

ANALISIS KEMAMPUAN MANAJEMEN LABA MEMEDIASI PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Melyanti SIMORANGKIR, Sugi SUHARTONO*

Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,
Jl. Yos Sudarso Kav 87, Sunter Jakarta 14350, Indonesia.

*Email korespondensi: sugi.suhartono@kwikkiangie.ac.id

Article Info	Abstract
Article History: Submission : 21-10-2025 Accepted : 16-01-2026 Online Publication : 26-01-2026	<i>This research examines the impact of profitability and leverage on firm value, with earnings management serving as a mediating variable. Grounded in agency and signaling theories, the study employs secondary data from 44 non-cyclical consumer sector firms listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2023 period. The findings reveal that both profitability and leverage exert a direct, positive, and significant influence on firm value. Furthermore, profitability is found to significantly affect earnings management. However, the results indicate that earnings management does not play a significant mediating role in the relationship between profitability or leverage and firm value.</i>
Keywords: <i>profitability, leverage, firm value, earnings management</i>	
Citation: Simorangkir, M., & Suhartono, S. (2026). Analisis Kemampuan Manajemen Laba Memediasi Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. <i>Jurnal Akuntansi</i>, 14(2), 165-183.	
DOI https://doi.org/10.46806/ja.v14i2.1588	
URL: https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JA/article/view/1588	



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

1. Pendahuluan

Perusahaan yang bergerak di sektor *consumer non-cyclicals* merupakan produsen barang dan jasa kebutuhan dasar yang permintaannya cenderung stabil, sehingga sering dipilih sebagai instrumen investasi yang bersifat defensif dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu. Meskipun demikian, sektor ini tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti intensitas persaingan yang tinggi, volatilitas harga bahan baku, serta ketidakpastian ekonomi global yang dapat menekan tingkat profitabilitas. Namun, pencapaian laba yang signifikan mencerminkan efektivitas kinerja keuangan perusahaan. Menurut Azizah dan Asrori (2022), laba yang optimal dapat meningkatkan kepercayaan investor, mendorong permintaan terhadap saham, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Berliana dan Iswara (2024), nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap keberhasilan perusahaan, yang tercermin melalui harga saham. Nilai tersebut menunjukkan seberapa besar apresiasi investor terhadap perusahaan, di mana harga saham yang tinggi mengindikasikan kesejahteraan pemegang saham yang lebih baik (Brigham dan Houston, 2018). Tingginya harga saham juga menjadi indikator daya tarik perusahaan di mata investor, yang umumnya dipengaruhi oleh kinerja keuangan yang solid, pertumbuhan laba yang konsisten, prospek bisnis yang menjanjikan, transparansi manajemen, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan imbal hasil yang kompetitif.

Nilai perusahaan memiliki keterkaitan erat dengan tingkat kepercayaan investor. Kepercayaan tersebut dibangun atas keyakinan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efisien, menjaga kestabilan keuangan, dan menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan. Ketika investor menilai bahwa perusahaan

memiliki prospek yang positif dan risiko yang dapat dikendalikan, mereka cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi, yang pada gilirannya mendorong kenaikan harga saham sebagai refleksi dari nilai perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan tidak hanya menggambarkan kondisi finansial saat ini, tetapi juga mencerminkan ekspektasi investor terhadap masa depan perusahaan.

Namun demikian, peningkatan laba tidak selalu diikuti oleh kenaikan harga saham. Hal ini dipengaruhi oleh sentimen investor, yang memiliki peran penting dalam menentukan harga saham, setara dengan peran laba. Menurut Muthmainnah (2023), harga saham dapat mengalami kenaikan apabila sentimen investor bersifat positif, meskipun kinerja keuangan belum menunjukkan perbaikan yang signifikan. Sebaliknya, sentimen negatif dapat menyebabkan penurunan harga saham, meskipun perusahaan mencatatkan peningkatan laba. Dinamika harga saham ini dapat diamati melalui pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (IDX).

Ketidaksesuaian antara laba dan harga saham juga terjadi pada sektor consumer non-cyclicals yang dikenal stabil. Rahmayanti et al. (2024) mengungkapkan bahwa fluktuasi harga saham dan tingkat pengembalian tetap terjadi di sektor ini, menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor selain kinerja laba semata. Dalam menilai nilai suatu perusahaan, digunakan indikator seperti Price to Book Value (PBV), yaitu rasio yang membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku per saham. PBV yang tinggi menunjukkan bahwa saham diperdagangkan dengan harga premium, mencerminkan ekspektasi pertumbuhan yang positif dari investor. Sebaliknya, PBV yang rendah dapat mengindikasikan bahwa saham tersebut berada dalam kondisi undervalued atau kurang dihargai oleh pasar (Tabel 1).

Tabel 1. Nilai PBV Perusahaan

KODE	PBV		
	2021	2022	2023
BISI	1.5836	1.6720	1.7016
BUDI	0.6938	0.6414	0.7860
CAMP	1.5136	1.9753	2.5699
GZCO	0.9873	0.4946	0.4776
HMSP	3.7057	4.9756	3.2516
ICBP	1.5601	2.0240	2.1031
IKAN	0.8601	0.6643	0.5655
INDF	0.6006	0.5979	0.5716
JPFA	1.4096	1.1078	0.9684
KEJU	10.9941	10.1945	9.7695
KMDS	2.5476	2.8097	1.7802
MAIN	0.7597	0.4941	0.5282
MLBI	15.0479	17.7665	10.6376
MYOR	3.4640	4.5990	3.5991
PGUN	2.9311	2.9509	1.4538

Sumber : Data diolah peneliti

Fluktuasi nilai perusahaan kerap dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas dan struktur pembiayaan utang (*leverage*). Secara umum, profitabilitas yang tinggi dapat memperkuat keyakinan investor terhadap prospek perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017; Aziz & Widati, 2023). Namun, sejumlah studi menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan kepercayaan investor tidak selalu konsisten, bahkan ada yang menemukan korelasi negatif atau tidak signifikan (Nur Utami & Widati, 2022; Imnana et al., 2023). Sementara itu, pemanfaatan *leverage* secara optimal berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Sutama & Lisa, 2018), tetapi penggunaan utang yang berlebihan dapat menimbulkan risiko finansial. Beberapa penelitian juga mengindikasikan bahwa *leverage* tidak selalu memberikan dampak yang berarti terhadap nilai perusahaan (Harahap et al., 2022; Putri & Sunarto, 2022).

