

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
MANAJEMEN LABA DENGAN ASIMETRI INFORMASI SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang
Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023)**

Nandia Kurniawati ¹, Djoko Kristianto ²
Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Correspondence		
Email: nandiakurniawati88@gmail.com .,	No. Telp:	
djokokristianto@yahoo.co.id		
Submitted 11 September 2024	Accepted 17 September 2024	Published 18 September 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan asimetri informasi sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023. Sampel yang digunakan dipilih dengan metode *purposive sampling*. Sumber data dari penelitian ini data sekunder. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan uji *Moderated Regression Linier* (MRA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Di samping itu, asimetri informasi dapat memperkuat pengaruh antara variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba, Asimetri Informasi

Abstract

This study aims to analyze the effect of profitability and firm size on earnings management with information asymmetry as a moderating variable. The population in the study were manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the IDX in the 2019-2023 period. The sample used was selected using a purposive sampling method. The data source for this research is secondary data. The analytical method for this research uses multiple linear analysis and the Moderated Linear Regression (MRA) test. The results of this research show that profitability and firm size have a significant positive effect on earnings management. In addition, information asymmetry can strengthen the effect of profitability variables and firm size on earnings management.

Keywords: Profitability, Firm Size, Earnings Management, Information Asymmetry

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk dapat bertahan dalam pasar global, perusahaan harus mampu bersaing dalam persaingan yang ketat, terutama pada perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Untuk menjadi kuat dalam persaingan, perusahaan harus memiliki keunggulan yang berbeda dari perusahaan lainnya. Perusahaan tidak hanya harus menghasilkan produk yang berkualitas tinggi bagi konsumennya, tetapi juga harus dapat mengelola keuangannya dengan baik, sehingga kebijakan pengelolaan keuangan harus dapat memastikan perusahaan tetap beroperasi.

Laporan keuangan memuat berbagai informasi keuangan perusahaan serta menggambarkan kinerja suatu perusahaan. Laporan keuangan yang baik merupakan laporan keuangan yang dapat memberikan informasi yang andal, relevan, dan dapat dipahami oleh siapa saja khususnya pihak yang berkepentingan seperti para pemegang saham, calon investor, dan kreditur (*principal*) sebagai bahan pertimbangan saat membuat keputusan investasi. Oleh karena itu, laporan keuangan harus disajikan dengan benar sesuai dengan standar pelaporan yang berlaku.

Laba dipandang sebagai alat komunikasi manajemen untuk melaporkan kegiatan usahanya kepada para *stakeholder*. Berdasarkan pelaporan keuangan, manajemen laba digunakan untuk memenuhi harapan *stakeholder*. Manajemen laba sendiri memiliki fungsi yang sangat krusial dalam perusahaan. Manajemen laba dapat meminimalisir kerugian dan melakukan proyeksi laba. Perusahaan melakukan manajemen laba dengan tujuan agar kompensasi yang diterima oleh manajemen sesuai dengan yang diharapkan, karena ukuran kinerjanya berdasarkan tingkat pencapaian laba yang dihasilkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, manajemen memanfaatkan kebijakan-kebijakan yang ada di dalam standar akuntansi. Di samping itu, perusahaan melakukan manajemen laba untuk menarik para investor serta memenuhi harapan investor. Investor lebih suka diberikan *goodnews*. Hal ini akan berdampak bagi perusahaan. Perusahaan akan berusaha untuk memenuhi harapan investor untuk memberikan *goodnews* terus kepada investor. *Goodnews* yang diharapkan berhubungan dengan tingkat pencapaian laba. Ketika labanya tinggi maka dianggap bahwa perusahaan memiliki prospek yang tinggi sehingga jumlah dana yang dapat dihimpun dari investor juga akan tinggi, karena investor akan merespon sebagai *goodnews* dari perusahaan yang berpotensi sehingga investor tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan.

Akan tetapi, apabila perusahaan gagal untuk memenuhi harapan investor, konsekuensinya secara tidak langsung berkaitan dengan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan dari manajemen dan menghindari ketidakberhasilan dalam memenuhi harapan investor yang berkaitan dengan pencapaian target laba yang ditentukan, maka manajemen perusahaan akan memanfaatkan fleksibilitas yang diperbolehkan dalam aturan standar akuntansi keuangan pada saat penyusunan laporan keuangan dengan memodifikasi laba yang dilaporkan. Manajemen termotivasi untuk menyajikan kinerja yang baik dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan sehingga manajemen perusahaan cenderung lebih memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memberikan informasi lebih baik, di sini lah manajemen (*agent*) sering melakukan praktik manajemen laba (Rizki, 2021).

