

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Susanti Permatasari
susantipermatasari@gmail.com
Nur Fadrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research is aimed to examine the influence of firm size and profitability of firm value to the earning management as the intervening variable. The sampling method has been carried out by using purposive sampling method and 39 companies have been obtained as samples. The data have been obtained from the financial statements of companies which are listed in the Indonesia Stock Exchange in 2012-2014 periods. The method analysis is quantitative which has been carried out by using classic assumption test and statistical analysis i.e. path analysis which has been performed by using two structural equations in order to measure the direct and the indirect influence among the independent variables to the dependent variable by using intervening variable. The result of analysis shows that firm size and profitability do not have any significant influence both simultaneous and partial to the earning management which can be seen from the structural equation 1. Meanwhile the structural equations 2 shows that firm size, profitability and earnings management have significant influence both simultaneous and partial to the firm value.

Keywords: Firm size, profitability, earning management and the value of the company.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel *intervening*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dan diperoleh 39 perusahaan sampel yang menjadi objek penelitian. Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2014. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan pengujian asumsi klasik dan analisis statistik yaitu analisis jalur yang menggunakan dua persamaan struktural untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel *intervening*. Hasil analisa menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap manajemen laba yang dapat dilihat pada persamaan struktural 1. Sedangkan dalam persamaan struktural 2 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: ukuran perusahaan, profitabilitas, manajemen laba, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Bagi perusahaan terbuka yang sudah *go public*, penyampaian laporan keuangan berkala dan tahunan kepada Bursa adalah merupakan suatu kewajiban. Melalui laporan keuangan, para pemegang saham dan calon investor dapat mengukur kinerja manajemen suatu perusahaan. Boediono (2005) menyatakan bahwa parameter yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen dalam laporan keuangan adalah informasi laba yang terkandung dalam laporan laba rugi.

Adanya konflik kepentingan yang terjadi antara pemegang saham yang menginginkan *return* yang besar atas investasi yang mereka tanamkan ke perusahaan dengan pihak manajemen yang menginginkan kompensasi yang maksimal atas hasil kerja mereka, dapat mendorong manajemen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada pemegang saham terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajemen. Oleh karena itu, ketika manajemen perusahaan gagal menyajikan informasi laba yang tinggi, manajemen akan terdorong untuk melakukan intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal untuk memperoleh keuntungan privat (Schipper, 1989). Manajemen laba adalah suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan prinsip akuntansi yang dapat diterima secara umum untuk mengarah pada tingkatan laba yang diharapkan (Assih dan Gudono, 2000).

Variabel yang berpengaruh terhadap manajemen laba antara lain adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas. Perusahaan yang berukuran besar biasanya memiliki peran sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas daripada perusahaan yang berukuran kecil, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan memberi dampak yang besar pula terhadap kepentingan publik bila dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh para pemangku kepentingan sehingga manajemen harus lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan dengan cara melaporkan kondisi perusahaan secara lebih akurat.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka kinerja manajemen perusahaan di mata investor akan terlihat semakin baik, sehingga dorongan untuk memanipulasi pelaporan laba akan semakin rendah. Ketika perusahaan terbuka yang sudah *go public* dapat menyajikan pelaporan laba yang maksimal, hal tersebut akan menarik minat para investor untuk menanam modalnya melalui pembelian saham. Dengan meningkatnya jumlah permintaan atas saham suatu perusahaan, diharapkan harga pasar saham perusahaan tersebut akan meningkat pula. Semakin tinggi harga pasar saham, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *price to book value* (PBV) yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, karena hal tersebut akan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham atau *stockholder wealth maximization* (Brigham dan Ehrhardt, 2006:10).

Namun demikian, pada kenyataannya tidak semua perusahaan terbuka yang sudah *go public* mampu meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Teyfoer (2012), hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 24 perusahaan (16,44%) dari 146 perusahaan manufaktur selama kurun waktu 2005-2009 yang berhasil meningkatkan kemakmuran para pemegang saham yang diukur dengan nilai perusahaan, atau PBV lebih dari satu.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar dapat dengan mudah masuk ke pasar modal bila dibandingkan dengan perusahaan kecil. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemudahan untuk mendapat dana. Kemudahan tersebut kemudian ditangkap sebagai sinyal positif dan prospek yang baik oleh investor, sehingga ukuran perusahaan dapat memberi pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan, profitabilitas juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dan relatif stabil setiap tahunnya akan cenderung diminati oleh investor. Investor beranggapan bahwa berinvestasi pada perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan menghasilkan tingkat pengembalian (*return*) yang tinggi pula.