Manajemen laba merupakan strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk merekayasa laporan keuangan agar terlihat lebih menguntungkan. Healy dan Wahlen (2005) menjelaskan bahwa tindakan ini dapat digunakan untuk memberikan gambaran yang tidak akurat kepada pemangku kepentingan mengenai kondisi ekonomi perusahaan, atau untuk memengaruhi hasil kontrak yang bergantung pada data akuntansi. Sejalan dengan itu, Setiawati dan Na'im (2000) menyatakan bahwa manajemen laba adalah intervensi manajerial dalam pelaporan keuangan eksternal yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi. Secara umum, praktik ini dilakukan dalam koridor standar akuntansi, namun memiliki tujuan tertentu yang menguntungkan pihak manajemen maupun organisasi.

Dalam upaya memenuhi target kinerja, perusahaan dengan tingkat profitabilitas dan *leverage* yang tinggi cenderung melakukan manajemen laba melalui manipulasi laporan keuangan. Meskipun dapat menciptakan persepsi positif dalam jangka pendek, praktik ini berpotensi menurunkan nilai perusahaan apabila terungkap. Kajian mengenai keterkaitan antara profitabilitas, *leverage*, manajemen laba, dan nilai perusahaan menunjukkan hasil yang bervariasi. Sebagai contoh, Lestari dan Wulandari (2019) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan Wowor et al. (2021) tidak menemukan hubungan yang signifikan. Hal serupa juga terjadi dalam studi mengenai pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba (Febria, 2020; Fanani et al., 2020) serta hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan (H. T. Putri, 2019; H. N. Sari et al., 2018).

Manajemen laba berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan di pasar modal. Praktik ini dilakukan melalui pemilihan kebijakan akuntansi tertentu yang masih berada dalam batasan regulasi, dengan tujuan menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan harapan manajemen. Dengan demikian, manajemen laba dapat memengaruhi persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut. Zurriah dan Sembiring (2020) menunjukkan bahwa manajemen laba mampu menjadi mediator dalam pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan berbeda disampaikan oleh Selfiyen (2021), yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak memiliki peran mediasi dalam hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

2. Kajian Pustaka

2.1. Teori Agensi

Teori Keagenan yang diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976) menggambarkan adanya hubungan kontraktual antara prinsipal (pemilik) dan agen (manajer), di mana prinsipal memberikan wewenang kepada agen untuk menjalankan kegiatan operasional atas nama mereka. Konflik kepentingan kerap muncul karena perbedaan tujuan antara kedua pihak; prinsipal berorientasi pada peningkatan keuntungan perusahaan, sedangkan agen lebih berfokus pada pencapaian kepentingan pribadinya.

Scott (2015) menyatakan bahwa akuntansi berperan penting dalam meminimalkan konflik tersebut melalui penyusunan dan penyajian laporan keuangan. Laporan keuangan berfungsi sebagai sarana bagi prinsipal untuk menilai dan mengawasi kinerja agen agar tetap selaras dengan tujuan organisasi. Namun demikian, karena manajer memiliki kendali dalam proses penyusunan laporan tersebut, terdapat potensi terjadinya praktik manajemen laba yang dapat menurunkan keandalan serta objektivitas informasi.

2.2. Teori Sinyal

Teori sinyal yang dikemukakan oleh Michael Spence menjelaskan mekanisme komunikasi antara manajemen perusahaan dan pihak eksternal, khususnya investor, melalui penyampaian sinyal keuangan yang bertujuan mengurangi ketimpangan informasi (Brigham & Houston, 2011). Berbagai sinyal tersebut, misalnya laporan laba yang merefleksikan tingkat profitabilitas perusahaan (Nurdin et al., 2023) maupun kebijakan pendanaan melalui utang yang dianggap kredibel (Yuniningsih et al., 2018), dipersepsikan oleh investor sebagai petunjuk atas prospek dan kinerja masa depan perusahaan.

2.3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori keagenan dan teori sinyal, tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki peran strategis dalam memengaruhi nilai suatu perusahaan. Pencapaian laba yang besar dipandang sebagai sinyal positif bagi investor karena mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya secara efisien serta menggambarkan potensi perusahaan untuk memberikan tingkat pengembalian investasi yang menguntungkan di masa mendatang.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam perspektif teori keagenan, penggunaan *leverage* dapat mendorong manajer untuk bertindak lebih efisien dalam mengelola sumber daya perusahaan demi kepentingan pemilik. Sementara itu, teori sinyal memandang tingkat *leverage* yang tinggi sebagai indikasi positif terhadap kredibilitas dan kepercayaan perusahaan di mata investor. Pandangan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Carolin

dan Susilawati (2024), Sanusi dan Effriyanti (2024), serta Hergianti (2020), yang menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.5. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memicu munculnya praktik manajemen laba. Kondisi ini disebabkan oleh kecenderungan manajer untuk melakukan manipulasi terhadap laporan keuangan guna menjaga citra kinerja yang baik di hadapan pemilik perusahaan sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan, serta untuk memenuhi harapan dan persepsi positif pasar sebagaimana dijelaskan dalam teori sinyal. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abi dan Wulandari (2024) serta Huriquduq (2022), yang menunjukkan adanya hubungan antara profitabilitas tinggi dan kecenderungan praktik manajemen laba.

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba

2.6. Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan teori sinyal dan teori keagenan, tingkat *leverage* yang tinggi dapat mendorong manajer untuk melakukan praktik manajemen laba. Tindakan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menyampaikan sinyal mengenai stabilitas dan kinerja perusahaan kepada investor maupun kreditur, serta untuk meminimalkan potensi konflik kepentingan dan menghindari pengawasan yang terlalu ketat dari pihak eksternal. Pandangan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chalid et al. (2022), Muhtadin dan Hasnawati (2022), serta Habibie dan Parasetya (2022), yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap kecenderungan manajemen laba.

H₄ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba

2.7. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening

Tingkat profitabilitas yang tinggi berpotensi meningkatkan nilai perusahaan karena dianggap sebagai sinyal positif yang mencerminkan prospek dan kinerja baik di mata investor. Namun demikian, situasi tersebut juga dapat menimbulkan dorongan bagi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba dengan tujuan mempertahankan citra positif perusahaan serta memperoleh keuntungan pribadi, seperti peningkatan kompensasi. Berdasarkan teori keagenan, manajemen laba dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, di mana manipulasi laporan keuangan yang tampak meyakinkan dapat sementara waktu meningkatkan persepsi nilai perusahaan. Pandangan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusmiyati dan Nera Marinda Machdar (2023), Chalid et al. (2022), Ramashar dan Hasan (2018), serta Permatasari dan Ayik (2017).

H₅: Manajemen laba mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

2.8. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening

Menurut teori agensi, *leverage* (utang) yang tinggi memicu manajer melakukan manajemen laba agar laporan keuangan terlihat sehat. Praktik ini dapat meningkatkan nilai perusahaan jika berhasil meyakinkan investor. Selain itu, teori sinyal menganggap *leverage* tinggi sebagai sinyal positif kredibilitas perusahaan (Permatasari dan Ayik, 2017). Dengan manajemen laba, manajer memperkuat sinyal ini, yang akhirnya menaikkan nilai perusahaan. Penelitian Chalid et al. (2022) mendukung bahwa manajemen laba memediasi hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan.