Salah satu kasus yang terjadi di Indonesia adalah pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk atau AISA (bisnis.com, 2021). Fakta yang ditemukan dalam kasus tersebut salah satunya yaitu bahwa terjadi penggelembungan dana pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap Grup AISA. Rekayasa laporan keuangan yang dilakukan oleh PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk atau AISA tersebut menyebabkan banyak kerugian salah satunya yaitu reputasi perusahaan menjadi menurun.

Praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajer dalam perusahaan bertujuan untuk mencapai tujuan manajer yaitu manajer ingin dipandang memiliki kinerja yang baik. Hal tersebut dilakukan dengan memanipulasi laporan keuangan sehingga laba perusahaan mengalami kenaikan dengan tujuan untuk meyakinkan investor sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Manajemen laba berkaitan dengan teori agensi, dimana manajer sebagai *agent* dan investor sebagai *principal*. Manajemen laba terjadi akibat adanya ketimpangan informasi atau yang biasa dikatakan sebagai asimetri informasi antara manajer dengan para *stakeholder* khususnya pemegang saham dan investor. Adanya asimetri informasi inilah yang akan dapat memberikan peluang kepada manajer untuk bertindak berdasarkan kepentingan pribadi dengan melakukan manajemen laba. Hal tersebut didorong oleh keadaan dimana manajer (*agent*) lebih banyak menguasai informasi perusahaan yaitu mengenai keuangan dan operasional perusahaan daripada pemegang saham (*principal*). Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan asimetri informasi dengan manajemen laba, seperti penelitian Mulumbot &

Sumanti (2020), Santosa et al. (2022), dan Isnawati et al. (2023), yang menunjukkan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Selain itu, penelitian yang telah dilakukan oleh Ubaidillah et al. (2023) dan Sutapa & Suputra (2016) menunjukkan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Akan tetapi, berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Patriandari & Fitriana (2020), Yanti & Ery Setiawan (2019), Rizki (2021), Basrian et al. (2021), dan Rini & Amelia (2022) yang menemukan hasil bahwa asimetri informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian terdahulu telah menemukan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dalam praktik manajemen laba, namun dengan hasil yang beragam. Faktor tersebut diantaranya adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Patriandari & Fitriana (2020), Yanti & Ery Setiawan (2019), Paramitha & Idayati (2020), Rizki (2021), Hardiyanti et al. (2022), Adyastuti & Khafid (2022), dan Ubaidillah et al. (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sebaliknya, dalam penelitian Yasa et al. (2020), Wardana et al. (2024), Herlin Tunjung (2019), Yasa et al. (2020), dan Masfufah & Kiptiah (2024) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Yanti & Ery Setiawan (2019), Rizki (2021), Hardiyanti et al. (2022), Adyastuti & Khafid (2022), dan Rini & Amelia (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Patriandari & Fitriana (2020), Yasa et al. (2020), Kristiana & Rita (2021), Wardana et al. (2024), Herlin Tunjung (2019), Paramitha & Idayati (2020), Isnawati et al. (2023), dan Masfufah & Kiptiah (2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Berdasarkan hasil penelitian yang berbeda dan tidak konsisten dari setiap peneliti tersebut, yang mana hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, misalnya perbedaan sampel, alat pengumpulan data, teknik analisis, dan waktu penelitian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji ulang variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Selain itu, adanya perbedaan hasil dalam penelitian sebelumnya, maka peneliti menambah asimetri informasi sebagai variabel moderasi untuk melihat lebih jauh pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengindikasikan pengaruh asimetri informasi dalam memoderasi pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN ASIMETRI INFORMASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)”.

