beberapa kasus terkenal. Salah satunya adalah PT. Kimia Farma Tbk., yang dievaluasi oleh Kementerian BUMN dan BAPEPAM pada tahun 2001, menemukan bahwa laba bersih yang diumumkan sebesar 132 miliar adalah berlebihan dan mengandung komponen rekayasa. Karena daftar harga persediaan mengalami kenaikan nilai, Kimia Farma Tbk terikat dengan karakteristik persediaan (Pratiwi, 2014). temuan studi tentang teknik perataan pendapatan yang selama beberapa tahun meningkatkan pendapatan sebesar US\$12 miliar.

Telah dilakukan beberapa penelitian tentang manajemen laba, namun hasilnya masih belum konklusif. Oktaviasari (2018) meneliti bagaimana perataan laba pada bisnis manufaktur yang terdaftar antara tahun 2011 dan 2015 dipengaruhi oleh laba, ukuran perusahaan, dan utang. Perataan laba sangat terkait dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage. Para pelaku bisnis sudah terbiasa melakukannya dalam kondisi perekonomian Indonesia, seperti yang dapat diamati dari berbagai contoh strategi perataan laba.

Riawan (2020) melihat pengaruh firm size, return on assets, debt to equity ratio, dan total assets turnover terhadap income smoothing. Temuan menunjukkan bahwa perataan laba secara signifikan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Temuan dari banyak penelitian tentang teknik manajemen laba tidak konsisten.

Pengelolaan bisnis diatur oleh kontrak atau perjanjian antara agen (pihak manajemen) dan pemilik modal (prinsipal), menurut teori keagenan. Menurut teori keagenan, proses manajemen kinerja dipengaruhi oleh tujuan manajer dan pemilik yang bertentangan untuk memajukan karir mereka dan mengumpulkan kekayaan pribadi.

Pengelolaan laba perusahaan disebut sebagai manajemen laba. Praktik ini dapat menunjukkan keuntungan finansial yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan dan pada akhirnya dapat merugikan kesuksesan jangka panjang perusahaan (Savitri dan Priantinah, 2019). Manajer yang bertanggung jawab atas pelaporan keuangan dan persiapan transaksi mungkin bersalah atas manipulasi laba jika mereka melakukan penyesuaian terhadap laporan keuangan dengan maksud untuk menggambarkan efisiensi keuangan perusahaan atau menggoyahkan hasil kontrak melalui penggunaan angka-angka palsu.

Menurut Reviani dan Nurmanto (2018), nilai perusahaan berkorelasi terbalik dengan ukurannya, dan perusahaan yang lebih besar seringkali memiliki prosedur yang lebih baik dalam mengelola laba mereka. Organisasi besar memiliki insentif yang cukup besar untuk mengelola profitabilitas mereka karena mereka harus memenuhi harapan investor atau pemegang saham mereka. Manajer akan sering mengelola laba dengan cara yang meningkatkan profitabilitas. Menurut teori keagenan, bisnis dengan total aset yang banyak memiliki bisnis yang besar.

H<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

Karena profitabilitas merupakan kemampuan suatu instansi untuk menghasilkan laba atau laba yang maksimal sesuai dengan tujuan organisasi (Putri, 2017), maka manajemen mengutamakan pencapaian tujuan tersebut guna memaksimalkan laba. Rasio profitabilitas sangat membantu untuk menunjukkan seberapa sukses bisnis menghasilkan keuntungan. Menurut teori keagenan, ketika profitabilitas meningkat, hubungan prinsipal-agen menjadi lebih rumit dan biaya keagenan berkembang.

H<sub>2</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba

Pertumbuhan penjualan adalah pengakuan bahwa ada peluang komersial di pasar yang harus dimanfaatkan oleh bisnis. Bisnis dengan pertumbuhan tinggi biasanya membutuhkan modal tambahan dari sumber luar yang signifikan. Menurut Zurriah dan Sembiring (2020), tingkat perputaran perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan laba yang pada gilirannya dapat memperluas ukuran perusahaan dan mendukung pertumbuhan perusahaan. Menurut ide agensi, bisnis dengan pendapatan yang meningkat memiliki masa depan yang menjanjikan.