H₆: Manajemen laba mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

2.9. Pengaruh Manajemen laba terhadap nilai perusahaan

Manajemen laba merupakan tindakan manipulasi laporan keuangan yang dilakukan oleh manajer untuk mencapai target tertentu maupun memperoleh insentif, sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan bahwa agen (manajer) memiliki tanggung jawab untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik (principal). Meskipun praktik tersebut dapat memberikan sinyal positif terhadap kinerja perusahaan dalam jangka pendek, pengungkapannya justru dapat menurunkan kredibilitas serta kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Pandangan ini diperkuat oleh hasil penelitian Chalid et al. (2022), Ramashar dan Hasan (2018), serta Permatasari dan Ayik (2017).

H₇: Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor consumer non-cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan keuangan diakses melalui website idx selama periode tahun 2021-2023.

3.2. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul penelitian peneliti akan meneliti “pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel *intervening*” pengelompokkan variabel dipecah menjadi variabel dependen, variabel independen dan variabel *intervening*, yaitu :

3.2.1. Variabel Dependen

Proksi yang digunakan untuk pengukuran variabel nilai perusahaan dihitung menggunakan *price to book value*. Pengukuran menggunakan rasio PBV dengan membagi harga saham dengan nilai bukunya memberikan gambaran calon investor agar bisa mengetahui nilai saham apakah *undervalued* atau *overvalued* (Arifianto dan Chabachib, 2016). Selain itu PBV mampu menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap modal yang di investasikan (Cahyaningrum dan Antikasari, 2017). Rasio pbv dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :. Rasio PBV dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price To Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

3.2.2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel tidak terikat dan punya pengaruh akan timbulnya variabel dependen. Variabel independen yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari :

a) Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari operasionalnya. Rasio profitabilitas, seperti *Return on Assets* (ROA), rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

b) Leverage

Rasio *leverage* adalah rasio keuangan untuk mengukur sejauh mana perusahaan bergantung pada utang sebagai sumber pendanaan (D. P. Sari et al., 2021). Berikut ini adalah rumus untuk mengukur *debt to assets* :

$$\text{Debt To Assets Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aset}}$$

3.2.3. Variabel Intervening

Variabel intervening, atau variabel mediasi, memiliki peran sebagai perantara yang menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengukur manajemen laba, penelitian ini menggunakan proksi Modified Jones Model. Model ini adalah penyempurnaan dari model Jones sebelumnya, yang mampu mengidentifikasi akrual diskresioner secara lebih akurat dengan mengurangi bias estimasi (Atin dan Pujiono, 2022).

a) Menghitung total akrual

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Keterangan

TAC_{it} : *Total accruals*

NI_{it} : Laba bersih penjualan i pada periode t

CFO_{it} : Arus kas operasi perusahaan i pada periode t

b) Total accruals diperkirakan atau estimasi dengan persamaan rumus regresi OLS

$$\frac{TCA_{it}}{A_{it-1}} = a_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + a_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} \right) + a_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan

TCA_{it} : *Total accruals* dalam periode t

A_{it-1} : Total aset periode t-1

ΔREV_{it} : Perubahan pendapatan dalam periode t

PPE_{it} : *Property, plant, equipment* periode t

$a_1 a_2 a_3$: Koefisien regresi

ε_{it} : *Error*

c) Menghitung akrual non-diskresioner

$$NDAC_{it} = a_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + a_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it} - \Delta Rec_{it}}{A_{it-1}} \right) + a_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan

$NDAC_{it}$: *Non discretionary accruals* pada tahun t

A_{it-1} : Total aset periode t-1

ΔREV_{it} : Perubahan pendapatan dalam periode t

ΔREC_{it} : Perubahan piutang dalam periode t

PPE_{it} : *Property, plant, equipment* periode t

$a_1 a_2 a_3$: Koefisien regresi yang diperoleh dari hasil regresi

ε_{it} : *Error*

d) Menghitung *Discretionary Accruals*

$$DAC_{it} = \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} - NDAC_{it}$$

Keterangan

DAC_{it} : *Discretionary accruals* tahun t

TAC_{it} : *Total accruals* tahun t

A_{it-1} : Total aset periode t-1
 $NDAC_{it}$: *Non discretionary accruals* pada tahun t

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, dengan metode purposive sampling. Pemilihan sampel dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu kriteria-kriteria spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga sampel yang diambil, dianggap mampu merepresentasikan karakteristik populasi yang relevan (Tabel 2).

Tabel 2. Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023	132
2	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang baru <i>listing</i> (IPO) selama periode penelitian	(44)
3	Perusahaan sektor <i>non-cyclicals</i> yang laporan keuangannya menggunakan mata uang asing	(3)
4	Perusahaan yang memiliki data tidak lengkap selama periode penelitian	(9)
5	Perusahaan yang memiliki rugi fiskal	(28)
6	Perusahaan yang di <i>outlier</i>	(4)
	Jumlah sampel penelitian per tahun	44
	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terpilih menjadi sampel (3 tahun)	132

3.4. Teknik Analisis Data

Data yang telah diseleksi berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan akan dianalisis menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) Versi 29. Proses analisis mencakup berbagai metode statistik, antara lain analisis deskriptif, pengujian kesamaan koefisien (*pooling*), pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis, analisis jalur (*path analysis*), serta uji Sobel untuk menguji efek mediasi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan laporan keuangan yang telah diaudit dari 44 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di BEI selama periode 2021–2023. Dengan metode purposive sampling, total sampel yang digunakan adalah 132 data observasi.

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah metode untuk menggambarkan data yang sudah dikumpulkan agar lebih mudah dipahami. Tujuannya adalah memberikan gambaran umum data, seperti rata-rata, median, modus, dan standar deviasi, tanpa membuat kesimpulan atau prediksi. Analisis ini dilakukan menggunakan program IBM SPSS Versi 29.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Dev
NP	132	0,26	17,77	2,5424	2,89346
PROF	132	0,00	0,34	0,0919	0,06270
LEV	132	0,09	0,83	0,4002	0,17954
EM	132	0,00	0,38	0,0524	0,05159
Valid N (listwise)	132				

Hasil statistik deskriptif pada Tabel 3 menunjukkan nilai minimum, nilai maximum, nilai mean dan nilai std. deviation dari masing-masing variabel. Berdasarkan dari hasil tabel 4 diketahui bahwa :

- Variabel nilai perusahaan yang di proksikan dengan *Price to Book Value* memiliki nilai minimum pada variabel nilai perusahaan ini sebesar 0,26 yang dimiliki oleh PT Salim Ivomas Pratama Tbk. (SIMP). Nilai maksimum variabel nilai perusahaan sebesar 17,77 yang dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) .
- Variabel profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Asset* (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0,001 yang dimiliki oleh PT Gozco Plantations Tbk. (GZCO). Nilai maksimum variabel profitabilitas sebesar 0,343 yang dimiliki oleh PT Central Proteina Prima Tbk.
- Variabel *leverage* yang di proksikan dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR) memiliki nilai minimum sebesar 0,09 yang dimiliki oleh PT PP London Sumatra Indonesia Tbk. (LSIP). Nilai maksimum sebesar 0,83 dimiliki oleh PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS).
- Variabel manajemen laba yang di proksikan dengan model *Modified Jones* memiliki nilai minimum sebesar 0,00035 yang dimiliki oleh PT Budi Starch & Sweetener Tbk. (BUDI). Nilai maksimum sebesar 0,38 yang dimiliki oleh PT Central Proteina Prima Tbk. (CPRO).