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia (BEI), jadi penelitian ini memfokuskan pada perusahaan manufaktur khususnya pada sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang beroperasi minimum lima tahun berturut-turut. Peneliti memilih perusahaan manufaktur khususnya pada sektor konsumsi karena berkaitan dengan fenomena dan perusahaan pada sektor ini sangat berkaitan dengan

masyarakat yaitu perusahaan memproduksi kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan demikian, tingginya permintaan pada sektor konsumsi akan berdampak pada kemampuan dalam menghasilkan laba yang optimal.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data sekunder adalah data yang diolah dan diterbitkan oleh lembaga dan instansi yang langsung dapat digunakan (Siregar, 2017). Data pada penelitian ini diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Data yang digunakan adalah laporan keuangan dan *annual report* perusahaan manufaktur sektor konsumsi tahun 2019-2023.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria tersebut antara lain:

- a. Perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar pada BEI pada tahun 2019-2023
- b. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara konsisten dan datanya dapat diakses selama periode 2019-2023
- c. Perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang memiliki data lengkap yang digunakan terkait variabel yang menjadi fokus penelitian selama periode 2019-2023.

D. Definisi Operasional Variabel yang Digunakan

1. Variabel Independen (X)

a. Profitabilitas (PROF)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas dapat diukur dengan skala rasio *Return on Assets* (ROA) yang menunjukkan tingkat pengembalian atas aktiva. Menurut Arthur, et al. (2011; 89), Pengukuran ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah bunga dan pajak terhadap total aktiva. Pengukuran ROA dirumuskan sebagai berikut (Sutapa & Suputra, 2016):

$$\text{ROA} = \text{Laba Bersih Setelah Pajak} / \text{Total Aset} \times 100\%$$

b. Ukuran Perusahaan (UP)

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural dari total aset yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Rizki, 2021):

$$\text{Size} = \text{Log Total Aset}$$

2. Variabel Moderasi (Z)

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah asimetri informasi (ASIN). Asimetri informasi merupakan ketimpangan informasi yang diperoleh pemilik atau pemegang saham (*principal*) dengan pihak manajemen (*agent*). Asimetri informasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *relative bid-ask spread* yang dirumuskan sebagai berikut (Sutapa & Suputra, 2016):

$$\text{SPREAD} = (\text{aski,t} - \text{bidi,t}) / \{(\text{aski,t} + \text{bidi,t}) / 2\} \times 100$$

Keterangan:

SPREAD = Selisih antara bid price dengan ask price tertinggi

Aski,t = Harga ask tertinggi saham perusahaan i pada periode t

Bidi,t = Harga bid terendah saham perusahaan i pada periode t

3. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba (MJL). Manajemen laba merupakan suatu tindakan sengaja yang dilakukan oleh manajemen untuk memperoleh laba sesuai dengan yang diinginkan manajemen itu sendiri untuk suatu tujuan tertentu dalam batasan yang diperbolehkan prinsip akuntansi berterima umum. Manajemen laba diukur dengan proksi *discretionary accrual* dengan menggunakan *Modified Jones Model* (Dechow et al., 1995). *Discretionary accrual* dengan rumus sebagai berikut (Rizki, 2021):

$$\text{TACit} = \text{Nit} - \text{CFOit} \dots\dots\dots(1)$$

Kemudian nilai *total accrual* (TA) diestimasi dengan persamaan regresi linear berganda yang berdasarkan *ordinary least square* (OLS) sebagai berikut:

$$\text{TACit} / \text{Ait} - 1 = \beta_0 (1 / \text{Ait} - 1) + \beta_1 (\text{REVt} / \text{Ait} - 1) + \beta_2 (\text{PPEt} / \text{Ait} - 1) + e \dots\dots\dots(2)$$

Dengan menggunakan koefisien regresi di atas, maka dapat dihitung nilai *non discretionary accrual* (NDA) dengan rumus:

$$\text{NDAit} = \beta_0 (1 / \text{Ait} - 1) + \beta_1 (\text{REVt} / \text{Ait} - 1 - \text{RECT} / \text{Ait} - 1) + \beta_2 (\text{PPEt} / \text{Ait} - 1) \dots\dots\dots(3)$$

Selanjutnya *discretionary accrual* (DA) dihitung sebagai berikut:

$$\text{DAit} = \text{TACit} / \text{Ait} - 1 - \text{NDAit} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