H<sub>3</sub>: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

## **METODE PENELITIAN**

Untuk mengkaji interaksi antar faktor minat, penelitian ini memadukan teknik kuantitatif dengan strategi asosiatif (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis laporan keuangan perusahaan tahun 2019-2020 dan 2020-2021. Variabel independen dan dependen penelitian ini adalah peningkatan penjualan, ukuran perusahaan, dan keuntungan.

Perusahaan manufaktur yang sukses yang memenuhi kriteria tertentu menjadi populasi penelitian ini. Sampel penelitian ini dipilih melalui purposeful sampling, dengan kriteria sebagai berikut sebagai dasar proses pemilihan: Perusahaan di bidang manufaktur yang memenuhi persyaratan sebagai berikut dipertimbangkan: 1) mempresentasikan laporan keuangan secara berkala ke Bursa Efek Indonesia; 2) tidak pernah dibatalkan pendaftarannya selama tahun penelitian; 3) laporan dalam rupiah; 4) laporan dalam mata uang Indonesia; dan 5) menghasilkan keuntungan.

Tabel 1 mencantumkan semua 264 sampel yang dihasilkan dengan menggunakan kriteria ini selama tiga tahun pengamatan.

**Tabel 1 Kriteria Pemilihan Sampel**

Keterangan	2019	2020	2021	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021	183	178	193	554
Perusahaan manufaktur yang delisting Tahun 2019-2021	(6)	(6)	(14)	(26)
Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangannya sampai dengan tahun 2021	(34)	(32)	(27)	(93)
Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya	(29)	(27)	(26)	(82)
Perusahaan yang mengalami rugi	(32)	(33)	(24)	(89)
<b>Jumlah Observasi (2019-2021)</b>	<b>82</b>	<b>80</b>	<b>102</b>	<b>264</b>

*Sumber: Data Penelitian, 2023*

Ukuran usaha menunjukkan besarnya usaha dari segi modal dan keuntungan yang menunjukkan kapasitas usaha. Ukuran perusahaan ditentukan dengan menjumlahkan semua asetnya. Ukuran bisnis dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Aset) \dots \dots \dots (1)$$

Profitabilitas adalah ukuran kapasitas manajemen untuk menghasilkan uang dari penggunaan sumber daya dalam aktivitas bisnis. Rasio Pengembalian Aset (ROA) digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas. Rumus di bawah ini dapat digunakan untuk menentukan ROA:

$$Return\ On\ Assets = \frac{Laba\ Setel\ Pajak}{Total\ Aset} \dots \dots \dots (2)$$

Indikator yang digunakan untuk menentukan karakteristik pertumbuhan penjualan disebut dengan Rasio Pertumbuhan (GR). Rumus di bawah ini dapat digunakan untuk menentukan GR:

$$Growth Ratio = \frac{Nilai\ Awal - Nilai\ Akhir}{Nilai\ Akhir} \times 100 \dots \dots \dots (3)$$

Modified Jones Model sering digunakan karena dianggap sebagai model terbaik untuk mengidentifikasi manajemen laba dan menghasilkan hasil yang paling dapat diandalkan. Rumus untuk menghitung kompensasi diskresioner (DACC) tercantum di bawah ini:

$$DACC_t = TACC_t / TA_{t-1} - NDACC_t \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

- $DACC_t$  : *discretionary accrual* perusahaan pada tahun t  
 $TACC_t$  : total *accrual* perusahaan pada tahun t  
 $TA_{t-1}$  : total aset perusahaan pada tahun t  
 $NDACC_t$  : *non discretionary* perusahaan pada tahun t

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan observasi non-partisipan, di mana peneliti mengambil peran sebagai pengamat yang objektif dan bukan sebagai partisipan. Persamaan berikut digunakan dalam analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- $\alpha$  = konstanta  
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = koefisien regresi dari masing-masing variabel independen  
 $Y$  = manajemen laba  
 $X_1$  = ukuran perusahaan  
 $X_2$  = profitabilitas  
 $X_3$  = pertumbuhan penjualan  
 $e$  = Tingkat kesalahan pengganggu

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 menampilkan hasil analisis statistik deskriptif yang dilakukan terhadap variabel penelitian.