Melalui tindakan manajemen laba, manajemen juga dapat mempengaruhi harga pasar saham perusahaan yang dikelolanya, baik dengan cara melakukan perataan laba maupun dengan menyajikan informasi laba yang lebih tinggi daripada seharusnya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan di mata para investor terlihat baik, sehingga permintaan akan saham perusahaan tersebut akan meningkat dan berimbas pada naiknya harga pasar saham dan nilai perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian manajemen laba pada umumnya, dimana dalam penelitian ini tidak hanya dibahas mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi manajemen laba tetapi juga diuji bagaimana manajemen laba tersebut berpengaruh terhadap faktor lain yang dalam hal ini adalah nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORETIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Konsep teori keagenan menurut Anthony dan Govindarajan (2005) adalah hubungan atau kontrak antara *principal* (pemilik) dengan *agent* (manajer). Pada perusahaan yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai prinsipal, dan *Chief Executive Officer* (CEO) sebagai agen mereka.

Teori keagenan dilandasi oleh beberapa asumsi (Emirzon, 2007). Asumsi-asumsi tersebut dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu asumsi tentang sifat dasar manusia, asumsi keorganisasian dan asumsi informasi. Asumsi tentang sifat dasar manusia itu sendiri juga dilatarbelakangi oleh tiga hal, yaitu manusia sebagai makhluk ekonomi yang cenderung mementingkan kepentingan diri sendiri (*self interest*), manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan manusia selalu menghindari resiko (*risk adverse*). Asumsi keorganisasian dilatarbelakangi adanya konflik antara anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria efektivitas dan adanya asimetri antara prinsipal dan agen. Asumsi informasi adalah informasi sebagai barang komoditi yang dapat diperjualbelikan. Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia terlihat bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik antara prinsipal dan agen.

Permasalahan yang timbul akibat adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agennya ini disebut dengan *agency problems*, yang salah satunya disebabkan karena adanya asimetri informasi (*asymmetric information*). Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana terjadi ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh prinsipal dan agen, dimana prinsipal tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja agen, sedangkan agen memiliki lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan (Widyaningdyah, 2001).

Menurut Jensen dan Meckling (1976), ada dua tipe asimetri informasi, yaitu: (1) *Moral hazard*, yaitu permasalahan yang muncul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang disepakati bersama dalam kontrak kerja, (2) *Adverse selection*, yaitu suatu keadaan dimana prinsipal tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh agen benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai bentuk kelalaian dalam tugas. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan dirinya sendiri, mengakibatkan agen memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui prinsipal. Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara prinsipal dan agen dapat memotivasi agen untuk menyajikan informasi yang tidak

sebenarnya kepada prinsipal, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja agen.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan utama kepada pihak-pihak di luar perusahaan (Kieso et al., 2007:2). Munawir (2001:7) menyatakan bahwa laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Harahap (2007:2) menambahkan bahwa disamping sebagai media berkomunikasi, laporan keuangan juga merupakan bentuk pertanggungjawaban (*accountability*) manajemen terhadap pihak eksternal. Baridwan (2000:17) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan suatu ringkasan transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan keuangan berisi informasi tentang prestasi perusahaan di masa lampau dan dapat memberikan petunjuk untuk penetapan kebijakan di masa yang akan datang (Weston dan Copeland, 1995:17). Oleh karena itu, informasi yang disajikan haruslah benar sehingga informasi tersebut berguna bagi para pemangku kepentingan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2007:3), tujuan disusunnya laporan keuangan suatu perusahaan, yaitu: (a) Menyediakan informasi tentang posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomi, (b) Menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Pengguna laporan keuangan yang ingin melakukan penilaian terhadap kinerja manajemen menggunakan laporan keuangan sebagai sarana untuk mengambil keputusan ekonomi, misalnya keputusan untuk menanam atau menjual kepemilikan saham mereka, dan keputusan untuk mengangkat kembali atau melakukan penggantian susunan manajemen perusahaan.

Pengguna laporan keuangan adalah meliputi investor sekarang dan investor potensial, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan kreditor usaha lainnya, pelanggan, pemerintah serta lembaga-lembaga lainnya dan masyarakat. Mereka menggunakan laporan keuangan untuk memenuhi beberapa kebutuhan informasi yang berbeda, misalnya para pemegang saham membutuhkan informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar deviden.