TACit = *Total accruals* perusahaan i pada periode t

Nit = Laba bersih perusahaan i pada periode t

CFOit = Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode t

Ait - 1 = Total aset perusahaan i pada tahun t - 1

REVt = Perubahan pendapatan perusahaan i

RECT = Perubahan piutang perusahaan i

PPEt = Aset tetap perusahaan i pada periode t

DAit = *Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode t

NDAit = *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode t

β = Koefisien regresi

e = *error*

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Pada metode ini, data yang diperlukan dikumpulkan, dicatat, dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 yang besumber dari www.idx.co.id.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) khususnya pada sektor industri barang konsumsi periode 2019-2023. Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan asimetri informasi sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan data selama lima tahun, dari tahun 2019 hingga 2023. Perusahaan yang menjadi populasi dari penelitian ini berjumlah 47 perusahaan. Setelah dilakukan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* didapatkan 42 perusahaan; berarti data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 210, yang diperoleh dari 42 perusahaan dikali 5 tahun karena lama penelitian 5 tahun yaitu 2019,2020, 2021, 2022, 2023.

B. Analisis Data

1. Pengujian Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi, sehingga diharapkan dapat memberikan penjelasan secara umum yang lebih mudah dipahami oleh pembaca.

TABEL II STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Profitabilitas (X1)	210	90,00	309,00	142,0619	33,15342
Ukuran Perusahaan (X2)	210	76,00	98,00	86,2048	4,97852
Manajemen Laba (Y)	210	76,00	99,00	88,0762	5,11251
Asimetri Informasi (Z)	210	90,00	99,00	94,1810	2,97125
Valid N (listwise)	210				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dari data-data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa variabel independen Profitabilitas (X1) memiliki nilai minimum sebesar 90, sedangkan nilai maksimum sebesar 309. Nilai rata-rata variabel profitabilitas 142,06 dan standar deviasi 33,15.

Variabel Ukuran perusahaan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 76, sedangkan nilai maksimum sebesar 98. Nilai rata-rata variabel ukuran perusahaan sebesar 86,20 dan standar deviasi 4,97.

Variabel Manajemen Laba (Y) memiliki nilai minimum sebesar 76, sedangkan nilai maksimum sebesar 99. Nilai rata-rata variabel manajemen laba sebesar 88,07 dan standar deviasi 5,11.

Variabel moderasi Asimetri Informasi (Z) memiliki nilai minimum sebesar 90, sedangkan nilai maksimum sebesar 99. Nilai rata-rata variabel asimetri informasi sebesar 94,18 dan standar deviasi 2,97.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu, atau residual memiliki distribusi normal. Metode uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Kolmogorov-Smirnov test* (K-S).

TABEL III
HASIL UJI NORMALITAS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>	
<i>N</i>		210	
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000	
	<i>Std. Deviation</i>	4,97355801	
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,081	
	<i>Positive</i>	,081	
	<i>Negative</i>	-,071	
<i>Test Statistic</i>		,081	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,002 ^c	
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	<i>Sig.</i>	,114 ^d	
	<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i>	,106
		<i>Upper Bound</i>	,122

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar $0,114 > 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas, namun uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser.

TABEL IV
HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15,515	3,278		4,733	,000
X1	-,006	,006	-,072	1,062	,290
X2	-,122	,038	-,220	3,246	,701

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas, hasil dari Variabel Profitabilitas (X1) menunjukkan signifikansi $0,290 > 0,05$, Variabel Ukuran Perusahaan (X2) menunjukkan signifikansi $0,701 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variable independennya. Oleh karena itu, untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

TABEL V
HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	108,094	6,069		17,811	,000		
X1	,004	,010	,026	,377	,706	,992	2,708
X2	-,239	,070	-,232	-3,424	,001	,286	1,008

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel di atas, diketahui bahwa variabel Profitabilitas (X1) memiliki Nilai Tolerance $0,992 > 0,1$ dan VIF $2,708 < 10$. Variabel Ukuran Perusahaan (X2) memiliki Nilai Tolerance $0,286 > 0,1$ dan VIF $1,008 < 10$. Oleh karena itu, dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Untuk mendeteksi autokorelasi pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Run Test*.