**Tabel 2 Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan (X1)	264	25.71	33.49	285.987	158.992
Profitabilitas (X2)	264	-0.40	0.92	0.0571	0.12277
Pertumbuhan Penjualan (X3)	264	0.00	4.94	0.4828	0.47342
Manajemen Laba (Y)	264	-0.31	1.19	0.0097	0.10536

Sumber: Data Penelitian, 2023

Dengan rata-rata 28,599 dan standar deviasi 1,58992 yang merepresentasikan distribusi ukuran perusahaan, rentang X1 pada Tabel 2 adalah dari 25,71 hingga 33,49. Ukuran harus lebih besar dari normal jika standar deviasi lebih tinggi dari rata-rata. Dengan kisaran 0,40 hingga 0,92, rata-rata profitabilitas X2 adalah 0,0571, dan standar deviasinya adalah 0,12277. Jika nilai rata-rata lebih rendah dari standar deviasi, bisnis seringkali kecil.

Batas bawah dan batas atas variabel pertumbuhan penjualan (X3) masing-masing adalah 0,00, 4,94, 0,4828, dan 0,47342. Jika angka standar deviasi lebih dari tingkat pertumbuhan penjualan rata-rata, maka tingkat pertumbuhan penjualan secara keseluruhan adalah pesat. Kisaran variabel manajemen laba adalah (-0,31) sampai (1,19), berpusat di sekitar 0,0097 dan rata-rata berfluktuasi sekitar 0,10536. Semakin rendah standar deviasi upah Anda, struktur perataan pendapatan Anda akan semakin mudah.

Uji asumsi konvensional digunakan untuk menilai validitas data penelitian. Pemodelan regresi adalah parameter yang valid atau dapat diterima yang dapat diterapkan. Jika nilai residual yang dihasilkan oleh model regresi mengikuti distribusi normal, maka uji normalitas akan menunjukkannya. Distribusi normal atau hampir normal adalah kebutuhan akan data yang andal. Penelitian ini menggunakan uji normalitas non parametrik yang dikenal dengan teknik One Sample Kolmogorov Smirnov (K.S.). Tabel berikut menampilkan nilai prediksi untuk uji Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov**

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	264
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0.829
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.497

Sumber: Data Penelitian, 2023

Seperti dapat ditunjukkan pada Tabel 3, asymp. Sig. Nilai 1(2-tailed) adalah 0,497 (0,497 > 0,05). Dengan demikian, data residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas), yang menunjukkan memenuhi asumsi umum dan dapat digunakan dalam penelitian.

Gunakan uji multikolinearitas untuk mencari tahu apakah variabel independen model regresi Anda semuanya saling berhubungan. Nilai VIF dan tingkat toleransi diperhitungkan saat mengidentifikasi multikolinearitas.

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolonieritas**

<b>Variabel</b>	<b>Toleranc e</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Ukuran Perusahaan (X1)	0.878	1.139	Tidak terjadi multikolinearitas
Profitabilitas (X2)	0.879	1.138	Tidak terjadi multikolinearitas
Pertumbuhan Penjualan (X3)	0.996	1.004	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Penelitian, 2023

Nilai VIF dan toleransi di atas 0,10 dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil ini mengesampingkan kemungkinan terjadinya multikolinearitas.

Keterkaitan antara sisa pada periode t dan sisa pada periode t-1 dikenal sebagai autokorelasi. Karena asosiasi yang berkembang antara pengamatan berikutnya dari waktu ke waktu, fenomena yang disebut autokorelasi terjadi. Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan run test untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi (Ghazali, 2018).

**Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi dengan uji Run Test**

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Test Value<sup>a</sup></i>	0.00589
<i>Cases &lt; Test Value</i>	126
<i>Cases &gt;= Test Value</i>	127
<i>Total Cases</i>	253
<i>Number of Runs</i>	125
<i>Z</i>	-0.315
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.753

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel 5, tingkat signifikansi uji coba model regresi adalah 0,753. Karena ambang signifikansi lebih tinggi dari 0,05 (lebih dari 5%), Dalam analisis ini, autokorelasi dikeluarkan dari model regresi. Tabel 6 menampilkan hasil penelitian regresi linier berganda yang digunakan untuk menurunkan rumus regresi Y-X.

**Tabel 6 Regresi Linear Berganda**

Variabel	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Konstanta)	0.184	0.110		1.675	0.095
Ukuran Perusahaan (X1)	-0.006	0.004	-0.098	-1.686	0.093
Profitabilitas (X2)	0.395	0.050	0.460	7.914	0.000
Pertumbuhan Penjualan (X3)	-0.023	0.012	-0.105	-1.899	0.059

Sumber: Data Penelitian, 2023

Persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda pada Tabel 6:

$$Y = 0,184 - 0,006 X1 + 0,395 X2 - 0,023 X3 \dots\dots\dots(5)$$

Dilihat dari konstantanya, nilainya adalah 0,184. Jika ukuran perusahaan (X1), profitabilitas (X2), dan pertumbuhan penjualan (X3) semuanya 0, maka Manajemen Laba (Y) sama dengan 0,184. Jika variabel ukuran perusahaan dinaikkan sebesar satu satuan maka koefisien regresi sebesar 0,006 memprediksi manajemen laba akan turun sebesar 0,006 satuan. Nilai negatif koefisien ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara manajemen laba dengan ukuran perusahaan. Variabel profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,395, sehingga kenaikan profitabilitas sebesar satu satuan akan menghasilkan peningkatan manajemen laba sebesar 0,395 satuan. Karena koefisiennya positif, kita dapat menyimpulkan bahwa ada korelasi antara manajemen laba dan kesuksesan finansial.

Peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar satu satuan dikaitkan dengan penurunan sebesar 0,023 satuan pada variabel manajemen laba, sesuai dengan koefisien regresi untuk pertumbuhan penjualan sebesar -0,023 satuan. Koefisien negatif menunjukkan korelasi negatif antara manajemen laba dan ekspansi pendapatan.

**Tabel 7 Hasil Uji F**

Model	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
Regression	0.109	3	0.036	10.837	0.000 <sup>a</sup>
Residual	0.836	260	0.003		
Total	0.945	263			

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa karena 0,00 dan 0,05 secara statistik signifikan, kita masing-masing harus menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Manajemen laba dengan demikian dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan.

**Tabel 8 Hasil Uji t**

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
Ukuran Perusahaan (X1)	-1,686	0,093	Ditolak
Profitabilitas (X2)	7,914	0,000	Diterima
Pertumbuhan Penjualan (X3)	-1,899	0,059	Ditolak

Sumber: Data Penelitian, 2023

Dengan nilai signifikan 0,093, temuan uji-t untuk variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini mengkonfirmasi  $H_0$  dan membantah  $H_1$ . Ini menunjukkan betapa rumitnya hubungan antara ukuran perusahaan dan manajemen laba. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 8. Profitabilitas berpengaruh sedikit menguntungkan terhadap manajemen laba, oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  disetujui, sesuai dengan variabel profitabilitas sig 0,000 (0,000 < 0,05). Variabel pertumbuhan penjualan sig sebesar 0,059 (0,059 > 0,05) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif yang kecil terhadap manajemen laba, sehingga  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah metrik untuk mengevaluasi fleksibilitas model dalam menghadapi perubahan variabel dependen. Nilai  $R^2$  dapat berkisar dari 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak memberikan penjelasan yang cukup untuk varians dalam variabel dependen.