4.3. Hasil Penelitian

4.3.1. Uji Pooling

Uji *pooling* data dilakukan untuk menentukan apakah penelitian yang menggabungkan data *cross-sectional* dan *time-series* (periode 2021–2023) dapat dilakukan. Pengujian ini menggunakan dua variabel *dummy*, yaitu DT1 untuk tahun 2021 dan DT2 untuk tahun 2022. Analisis ini dilakukan dengan program IBM SPSS Versi 29. Hasil uji *pooling* data disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji *Pooling*

Uji <i>Pooling</i>	Hasil
DT1	0,699
DT2	0,052
DT1_PROF	0,843
DT1_LEV	0,882
DT1_EM	0,562
DT2_PROF	0,191
DT2_LEV	0,164
DT2_EM	0,105

Tabel 4 menunjukkan hasil uji *pooling* data yang dibentuk dengan *dummy approach*. Apabila nilai sig. lebih besar dari 0,05 maka dapat dilakukan *pooling*, namun sebaliknya apabila nilai signya lebih kecil dari 0,05 maka *pooling* tidak dapat dilakukan. Hasil uji *pooling* pada tabel di atas menunjukkan bahwa adanya signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yang artinya data dapat digabungkan.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data residual berdistribusi normal agar hasil uji statistik valid. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi normal. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Normalitas

Model	Kriteria	Hasil
I	Sig. > 0,05	0,000
II	Sig. > 0,05	0,000

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada model regresi I dan II yang berada di bawah ambang batas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara statistik, residual dalam kedua model tidak mengikuti distribusi normal. Kendati demikian, merujuk pada Teorema Limit Tengah (*Central Limit Theorem*) yang dijelaskan oleh Bowerman dan O'Connell, apabila jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian melebihi 30, maka distribusi sampling dari rata-rata akan cenderung mendekati distribusi normal, meskipun data populasi aslinya tidak berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari pengujian multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi adanya hubungan yang sangat erat antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Jika multikolinearitas terjadi dalam tingkat yang tinggi, maka hasil estimasi parameter regresi dapat menjadi tidak konsisten, menyulitkan proses interpretasi, serta berpotensi menurunkan tingkat validitas dari model yang digunakan.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model	Variabel	Kriteria	Hasil	
			<i>Tolerance</i>	VIF
I	PROF	TOL > 0,1 ; VIF < 10	0,791	1,263
	LEV		0,896	1,116
	EM		0,869	1,151
II	PROF		0,911	1,098
	LEV		0,911	1,098

Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel, kedua model regresi menunjukkan nilai tolerance di atas 0,1 serta nilai VIF di bawah ambang batas 10. Dengan demikian, tidak terdapat indikasi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi antar nilai residual dalam model, khususnya dalam data runtun waktu. Jika terdapat autokorelasi, maka asumsi klasik regresi linear tidak terpenuhi, sehingga hasil estimasi model bisa menjadi bias dan tidak efisien. Uji ini dilakukan dengan durbin watson.

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Model	Kriteria	Hasil		
		Du	DW	4-du
I	du < DW < 4-du	1,7624	2,141	2,2376
II		1,7466	2,177	2,2534

Hasil pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa pada model I maupun model II, nilai Durbin-Watson (DW) berada di antara batas bawah (du) dan batas atas (4-du). Kondisi ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam kedua model, sehingga residual yang dihasilkan bersifat independen dan tidak saling berkorelasi secara sistematis.

d) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians dari residual dalam model regresi bersifat homogen atau mengalami perubahan. Ketidakkonstanan varians residual menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas, yang dapat menurunkan tingkat presisi estimasi dalam analisis regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode Spearman Rank Correlation. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Model	Variabel	Kriteria	Hasil
I	PROF	Sig. > 0,05	0,377
	LEV	Sig. > 0,05	0,081
	EM	Sig. > 0,05	0,393
II	PROF	Sig. > 0,05	0,051
	EM	Sig. > 0,05	0,833

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan hasil model 1 dan 2 memiliki sig. > 0,05 yang dapat diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada kedua model.

4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana dua atau lebih variabel bebas memengaruhi satu variabel terikat, baik secara individu maupun bersamaan. Dalam penelitian ini dilakukan dengan II persamaan yaitu persamaan I (Profitabilitas, *Leverage* dan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan) yang didapatkan hasil dalam Tabel 9.

Tabel 9. Analisis Regresi Linear Model I

Uji Analisis Regresi	Koefisien
<i>Constant</i>	-1,968
PROF	28,980
LEV	4,689
EM	-0,561

Berdasarkan dari hasil regresi tersebut diperoleh persamaan yang terbentuk dari regresi Model I yaitu:

$$NP = -1,968 + 28,980PROF + 4,689LEV - 0,561EM + \varepsilon$$

Analisis Persamaan II yaitu (Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba) yang didapatkan hasil yang disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Analisis Regresi Linear Model II

Uji Analisis Regresi	Koefisien
<i>Constant</i>	0,009
PROF	0,312
LEV	0,037

Berdasarkan dari hasil regresi diperoleh persamaan yang terbentuk dari regresi Model II yaitu:

$$EM = 0,009 + 0,312PROF + 0,037LEV + \varepsilon$$

4.3.4. Uji Hipotesis

a) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Model ini dikatakan layak apabila nilai signifikansinya $< 0,05$.