TABEL VI
HASIL UJI AUTOKORELASI

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,31577
Cases < Test Value	104

<i>Cases >= Test Value</i>	106
<i>Total Cases</i>	210
<i>Number of Runs</i>	107
<i>Z</i>	,140
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,889

a. Median

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil uji diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,889 > 0,05, maka dapat dikatakan pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Analisis ini akan membentuk suatu persamaan yang dapat dijelaskan hasilnya di bawah ini:

TABEL VII
HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1 (Constant)</i>	108,094	6,069		17,811	,000
<i>X1</i>	,187	,010	,026	,377	,006
<i>X2</i>	,239	,070	,232	3,424	,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 108,094 + 0,187 X1 + 239 X2 + e$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta (a) sebesar 108,094 koefisien regresi bertanda positif menunjukkan apabila Profitabilitas (X1) = 0, Ukuran Perusahaan (X2) = 0, maka Manajemen Laba (Y) adalah positif.
- b1 = 0,187 (Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba) artinya : Jika Profitabilitas meningkat maka Manajemen Laba akan meningkat.
- b2 = 0,239 (Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba) artinya : Jika Ukuran Perusahaan meningkat maka Manajemen Laba akan meningkat.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas, nilai signifikansi pada variabel Profitabilitas (X1) adalah sebesar 0,006 yang dimana lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Dengan demikian H1 yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba terbukti kebenarannya. Dengan kata lain, H1 diterima.

Dari hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka akan semakin berpotensi untuk melakukan manajemen laba.

Umumnya, nilai profitabilitas suatu perusahaan digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas suatu perusahaan, maka kinerja perusahaan juga akan meningkat. Selain itu, semakin tinggi ROA, maka semakin baik pengelolaan aktiva perusahaan dan dapat menghasilkan laba yang tinggi. Hal ini yang menjadi daya tarik investor untuk menanamkan saham atau berinvestasi di perusahaan. Dengan permintaan saham yang tinggi, maka akan membuat investor menghargai nilai saham lebih besar daripada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan sehingga *price to book value* perusahaan menjadi tinggi (Rizki, 2021).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Patriandari & Fitriana (2020), Yanti & Ery Setiawan (2019), Paramitha & Idayati (2020), Rizki (2021), Hardiyanti et al. (2022), Adyastuti & Khafid (2022), dan Ubaidillah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas, nilai signifikansi pada variabel Ukuran Perusahaan (X_2) adalah sebesar 0,001 yang dimana lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Dengan demikian H_2 yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba terbukti kebenarannya. Dengan kata lain, H_2 diterima.

Dari hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka manajemen laba juga akan semakin meningkat. Ukuran perusahaan merupakan skala ukuran yang dilihat dari total aset suatu perusahaan yang menggabungkan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Aset sendiri merupakan sumber daya atau harta kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki suatu perusahaan, maka akan membuka peluang perusahaan dalam memenuhi permintaan produk dengan baik sehingga mampu menghasilkan laba yang besar. Ukuran perusahaan dapat dijadikan indikator oleh investor dalam menilai aset atau pun kinerja suatu perusahaan. Moses (1997) menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan manajemen laba. Hal tersebut juga dapat terjadi karena adanya indikasi manajemen tidak mampu melakukan penjualan secara efektif sehingga manajemen cenderung melakukan praktik *income smoothing*. Selain itu, pada perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang musiman, umumnya hanya menggunakan aset perusahaan dengan maksimal ketika musim barang tersebut tiba atau saat permintaan tinggi. Akan tetapi, ketika tidak pada musimnya, perusahaan biasanya tidak menggunakan aset dengan maksimal sehingga perolehan laba yang didapatkan juga tidak maksimal. Oleh karena itu, manajemen cenderung untuk melakukan praktik *income smoothing*. Praktik ini dilakukan dengan tujuan perusahaan ingin melaporkan perolehan laba yang stabil setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan, perusahaan besar umumnya mendapatkan perhatian yang lebih banyak dari pihak eksternal, seperti investor, analis, maupun pemerintah. Oleh karena itu, perusahaan biasanya berusaha untuk menghindari fluktuasi laba yang terlalu drastis, karena dengan kenaikan laba yang terlalu drastis akan menyebabkan penambahan kewajiban seperti pajak. Dengan demikian, perusahaan yang lebih besar cenderung akan melakukan praktik manajemen laba.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti & Ery Setiawan (2019), Rizki (2021), Hardiyanti et al. (2022), Adyastuti & Khafid (2022), dan Rini & Amelia

(2022), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba dengan Asimetri Informasi sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas, nilai signifikansi pada variabel interaksi antara variabel Asimetri Informasi (Z) terhadap Profitabilitas (X1) adalah sebesar 0,001 yang dimana lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Asimetri Informasi (Z) memperkuat pengaruh variabel Profitabilitas terhadap manajemen laba. Dengan demikian H3 yang menyatakan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba terbukti kebenarannya. Dengan kata lain, H3 diterima.