**Tabel 9 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.340 <sup>a</sup>	0.115	0.105	0.05794

Sumber: Data Penelitian, 2023

Nilai adjusted R square, atau 10,5%, didasarkan pada temuan pada Tabel 9. Nilainya adalah 0,105. Koefisien menunjukkan bahwa varians dalam variabel independen sebesar 10,5% dapat menjelaskan variasi dalam manajemen laba. Oleh karena itu, 89,5% sisanya merupakan hasil dari faktor-faktor yang tidak berhubungan dengan penelitian ini.

Menurut temuan penelitian, ada sedikit hubungan antara manajemen keuntungan dan ukuran bisnis. Karena p-value untuk variabel independen lebih besar dari 0,05, kami menerima Ho dan menolak H1. Temuan penelitian ini menguatkan temuan Tinessa (2018) dan Astria (2021), yang tidak menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas. Dewi (2019) dan Mardianto (2020) berpendapat bahwa manajemen laba memiliki efek yang berbeda-beda pada organisasi dengan ukuran yang berbeda-beda.

Manajemen laba difasilitasi oleh variabilitas laba. Hipotesis kedua tidak didukung oleh data ini karena variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menggambarkan bagaimana profitabilitas variabel memberikan kontribusi untuk memaksimalkan pendapatan. Hasil ini sejalan dengan investigasi tahun 2017 oleh Aljana dan Purwanto dan penelitian tahun 2019 oleh Melinda. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Lestari (2019) dan Sundari (2021) yang tidak menemukan hubungan antara maksimalisasi laba dengan manajemen laba.

Dengan nilai signifikansi 0,059 (lebih besar dari 0,05), variabel pertumbuhan penjualan membantah H3 dan mendukung Ho. Hal ini menunjukkan bahwa pengendalian profitabilitas tidak dipengaruhi oleh variabel pertumbuhan penjualan. Temuan penelitian ini, yang mendukung Fahmie (2018) dan Santoso (2021), menunjukkan bahwa peningkatan penjualan berdampak kecil terhadap perataan laba di perusahaan. Namun, Febria (2020) dan Rahmi (2021) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan membantu manajemen laba, yang bertentangan dengan hasil penelitian saat ini.

Konsekuensi teoretis dan praktis mengalir dari penelitian ini. Hasil secara teoritis menunjukkan bahwa profitabilitas berdampak pada ukuran perusahaan dan manajemen laba, tetapi tidak pada pertumbuhan penjualan. Ini mendukung premis yang mendasari penelitian, teori agensi, yang berpendapat bahwa profitabilitas dapat meningkatkan keuntungan laporan keuangan dengan cara yang memungkinkan investor membuat keputusan yang meningkatkan nilai bisnis. Namun variabel ukuran bisnis dan pertumbuhan penjualan tidak mendukung teori keagenan, teori yang diterapkan dalam penelitian ini.

Implikasi praktik dalam kaitannya dengan kontribusi penelitian terhadap keputusan investasi banyak pihak atau investor yang berkepentingan, khususnya mereka yang memfokuskan investasinya di pasar modal dengan mempertimbangkan manajemen laba perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki sedikit pengaruh pada sejauh mana laba dikelola. Manajemen laba kurang umum di perusahaan besar daripada di perusahaan kecil karena kurangnya insentif. Manajemen laba juga dipengaruhi oleh faktor rentabilitas. Ini menunjukkan bagaimana manajemen laba berdampak pada apakah profitabilitas tinggi atau rendah. Variabel pertumbuhan penjualan tidak berdampak pada manajemen laba. Ini menunjukkan bahwa bisnis dengan volume penjualan yang besar tidak mengelola laba untuk meningkatkan kinerja.