Ikatan Akuntan Indonesia (2007) menekankan pentingnya karakteristik kualitatif dari informasi keuangan yang dihasilkan agar informasi tersebut bermanfaat bagi pengambilan keputusan, yaitu: dapat dipahami (*understandability*), relevan (*relevance*), keandalan (*reliability*), dan daya banding (*comparability*)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasi besar kecilnya perusahaan berdasarkan besaran tertentu, antara lain: total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Penentuan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005) dan hanya terbagi menjadi tiga kategori yang didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Total aset menunjukkan jumlah aktiva yang dapat digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Peningkatan aset yang diikuti dengan peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan para investor terhadap perusahaan, dan seiring dengan meningkatnya kepercayaan tersebut, para investor akan semakin tertarik untuk menanamkan dananya ke perusahaan melalui pembelian saham.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (\ln) dari total aset. Hal tersebut dikarenakan besarnya total aset masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut, maka besaran total aset perlu di \ln kan. Adapun total aset dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan. Bila nilai dari total aset, penjualan, atau modal itu besar, maka digunakan natural logaritma dari nilai tersebut.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan. Menurut Myers dan Majluf (1984), manajer keuangan yang menggunakan *packing order theory* dengan laba ditahan sebagai pilihan pertama dalam pemenuhan kebutuhan dana dan hutang sebagai pilihan kedua serta penerbitan saham sebagai pilihan ketiga, akan selalu memperbesar profitabilitas untuk meningkatkan laba. *Profitability ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2008). Rasio ini sangat diperhatikan oleh calon investor maupun pemegang saham karena berkaitan dengan harga saham serta dividen yang akan diterima oleh pemegang saham.

Rasio profitabilitas dapat diukur dari dua pendekatan yakni pendekatan penjualan dan pendekatan investasi. Ukuran yang banyak digunakan adalah *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Rasio profitabilitas yang diukur dari ROA dan ROE mencerminkan daya tarik bisnis (*bussines attractive*). *Return on asset* (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia di dalam perusahaan. ROA digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik suatu perusahaan. Selain ROA, ROE juga sering digunakan sebagai tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan total modal sendiri yang digunakan. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi investasi yang nampak pada efektivitas pengelolaan modal sendiri.

Manajemen Laba

Manajemen Laba adalah tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dari suatu standar tertentu dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan dan atau nilai pasar perusahaan (Novianna, 2009). Menurut Schipper (1989), manajemen laba adalah intervensi dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal untuk memperoleh keuntungan privat. Definisi lain diungkapkan oleh Davidson (1987) dalam Meutia (2004) yang menyatakan bahwa manajemen laba adalah proses di mana dilakukan langkah-langkah yang disengaja dalam batasan prinsip-prinsip akuntansi untuk memperoleh tingkat pendapatan yang diinginkan.

Kualitas laba adalah laba yang secara benar dan akurat menggambarkan profitabilitas operasional perusahaan. Laba akuntansi berdasar akrual memunculkan isu tentang kualitas laba, karena laba dari proses akuntansi akrual potensial menjadi objek perekrayaan laba (*earning management*). Beberapa teknik manajemen laba (*earnings management*) dapat mempengaruhi laba yang dilaporkan oleh manajemen. Praktik manajemen laba akan mengakibatkan kualitas laba yang dilaporkan menjadi rendah. *Earnings* dapat dikatakan berkualitas tinggi apabila *earnings* yang dilaporkan dapat digunakan oleh para pengguna (*users*) untuk membuat keputusan yang terbaik, dan dapat digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi harga dan *return* saham.

Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomi, bisnis, atau investasi. Namun, dalam praktik di lapangan kadang-kadang laporan keuangan yang dibuat tidak selalu berkualitas karena adanya manajemen laba. Oleh karena itu, untuk memenuhi tujuan penyajian informasi keuangan yang bermanfaat dalam berbagai pengambilan keputusan investasi, seharusnya laba yang disajikan merupakan laba yang berkualitas. Laba berkualitas juga dapat digunakan oleh *users* untuk keputusan bisnis, memprediksi harga (dan *return*) saham.

Nilai Perusahaan

Menurut Andri dan Hanung (2007), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya, yang tercermin pada harga pasar saham perusahaan tersebut. Rika dan Islahudin (2008:7) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Harga pasar saham perusahaan yang sudah *go public* yang terbentuk dari transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli di Bursa disebut nilai pasar perusahaan. Hal tersebut dikarenakan harga pasar saham dianggap investor sebagai cerminan dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya.