Tabel 11. Uji F

Model	Kriteria	Hasil
I	Sig < 0,05	0,000
II		0,000

Berdasarkan tabel uji f di atas menunjukkan kedua model lolos uji f dengan nilai sig di bawah 0,05. Kedua model layak digunakan untuk diuji dan dapat dilanjutkan ke pengujian berikutnya.

b) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t)

Pengujian statistik t bertujuan untuk menilai sejauh mana masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Interpretasi hasil uji dilakukan dengan mengamati nilai signifikansi (sig.) yang tercantum dalam tabel koefisien. Apabila nilai sig. berada di bawah 0,05, maka variabel independen tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Merujuk pada hasil analisis yang ditampilkan dalam Tabel 12, dapat disimpulkan beberapa temuan sebagai berikut:

1. Variabel profitabilitas yang diukur melalui indikator Return on Assets menunjukkan nilai koefisien 28,980 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Variabel *leverage* yang diproksikan dengan debt to assets ratio (LEV) memiliki nilai koefisien sebesar 4,689 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini juga berada di bawah 0,05, sehingga hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, meskipun kontribusinya lebih rendah dibandingkan profitabilitas.
3. Variabel manajemen laba yang diukur menggunakan pendekatan *Modified Jones* (EM) memperoleh koefisien sebesar -0,561 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,447. Karena nilai signifikansi melebihi 0,05, hasil ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, bahkan cenderung berdampak negatif.

Tabel 12. Uji t Model I

Keterangan	<i>Unstandardized Coefficients Beta</i>	<i>Sig. 2 tailed</i>	<i>Sig./2 tailed</i>
PROF	28,980	0,000	0,000
LEV	4,689	0,000	0,000
EM	-0,561	0,895	0,447

Uji statistik t untuk model II yaitu Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba. Pada Tabel 13 dapat diamati dan disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil uji variabel profitabilitas (PROF) yang di proksikan dengan *Return on Assets* memiliki nilai koefisien sebesar 0,312 dan nilai sig./2 sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.
- 2) Berdasarkan hasil uji variabel *leverage* (LEV) yang di proksikan dengan *Debt to Assets Ratio* memiliki nilai koefisien sebesar 0,037 dengan nilai sig./2 sebesar 0,071 lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Tabel 13. Uji t Model II

Keterangan	<i>Unstandardized Coefficients Beta</i>	<i>Sig. 2 tailed</i>	<i>Sig./2 tailed</i>
PROF	0,312	0,000	0,000
LEV	0,037	0,142	0,071

4.3.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adjusted R Square (R^2) digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat. Nilai ini menunjukkan proporsi kontribusi variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Sementara itu, bagian variasi yang tidak dijelaskan oleh model merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain di luar variabel yang dianalisis dalam penelitian. Adapun hasil *Adjusted R Square* dari kedua model disajikan sebagai berikut.

Tabel 14. Uji Koefisiensi Determinasi

Model	Kriteria	Hasil	Keterangan
I	$0 \leq R^2 \leq 1$	0,351	35% variabel nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini
II	$0 \leq R^2 \leq 1$	0,118	12% variabel manajemen laba dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini

4.3.6. Analisis Jalur

Metode analisis jalur (*path analysis*) bertujuan untuk menguji bagaimana manajemen laba berfungsi sebagai variabel mediasi, yang memediasi hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Untuk mencapai tujuan ini, model penelitian disusun menjadi dua persamaan: Persamaan I menguji pengaruh langsung dari profitabilitas, *leverage*, dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan, sementara Persamaan II menguji pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap manajemen laba. Analisis ini juga menyertakan koefisien (e) pada setiap persamaan untuk mengukur variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model. Nilai e tersebut diperoleh dengan cara sebagai berikut :

$$e = \sqrt{1 - R^2}$$

Untuk Persamaan I, ε dihitung sebagai berikut :

$$e = \sqrt{1 - 0,351}$$

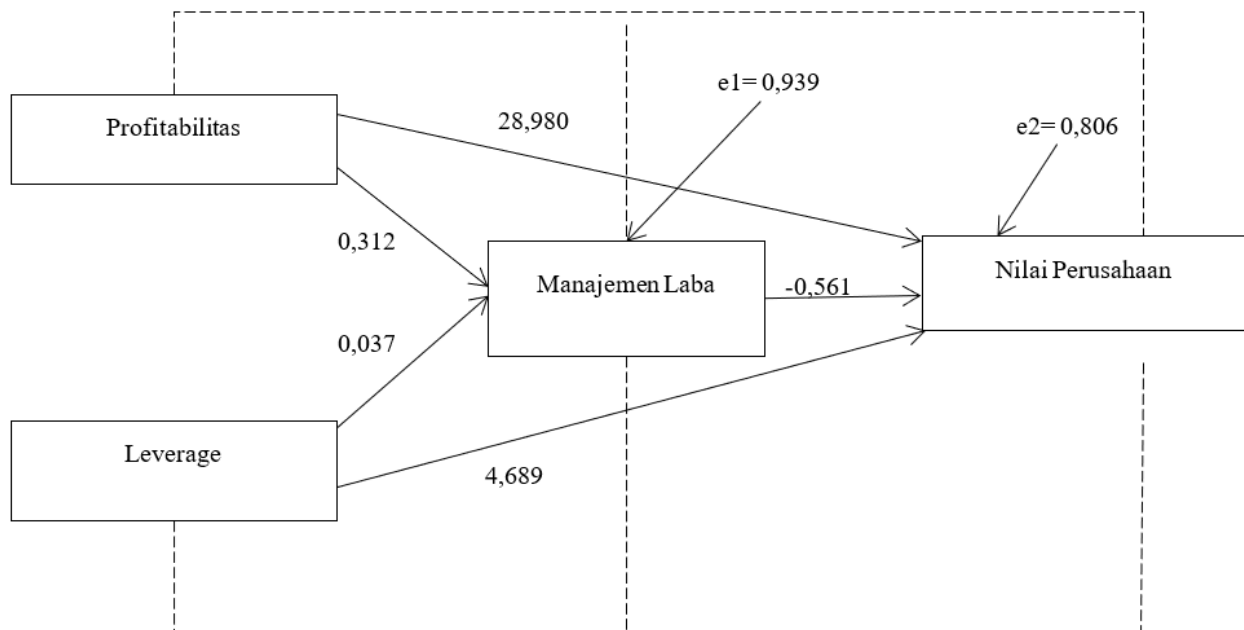
$$e2 = 0,806$$

Untuk Persamaan II, ε dihitung sebagai berikut :

$$e = \sqrt{1 - 0,118}$$

$$e1 = 0,939$$

Berikut adalah diagram jalur pada penelitian ini beserta koefisien jalurnya yang dirincikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Analisis Jalur Penelitian

Berdasarkan hasil output SPSS pada model regresi II, variabel profitabilitas menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,312 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi berada di bawah 0,05, hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba. Nilai beta tersebut juga merepresentasikan jalur pengaruh (path) dengan kode p2.