Dari hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba. Profitabilitas merupakan rasio laba yang menggambarkan tingkat laba yang diperoleh dari hasil aktivitas operasional yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Tingkat laba digunakan oleh principal sebagai dasar acuan dalam mengambil keputusan investasi di masa depan, sehingga manajemen atau agen berusaha untuk mempertahankan rasio laba yang dimiliki dengan harapan dapat menarik investor sebanyak mungkin. Rasio profitabilitas dapat mendorong manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba dengan cara menaikkan atau menurunkan rasio laba dengan tujuan tertentu. Hal tersebut didukung dengan adanya asimetri informasi antara prinsipal dengan agen terkait kinerja perusahaan yang sesungguhnya, dimana agen biasanya lebih banyak mengetahui informasi perusahaan dibandingkan dengan prinsipal. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori agensi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Teori ini berasumsi bahwa setiap individu lebih mengutamakan kepentingannya sendiri sehingga menyebabkan konflik kepentingan antara prinsipal dengan agen (Priswita & Taqwa, 2019). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asimetri informasi sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ubaidillah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan Asimetri Informasi sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas, nilai signifikansi pada variabel interaksi antara variabel Asimetri Informasi (Z) terhadap Ukuran Perusahaan (X2) adalah sebesar 0,016 yang dimana lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Asimetri Informasi (Z) memperkuat pengaruh variabel Ukuran Perusahaan terhadap manajemen laba. Dengan demikian H4 yang menyatakan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba terbukti kebenarannya. Dengan kata lain, H4 diterima.

Dari hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Apabila asimetri informasi meningkat, maka semakin besarnya ukuran perusahaan akan menyebabkan manajemen akan semakin melakukan manajemen laba (Sutapa & Suputra, 2016). Hal tersebut dikarenakan asimetri informasi yang tinggi menyebabkan manajemen memiliki kesempatan

untuk melakukan praktik manajemen laba. Penelitian ini sesuai dengan teori agensi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Teori ini menyatakan hubungan kontrak antara prinsipal dengan agen untuk kepentingan mereka masing-masing. Hubungan kontrak tersebut biasanya didasarkan pada bonus. Hal ini menjadi motivasi manajemen yang berperan sebagai agen untuk melakukan manajemen laba. Disamping itu, semakin besar ukuran perusahaan maka ekspektasi principal atau pemegang saham terhadap perusahaannya akan semakin besar, sehingga manajemen atau agen berusaha untuk menyusun laporan keuangan perusahaan sedemikian rupa supaya dapat menjadi daya tarik principal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asimetri informasi sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutapa & Suputra (2016) yang menunjukkan bahwa asimetri informasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan Asimetri Informasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023). Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan model Regresi Linier Berganda dan *Moderated Regression Analysis*, maka dapat ditarik kesimpulan seperti berikut :

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba
Artinya : Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka akan semakin berpotensi untuk melakukan manajemen laba.
2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba
Artinya : Semakin besar ukuran perusahaan, maka manajemen laba juga akan semakin meningkat.
3. Asimetri Informasi mampu memoderasi Profitabilitas terhadap Manajemen Laba
Artinya : Asimetri informasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.
4. Asimetri Informasi mampu memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba
Artinya : Asimetri informasi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

B. Saran

Penelitian mengenai pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan Asimetri Informasi sebagai Variabel Moderasi di masa yang akan datang diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih berkualitas, dengan mempertimbangkan saran dibawah ini :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel dari perusahaan sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain ataupun menggunakan variabel lain
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda

4. Peneliti selanjutnya dapat memperpanjang periode waktu penelitian.

C. Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan di dalam penelitian ini, sehingga dapat berpengaruh pada hasil penelitian. Keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada perusahaan manufaktur sektor industri konsumsi.
2. Data yang digunakan adalah data sekunder yang mungkin terdapat kesalahan dalam memasukkan data yang berupa angka-angka.