Saran yang dapat diterapkan bagi perusahaan yaitu dengan adanya pengaruh positif pada profitabilitas, diharapkan untuk mengalokasikan biaya dan penjualannya agar seimbang, karena hal ini dapat mempengaruhi keinginan investor untuk melakukan investasi. Investor diantisipasi untuk menggunakannya sebagai starter pemikiran saat membuat keputusan dan menggunakan keadaan perusahaan sebagai tolok ukur saat memutuskan perusahaan mana yang akan diinvestasikan. Variabel yang dipertimbangkan dalam penelitian ini mungkin bukan satu-satunya yang berpengaruh terhadap manajemen laba; penelitian masa depan diharapkan untuk menyelidiki variabel tambahan, seperti leverage, arus kas bebas, dan laba atas ekuitas. Studi ini memiliki potensi yang menjanjikan, dan alangkah baiknya jika dapat diperluas untuk mencakup semua subsektor industri yang diwakili di Bursa Efek Indonesia.

## REFERENSI

- Aflatoon, dan Nikbakht. 2010. Income Smoothing, Real Earnings Management and Long-Run Stock Returns, 3(1).
- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 10 (1), 2018, 63-74, 10(1).
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1 - Google Buku. In *Surabaya: UNAIR*.
- Ashari, N. Koh H.C., Tan S.L., dan Wong, W.H. 1994. Factor Affecting Income Smoothing Among Listed Companies in Singapore. *Journal of Accounting and Bussiness Recerch*, Auntum, pp.291-304.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan The Effect of Profitability, Leverage, Firm Size and Managerial Ownership on Firm Value. *Forum Ekonomi*, 23(1).
- Bintara, R. (2020). The Effect of Working Capital, Liquidity and Leverage on Profitability. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 4(1).
- Brigham, Eugene, F., & Houston, J. F. (2011). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. *Edisi Kesebelas*. Jakarta: Erlangga.
- Eckel, N. (1981). The Income Smoothing Hypothesis Revisited. *Abacus*, 17(1), 28-40
- Fahmie, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor*, 6(2).
- Fajaria, A. Z., Purnamasari, L., & Isnalita, I. (2017). The Effect of Investment Decisions, Funding Decision and Dividend Policy on Company Value Study on Manufacturing Company Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2009-2013. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 35(Miceb 2017).3
- Fatmawati, & Djajanti, A. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage Terhadap Perataan Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Fransisca, E., & Widjaja, I. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Ghozali, & Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gu, Zhaoyang, C. J. Lee, & J. G. Rosett. (2005). What Determines the Variability of Accounting Accruals? *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 24: 313-314
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Go Public Di Bursa

Efek Indonesia Periode 2016-2018.

- Houston, E. F. B. and J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*, Fifteenth edition. In *Cengage Learning, Inc.*
- Ogundajo, G. O., Saolu, T. A., Ajayi, A., & Otitolaiye, E. (2021). Income Smoothing, Earnings Management and the Credibility of Accounting Information. *Internasional Jurnal of Business, Economics and Management*, 8(4), 292-306
- Peranasari, I. A. A. I., & Dharmadiaksa, I. B. (2014). Perilaku Income Smoothing dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 8(1), 6-82.
- Priyono, Y., Samanto, H., & Sumadi. (2019). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity, Dan Total Assets Turnover Terhadap Perubahan Laba ISSN 1412-62X. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*.
- Przepiorka, W., & Berger, J. (2017). Signaling theory evolving: Signals and signs of trustworthiness in social exchange. *Social Dilemmas, Institutions, and the Evolution of Cooperation*, January 2017, 373–392.
- Purnawati, A., & Puspitasari, I. (2019). Pengaruh Total Assets Turnover dan Return On Assets Terhadap Praktik Perataan Laba. *Jurnal Riset Akuntansi*, 11(1).
- Puspitasari, I. A. W., & Muliarta, K. (2018). Pengaruh Kapitalisasi Pasar pada Manajemen Laba dengan Dewan Komisaris Independen dan Kualitas Auditor sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(3).
- Puspitasari, Budi, & Dwiana. (2018). Pengaruh Profitabilitas pada Praktik Perataan Laba dengan Struktur Kepemilikan sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(1).
- Sianturi, H., & Rosita, W. E. Y. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Terhadap Perataan Laba pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi*. 2(2).
- Siregar, K. Z. U. (2018) Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan Terhadap Rasio Lancar pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2016. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*.