Sementara itu, pada model regresi I, variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 28,980 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun variabel manajemen laba menunjukkan nilai beta sebesar -0,561 dengan signifikansi sebesar 0,447. Karena nilai tersebut melebihi batas 0,05, hasil ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berikut perhitungan besaran pengaruh langsung, tidak langsung, dan total pengaruhnya :

Pengaruh langsung PROF ke NP		=	28,980
Pengaruh tak langsung PROF ke EM ke NP	(0,312 × -0,561)	=	-0,1750
Total pengaruh (korelasi PROF ke NP)		=	28,805

Berdasarkan hasil analisis regresi pada model II, variabel *leverage* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,037 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,071. Karena nilai tersebut melebihi batas signifikansi 0,05, maka menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Nilai beta tersebut juga merepresentasikan jalur pengaruh (path) yang dilabeli sebagai p2.

Sementara itu, pada model regresi I, *leverage* memperoleh nilai koefisien sebesar 4,689 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun variabel manajemen laba memiliki nilai koefisien sebesar -0,561 dengan signifikansi sebesar 0,447, yang berarti bahwa manajemen laba tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berikut perhitungan besaran pengaruh langsung, tidak langsung, dan total pengaruhnya :

Pengaruh langsung LEV ke NP	=	4,689
Pengaruh tidak langsung LEV ke EM ke NP	$(0,037 \times -0,561)$	= -0,020
Total pengaruh (korelasi LEV ke NP)	=	4,668

4.3.7. Sobel Test

Pada analisis jalur diperoleh pengaruh mediasi manajemen laba untuk variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar -0,1750 signifikan atau tidak diuji dengan *Sobel Test* sebagai berikut :

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(-0,561)^2 (0,071)^2 + (0,312)^2 (4,236)^2 + (0,071)^2 (4,236)^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0,00157 + 1,74968 + 0,08978}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{1,84103}$$

$$Sp2p3 = 1,35685$$

Berdasarkan hasil $Sp2p3$ ini dapat menghitung nilai t statistik untuk mengetahui pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$Z = \frac{p2p3}{Sp2p3}$$

$$Z = \frac{(0,312)(-0,561)}{1,35685}$$

$$Z = -0,12907$$

Berdasarkan hasil pengujian *sobel test* z hitung yang diperoleh adalah sebesar -0,12907 dimana nilai lebih kecil dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, maka koefisien mediasi -0,1750 yang artinya manajemen laba tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pada analisis jalur diperoleh pengaruh mediasi manajemen laba untuk variabel *leverage* sebesar -0,020 signifikan atau tidak diuji dengan *Sobel Test* sebagai berikut :

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(-0,561)^2 (0,025)^2 + (0,037)^2 (4,236)^2 + (0,025)^2 (4,236)^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0,00019 + 0,02395 + 0,01095}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0,03509}$$

$$Sp2p3 = 0,18732$$

Berdasarkan hasil $Sp2p3$ dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$Z = \frac{p2p3}{Sp2p3}$$

$$Z = \frac{(0,037)(-0,561)}{0,18732}$$

$$Z = -0,10937$$

Berdasarkan hasil pengujian *sobel test* z hitung yang diperoleh -0,10937 dimana nilai lebih kecil dari 1,96, maka koefisien mediasi sebesar -0,020 tidak signifikan secara statistik. Artinya, manajemen laba tidak

memediasi secara signifikan pengaruh *leverage* yang artinya tidak ada pengaruh mediasi dari manajemen laba yang menghubungkan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

4.4. Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian, terdapat cukup bukti profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai sig. 0,000 dan koefisien regresi 28,980. Hasil ini konsisten dengan hipotesis penelitian, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin baik kinerja dan efisiensinya.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh data dari beberapa emiten yang menunjukkan profitabilitas di atas rata-rata (0,0919) dan nilai perusahaan di atas rata-rata (2,5424). Sebagai contoh, PT Delta Djakarta Tbk. (DLTA) dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. (HMSP) secara konsisten memiliki profitabilitas dan nilai perusahaan yang tinggi selama tiga tahun berturut-turut (2021-2023). Tingginya profitabilitas ini mengirimkan sinyal positif kepada investor sesuai dengan teori sinyal dan teori agensi, di mana manajer yang efisien mampu meningkatkan kinerja keuangan, yang pada gilirannya menaikkan nilai perusahaan.

Kesimpulan ini juga didukung oleh konsensus dari berbagai penelitian terdahulu. Temuan penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Carolin dan Susilawati (2024), Wahyuni et al. (2024), Wahyuningtyas dan Fitria (2023), Kusmiyati dan Nera Marinda Machdar (2023), Chalid et al. (2022), Huriqduq (2022), Chynthiawati dan Jonnardi (2022), Arfan (2022), Idris (2021), Hergianti (2020), dan Permatasari dan Ayik (2017), yang secara empiris mengonfirmasi pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4.4.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian, *leverage* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan hipotesis penelitian. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan koefisien regresi 4,689. Tingkat utang yang tinggi dapat menarik minat investor karena dianggap sebagai sinyal bahwa perusahaan mampu mengelola kewajiban keuangannya secara efektif (Sanusi & Effriyanti, 2024).

Hasil ini didukung oleh data emiten yang memiliki *leverage* dan nilai perusahaan di atas rata-rata. Sebagai contoh, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (AMRT) dan PT Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) secara konsisten menunjukkan *leverage* dan nilai perusahaan yang tinggi selama tiga tahun terakhir. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan utang yang optimal dapat menjadi sinyal positif bagi pasar sesuai dengan teori sinyal. Selain itu, menurut teori agensi, beban utang mendorong manajemen untuk bekerja lebih efisien, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan di mata pemegang saham.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan studi-studi terdahulu yang secara empiris mengonfirmasi pengaruh positif secara signifikan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian tersebut antara lain penelitian yang dilakukan oleh Carolin & Susilawati (2024), Sanusi & Effriyanti (2024), dan Hergianti (2020).

4.4.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan uji statistik, profitabilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hasil uji-t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi 0,312. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula kecenderungannya untuk melakukan manajemen laba.

Hubungan positif ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik, terutama dalam menghasilkan laba, cenderung memiliki fleksibilitas lebih besar untuk melakukan manipulasi akuntansi. Hal ini bertujuan untuk menjaga citra dan memenuhi ekspektasi pasar serta investor. Contohnya, PT Uni-Charm Indonesia Tbk. (UCID) dan PT Perusahaan Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk. (LSIP) menunjukkan bahwa profitabilitas yang rendah diikuti oleh manajemen laba yang rendah pula selama periode 2021-2023.

Temuan ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abi dan Wulandari (2024) serta Huriqduq (2022), yang juga secara empiris membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap praktik manajemen laba.

4.4.4 Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji statistik, *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba, karena nilai signifikansinya 0,071 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan utang tidak selalu diikuti oleh peningkatan praktik manajemen laba.