Nilai perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka tingkat kemakmuran pemegang saham akan semakin tinggi pula. Untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimal, umumnya para pemodal menyerahkan pengelolannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator untuk menilai kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dan tingkat resiko dalam mengelola investasi yang dipercayakan oleh *stockholders* guna meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Sujana (2004) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki total aset kecil berpotensi melakukan praktik manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Manajer yang mengelola perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi kurang memiliki motivasi bila dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat profitabilitasnya rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Herni dan Susanto (2008) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang berukuran besar dapat dengan mudah masuk ke pasar modal bila dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil, sehingga perusahaan besar memiliki fleksibilitas dan kemudahan dalam memperoleh dana. Kemudahan tersebut ditangkap sebagai sinyal positif dan prospek yang baik oleh investor untuk membeli saham perusahaan besar. Hal tersebut mengakibatkan meningkatnya nilai perusahaan yang diindikasikan dengan naiknya harga pasar saham perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Soliha dan Taswan (2002) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung diminati oleh investor karena perusahaan tersebut dianggap akan memberikan tingkat pengembalian (return) yang tinggi kepada para pemegang sahamnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayuningtias dan Kurnia (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₄: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Semakin tinggi harga pasar suatu saham, mengakibatkan naiknya nilai suatu perusahaan di mata investor. Bila permintaan pasar akan saham suatu perusahaan rendah, manajer akan termotivasi untuk melakukan manajemen laba guna meningkatkan kinerja perusahaan di mata investor supaya permintaan pasar akan saham perusahaan itu naik dan berimbas pada naiknya nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ferdawati (2009) menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₅: Manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2014 dan telah mempublikasi laporan keuangannya, (2) Periode laporan keuangan berakhir setiap 31 Desember dan mata uang pelaporannya menggunakan Rupiah, (3) Selama tiga tahun berturut-turut (2012-2014) mendapat laba (Soliha dan Taswan, 2002), sehingga memiliki PER positif, (4) Selama tiga tahun berturut-turut (2012-2014) memiliki PBV lebih besar dari satu (Teyfoer, 2012), karena PBV yang lebih kecil atau sama dengan satu mencerminkan bahwa manajemen perusahaan telah menyajikan informasi laba yang sesungguhnya (Ferdawati, 2009).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Ukuran Perusahaan

Menurut Yusuf dan Soraya (2004), ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan, yang ditunjukkan oleh natural logaritma dari total aset. Jadi, persamaan yang digunakan untuk menghitung besarnya ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan (UK) = Ln. total aset.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan terbuka yang terdaftar di BEI dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi tertentu. Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) diprosikan (diwakilkan) melalui *return on equity* (ROE), karena ROE mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi

pemegang saham perusahaan dalam bentuk penyertaan modal sendiri yang ditanamkan oleh pemegang saham. ROE diukur dengan menggunakan skala rasio dan besarnya dinyatakan dalam persen (%), dan dihitung dari persamaan sebagai berikut (Fakhruddin dan Hadianto, 2001):

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak (EAT)}}{\text{Total Modal Sendiri}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terbuka yang terdaftar di BEI dalam mengelola sumber daya pada tahun berjalan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksi melalui *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per saham masing-masing perusahaan terbuka. Data PBV diukur dengan skala rasio dan dinyatakan dalam satuan kali (x). PBV dapat dihitung dengan rumus berikut ini (Brigham dan Ehrhardt, 2006):

$$\text{Price To Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100\%$$

Variabel Intervening

Manajemen Laba

Manajemen laba dihitung dengan menggunakan model *Healy* sebagai berikut :

$$Ta_{it} = (\Delta Ca_{it} - \Delta Cl_{it} - \Delta Cash_{it} - \Delta STD_{it} - Dep_{it}) / (A_{it-1})$$

dalam hal ini :

- Ta_{it} : Total akrual perusahaan i pada periode t
- ΔCa_{it} : Perubahan dalam aset lancar perusahaan i pada periode ke t
- ΔCl_{it} : Perubahan dalam hutang lancar perusahaan i pada periode ke t
- $\Delta Cash_{it}$: Perubahan dalam kas dan ekuivalen kas perusahaan i pada periode ke t
- ΔSTD_{it} : Perubahan dalam hutang jangka panjang yang termasuk dalam hutang lancar perusahaan i pada periode ke t
- Dep_{it} : Biaya depresiasi dan amortisasi perusahaan i pada periode ke t
- A_{it-1} : Total aktiva perusahaan i pada periode ke t-1