DAFTAR PUSTAKA

- , P., & Fitriana, R. (2020). Pengaruh Asimetri Informasi, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Di Indonesia. *AKRUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 67–83. <https://doi.org/10.34005/akrual.v1i2.1022>
- Adyastuti, N. A., & Khafid, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba dengan Kompensasi Bonus sebagai Variabel Moderating. *Owner*, 6(2), 2071–2084. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.830>
- Arthur, John, William, and David. 2011. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan*. Edisi 10. Jakarta: Indeks.
- Basrian, P. B., Oktavia, R., & Tubarat, C. P. T. (2021). Beban Pajak Tangguhan, Leverage, Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 43–54. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.130>
- Copeland, R. M. 1968. Income Smoothing. *Journal of Accounting Research, Empirical Research in Accounting, Selected Studies* 6 (Supplement), 101-116 Elfira.
- Dechow, Sloan, & Sweeney. (1995). Detecting Earning Management. *The Accounting Review*, 70 No. 2, 193-225.
- Hardiyanti, W., Kartika, A., & Sudarsi, S. (2022). Analisis Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengaruhnya Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur. *Owner*, 6(4), 4071–4082. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1035>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
- Herlin Tunjung, V. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(2), 505. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i2.5022>
- <https://kabar24.bisnis.com/read/20210805/16/1426552/manipulasi-laporan-keuangan-eks-bos-aisa-divonis-4-tahun-penjara>
- Indriani, N., & Rohman, A. (2022). Fraud Triangle dan Kecurangan Laporan Keuangan Dengan Model Beneish M-Score. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 20(1), 85–104. <https://doi.org/10.24167/jab.v20i1.4367>
- Isnawati, M., I Gusti Ketut Agung Ulupui, Mardi, & Yunika Murdayanti. (2023). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Manajemen Laba pada Sektor Konsumsi (BEI) Tahun 2019-2022. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 4(2), 382–400. <https://doi.org/10.21009/japa.0402.05>

- Jensen, M. C, dan Meckling, W., H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3.
- Kristiana, U. E., & Rita, M. R. (2021). Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 4(1), 54–64. <https://doi.org/10.26905/afr.v4i1.5802>
- Masfufah, I., & Kiptiah, R. M. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2020-2022. *Prosiding Semanis : Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 2(3), 19–32.
- Moses, Douglas O, 1997, Income Smoothing and Incentives: Empirical Using Accounting Changes. *The Accounting Review*, Vol. LXII, No.2, April, pp. 259-377
- Mulumbot, F. J., & Sumanti, E. (2020). Pengaruh Asimetri Informasi Dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Klabat Accounting Review*, 1(1), 27. <https://doi.org/10.31154/kar.v1i1.455.27-40>
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2801>
- Priswita, F., & Taqwa, S. (2019). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1705–1722. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i4.171>
- Rini, P., & Amelia, S. (2022). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 12–23.
- Rizki, F. N. (2021). Pengaruh Asimetri Informasi, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Ajar*, 04(02), 187–204.
- Santosa, C., Amiruddin, A., & Rasyid, S. (2022). Pengaruh Asimetri Informasi, Financial Distress, Dan Komite Audit Terhadap Manajemen Laba. *Akrual: Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Kontemporer*, 15(1), 12–22. <https://doi.org/10.26487/akrual.v15i1.20493>
- Scott, W. R. (2012). *Financial Accounting Theory*. Canda : Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015. “Metode Penelitian Pada Dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data Dengan Tujuan Dan Kegunaan Tertentu.” *Dalam*, 1(2), 47–71.
- Sulistiawan, D., Januarsi, Y., & Alvia, L. (2011). *Creative Accounting: Mengungkap Manajemen Laba dan Skandal Akuntansi*. Salemba Empat.
- Sutapa, I. N., & Suputra, I. D. G. D. (2016). PERUSAHAAN , LEVERAGE DAN KOMPENSASI PADA MANAJEMEN LABA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) Nomor 8 sebagai pengganti SFAC No . 1 menyatakan bahwa keputusan investa. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5.4, 4(1), 931–956.
- Ubaidillah, M., Murwani, J., & Cahayuni, M. (2023). Peran Asimetri Informasi pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(2), 322–330. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i2.2652>
- Wardana, D. N., Kusbandiyah, A., Hariyanto, E., & Amir, A. (2024). Peran Kepemilikan Manajerial dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan

- Terhadap Manajemen Laba. *Owner*, 8(2), 1508–1521.
<https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2056>
- Yanti, T. R., & Ery Setiawan, P. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 708.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p26>
- Yasa, I. K. E. T., Sunarsih, N. M., & Pramesti, I. gusti A. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, ;Everage Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2016-2018. *Jurnal Kharisma*, VOL. 2 No.(3), 19–32.