Fenomena ini terjadi karena utang yang lebih besar sering kali disertai dengan pengawasan yang lebih ketat dari kreditur, membatasi ruang gerak manajemen (Abi dan Wulandari, 2024). Selain itu, perusahaan dengan *leverage* tinggi bisa saja memilih untuk menjaga integritas laporan keuangan mereka demi menjaga kepercayaan investor dan pemberi pinjaman.

Data empiris dari emiten seperti PT Dharma Satya Nusantara Tbk. (DSNG) dan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD) mendukung temuan ini; kedua perusahaan memiliki *leverage* di atas rata-rata tetapi dengan manajemen laba yang rendah. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian Abi dan Wulandari (2024), yang juga menemukan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh empiris terhadap manajemen laba.

4.4.5 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Manajemen Laba

Dalam analisis jalur, ditemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 28,980. Artinya, peningkatan profitabilitas secara langsung mendorong kenaikan nilai perusahaan. Sebaliknya, pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui variabel mediasi manajemen laba sangat kecil dan negatif, yaitu sebesar -0,1750. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan manajemen laba justru cenderung melemahkan dampak positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Uji Sobel dengan nilai Z sebesar -0,12907, yang berada di bawah nilai t-tabel ($\pm 1,96$), membuktikan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, manajemen laba tidak berfungsi sebagai variabel mediasi yang signifikan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Pengaruh utama terhadap nilai perusahaan tetap berasal dari hubungan langsung profitabilitas, yang secara statistik terbukti kuat dan dominan.

Hasil ini konsisten dengan teori sinyal, di mana profitabilitas yang tinggi sudah menjadi sinyal kuat bagi pasar untuk menilai perusahaan secara positif. Investor merespons langsung kinerja riil perusahaan, sehingga praktik manajemen laba tidak memberikan kontribusi tambahan atau menjadi jalur perantara yang efektif. Temuan ini juga selaras dengan penelitian Wahyuningtyas dan Fitria (2023), yang juga menyimpulkan bahwa manajemen laba tidak mampu memediasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

4.4.6. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Manajemen Laba

Berdasarkan analisis jalur, ditemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 4,689 (sig. 0,000 < 0,05). Artinya, peningkatan utang secara langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, pengaruh tidak langsung *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui variabel mediasi manajemen laba memiliki koefisien -0,020, menunjukkan bahwa praktik manajemen laba justru mengurangi dampak positif dari *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Nilai uji Sobel (Z) sebesar -0,10937, yang berada di bawah nilai t-tabel ($\pm 1,96$), menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, manajemen laba tidak berfungsi sebagai variabel mediasi yang efektif antara *leverage* dan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori agensi, di mana pengawasan ketat dari kreditur (terutama melalui debt covenant saat *leverage* tinggi) membatasi ruang gerak manajer untuk melakukan manajemen laba. Kesimpulan ini didukung oleh penelitian Camila (2023), yang juga menemukan bahwa manajemen laba tidak mampu memediasi hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan.

4.4.7. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji statistik, manajemen laba tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi 0,447 (lebih besar dari 0,05). Meskipun koefisien regresi bernilai negatif (-0,561), yang menunjukkan arah hubungan yang berlawanan, pengaruh ini tidak signifikan. Artinya, praktik manajemen laba justru cenderung menurunkan nilai perusahaan, namun tidak secara signifikan. Hal ini disebabkan investor menilai manajemen laba sebagai sinyal negatif, mencerminkan adanya upaya manipulasi atau penyembunyian kinerja buruk. Investor mungkin melihat manajemen laba sebagai hal yang wajar atau "biaya agensi" yang tidak terhindarkan dalam operasional perusahaan. Selama perusahaan masih mampu memberikan *return* yang diharapkan dan pertumbuhan yang stabil, pasar cenderung mengabaikan fluktuasi laba yang disebabkan oleh akrual, sehingga tidak memengaruhi penilaian mereka terhadap nilai perusahaan.

secara keseluruhan. Nilai perusahaan sering kali lebih dipengaruhi oleh faktor fundamental yang lebih kuat seperti kebijakan dividen, profitabilitas riil, ukuran perusahaan, atau struktur modal, sehingga mengaburkan atau meniadakan pengaruh dari praktik manajemen laba. Investor dianggap sudah cukup cerdas dan memiliki akses informasi yang luas untuk mendeteksi praktik manajemen laba. Namun jika Investor menyadari bahwa laba yang dilaporkan telah dimanipulasi, mereka akan melakukan penyesuaian (mendiskon) nilai tersebut, sehingga tindakan manajemen laba tidak lagi memberikan dampak positif maupun negatif terhadap harga saham perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Camila (2023), yang juga menyimpulkan bahwa manajemen laba tidak terbukti secara empiris memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap praktik manajemen laba. Namun demikian, tidak ditemukan cukup bukti empiris yang menunjukkan bahwa *leverage* secara signifikan memengaruhi manajemen laba. Temuan lainnya mengindikasikan bahwa manajemen laba tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memberikan dampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Dari kesimpulan dan hasil pembahasan, maka peneliti memberikan saran praktis dan saran akademis. Saran praktis untuk manajemen perusahaan dan investor, saran akademis untuk peneliti selanjutnya. Bagi perusahaan penting untuk selalu meningkatkan kinerja keuangan terutama profitabilitas, karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Bagi investor, disarankan untuk tidak hanya berfokus pada laba akuntansi, tetapi juga mempertimbangkan indikator fundamental seperti profitabilitas dan struktur modal dalam menilai nilai perusahaan. Investor juga harus memperhatikan juga kualitas laba dan laporan arus kas. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan pendekatan model akrual yang berbeda misalnya Kothari Model, atau menggunakan *Real Earnings Management* yaitu manajemen laba melalui aktivitas riil. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain seperti *corporate governance*, atau kualitas audit, agar dapat menggambarkan hubungan yang lebih komprehensif antara manajemen laba dan nilai perusahaan.

Daftar Pustaka

- Abbas, D. S., Dillah, U., & Sutardji, S. (2021). Faktor - Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(01), 42–49. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i01.274>
- Abi, D. S., & Wulandari, I. (2024). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas Terhadap Manajemen Laba. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 741–750.
- Agil Punggi Sholikin, & Achmad Agus Yasin Fadli. (2024). Pengaruh Debt To Asset Ratio (DAR) Da Return On Asset (Roa) Terhadap Harga Saham Pada PT.Sarana Menara Nusantara Tbk.Periode 2013-2022. *JURNAL SeMaRaK*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.32493/smk.v7i2.42151>
- Arfan, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 165. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i1.95>
- Atin, T., & Pujiono, P. (2022). Analisis Laba Bersih dan Manajemen Laba Model Jones Dimodifikasi Untuk Keputusan Investasi Pada Sektor Agrikultur Di BEI Setelah Implementasi Full IFRS. *Owner*, 6(3), 1580–1590. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.940>
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 7(1), 171–184. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Azizah, V. N., & Asrori, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Likuiditas terhadap Kualitas Laba dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 1029–1042.
- Berliana, T. A., & Iswara, U. S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 5(1), 104–113. <https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i1.8008>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Study Guide for Brigham/Houston's Fundamentals of Financial Management, Concise Edition, 7th*. Cengage Learning.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of financial management (Dasar-dasar Manajemen*

- Kuangan). In *Engineering and Process Economics* (Vol. 3, Issue 3
- Britt, J. H., Cushman, R. A., Dechow, C. D., Dobson, H., Humblot, P., Hutjens, M. F., Jones, G. A., Ruegg, P. S., Sheldon, I. M., & Stevenson, J. S. (2018). Invited review: Learning from the future—A vision for dairy farms and cows in 2067. *Journal of Dairy Science*, 101(5), 3722–3741. <https://doi.org/10.3168/jds.2017-14025>
- Carolin, J. Y., & Susilawati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, 7(1), 588–597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1447>
- Chalid, L., Kalsum, U., & Pelu, M. F. A. (2022). Efek Profitabilitas , Financial *Leverage* dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Financial Distress dan Earning Management sebagai Variabel Intervening Abstrak. *Journal of Management & Busines*, 5(1), 282–295. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1623>
- Chynthiawati, L., & Jonnardi, J. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1589–1599. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i4.21390>
- D, C. Mk. Kw. (2023). *Pengaruh Leverage dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021*. 2(3), 393–407.
- Eisenhardt, K. M. (1989). See Other File. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.
- Fahmi, I. (2013). Rahasia saham dan obligasi. *Bandung: Alfabeta*.
- Fanani, Y., Sulisty, S., & Mustikowati, R. I. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.21067/jrma.v6i2.4218>
- Febria, D. (2020). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 3(2), 65. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i2.568>
- Harahap. (2022). Analisis Pengaruh Laverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i1.1040>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (2005). A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setting. *SSRN Electronic Journal*, November. <https://doi.org/10.2139/ssrn.156445>
- Hergianti, A. N. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–20.
- Huriquduq, M. O. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(4), 227–241. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i4.80>
- Idris, A. (2021). Dampak Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(1), 11. <https://doi.org/10.33370/jmk.v18i1.515>
- Imnana, L., Siaila, S., & Wenno, M. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 59–71. <https://doi.org/10.30598/manis.7.1.59-71>
- Jensen, M. C. (n.d.). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *Corporate Bankruptcy*, 76(2), 11–16. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511609435.005>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Also published in Foundations of Organizational Strategy. *Journal of Financial Economics*, 4, 305–360. <http://ssrn.com/abstract=94043Electroniccopyavailableat:http://ssrn.com/abstract=94043http://hupress.harvard.edu/catalog/JENTHF.html>
- Kusmiyati Kusmiyati, & Nera Marinda Machdar. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kualitas Audit, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(1), 01–16. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i1.77>
- Lestari, K. C., & Wulandari, S. O. (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 20–35.
- Linh, N. T. (2024). Agency Theory in Management Accounting: A Systematic Literature Review. *Int. j. Adv. Multidisc. Res. Stud*, 4(1), 1124–1127. www.multiresearchjournal.com
- Lutfi, A. A. (2024). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Roa, Roe, dan Npm Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat dalam IDX-MES Bumn Periode 2021-2023. 03(01), 81–91. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/51271%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/1234567>

- Muthmainnah, M. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(4), 389–402. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i4.6239>
- Nur utami, C., & Widati, L. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(1), 885–893. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.682>
- Nurdin, E., Fitriaman, F., & Aqurat, W. N. (2023). Empirical Testing of Capital Structure and Profitability as Mechanisms to Enhance Firm Value. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 15(2), 221–228.
- Permatasari, S., & Ayik, Nu. F. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervining. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(9), 2–18.
- Putri, H. T. (2019). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 51. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.70>
- Putri, M. E., & Sunarto, S. (2022). Pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 246–256. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1896>
- Rahmayanti, F., Suherman, S., & Hamidah, H. (2024). Pengaruh Utang, Profitabilitas, Dan Nilai Pasar Terhadap Return Saham Sektor Consumer Non-Cyclicals Di Bei. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 4(2), 311–325. <https://doi.org/10.53067/ijebe.v4i2.164>
- Ramashar, W., & Hasan, A. (2018). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 8(1), 32–40.
- Safitri, A. M., & Mukaram. (2018). Pengaruh ROA, ROE, dan NPM Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, vol 4(1), 25–39.
- Sanusi, S., & Effriyanti, E. (2024). Pengaruh Komite Audit, *Leverage*, dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Syntax Idea*, 6(8), 3681–3699. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i8.4348>
- Sari, D. P., Suryani, W., & Sabrina, H. (2021). Pengaruh Debt To Asset Ratio dan Debt To Equity Ratio terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 72–80. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.484>
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory*, Toronto: Person Education Canada. Inc.
- Selfiyani. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening (Studi empiris pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2019)*. 4, 6.
- Setiawati, L., & Na'im, A. (2000). Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(4), 424–441.
- Sulistyanto, S. (2008). *Manajemen Laba (Teori & Model Empiris)*. Grasindo.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 65–85.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti*. 6(3), 1248–1277.
- Suyono, E., Sunarmo, A., & Budianto, R. (2022). Telaah Konseptual atas Berbagai Model Pengukuran Earnings Management: Edisi Revisi. *Soedirman Accounting, Auditing and Public Sector Journal*, 1(2), 1–19. <https://doi.org/10.32424/1.saap.2022.1.2.7906>
- Wahyuni, I., wahyu setiyowati, S., fariz irianto, M., Studi Akuntansi, P., Ekonomika Dan Bisnis, F., & PGRI Kanjuruhan Malang, U. (2024). MANAJEMEN LABA SEBAGAI PEMODERASI PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN TAX AVOIDANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR FOOD AND BEVERAGE (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and beverage Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2022). *Action Research Literate*, 8(5). <https://arl.ridwaninstitute.co.id/index.php/arl>
- Wahyuningtyas, J. R., & Fitria, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 7. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5409%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/5409/5441>
- Wowor, J. C. J., Morasa, J., & Rondonuwu, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal EMBA*, 9(1), 589–599.
- Yuniningsih, Y.-, Hasna, N. A., & Nizarudin Wajdi, M. B. (2018). Financial Performance Measurement Of

With Signaling Theory Review On Automotive Companies Listed In Indonesia Stock Exchange. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 1(2), 167–177.
<https://doi.org/10.29138/ijeed.v1i2.558>

Zurriah, R., & Sembiring, M. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui praktek manajemen laba rill. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 174–183.
<https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3882>