Alasan penggunaan total akrual adalah sebagai berikut: (1) Total akrual memiliki potensi untuk mengungkap cara-cara manajemen laba baik itu menaikkan maupun menurunkan laba, (2) Total akrual mencerminkan keputusan manajemen, yaitu untuk menghapus aset, pengakuan atau penundaan pendapatan dan menganggap biaya atau modal suatu pengeluaran.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian akan diuji dengan dua persamaan regresi yang berbeda, yaitu :

- (1) $ML = \beta_1 UP + \beta_2 P + \varepsilon_1$
- (2) $NP = \beta_3 UP + \beta_4 P + \beta_5 ML + \varepsilon_2$

dalam hal ini:

- ML : Manajemen Laba.
 NP : Nilai Perusahaan.
 UP : Ukuran Perusahaan.
 P : Profitabilitas.
 $\beta_{1,2,3,4,5}$: Koefisien variabel.
 ε_1 : *Variance* variabel yang tidak dapat dijelaskan oleh UP dan P.
 ε_2 : *Variance* variabel yang tidak dapat dijelaskan oleh UP, P dan ML.

Persamaan regresi 1 akan digunakan untuk menguji apakah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba (H_1 dan H_2). Persamaan regresi 2 digunakan untuk menguji apakah ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan (H_1 , H_2 , dan H_3).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean		Std. Deviation
				Statistic	Std. Error	
UP	117	11.6488	19.2795	1.495583	2.46923	1.6918316
P	117	-7.8700	143.5300	2.272530	1.20688	22.0620795
ML	117	-8.1320	0.9240	-0.070769	2.26635	0.7634014
NP	117	1.0400	48.6700	5.053419	.14053	7.0700076
Valid N (listwise)	117					

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Berdasarkan tabel 1, rata-rata perusahaan yang melakukan manajemen laba pada tahun penelitian adalah sebesar -0,070769 atau -7,08% dengan nilai minimum sebesar -8,1320 atau -813% dan nilai maksimum sebesar 0.9240 atau 92.4%. Sedangkan rata-rata ukuran perusahaan berada pada skala 1,495583, dengan nilai minimum sebesar 11,6488 dan nilai maksimum sebesar 19,2795. Selain itu, rata-rata rasio profitabilitas perusahaan sampel adalah sebesar 2,27%, dengan nilai minimum sebesar -7,87% dan nilai maksimum sebesar 143,53%.

Uji Kualitas Data

Uji Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		UP	P	ML	NP
N		117	117	117	117
Normal Parameters	Mean	1,4955	2,2725	0,0708	5,0534
	Std. Deviation	1,6918	2,2062	0,7529	7,0700
	Absolute	0,137	0,250	0,416	0,285
	Positive	0,137	0,250	0,358	0,252
	Negative	-0,063	-0,173	-0,416	-0,285
Kolmogorov-Smirnov Z		1,477	2,705	4,499	3,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,026	0,000	0,000	0,000

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Hasil uji *kolmogorov smirnov* di atas terlihat bahwa nilai *kolmogorov smirnov* Z pada masing-masing variabel di atas menunjukkan nilai di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4.325	2.156		-2.006	.047		
UP	0,174	0,142	0,042	1.222	.022	0,990	1.010
P	0,299	0,011	0,932	27.464	.000	0,999	1.001
ML	0,133	0,316	0,014	.422	.047	0,989	1.011

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, demikian pula nilai VIF semuanya kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengindikasikan adanya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4

	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.573	1.25		1.259	0.21
UP	-0.04	0.083	-0.043	-0.53	0.6
P	0.042	0.006	0.527	6.609	0.12
ML	0.15	0.183	0.066	0.818	0.42

a. Dependent Variable: RES 4

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Berdasarkan uji *glesjer* di atas, menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai signifikansi lebih dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak mengindikasikan adanya masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,933	0,870	0,867	2,5816763	1,729

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Berdasarkan uji Durbin Watson diperoleh nilai sebesar 1,729, karena nilai 1,729 terletak di antara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa antar ketiga variabel independen bebas dari masalah autokorelasi.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Persamaan Struktural 1

Persamaan struktural 1 digunakan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,103	0,011	-0,007	0,7659741

Dependent Variable: ML

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Tabel 7
Hasil Uji t Statistik

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,711	0,636		-1,117	0,266
Ukuran Perusahaan	0,044	0,042	0,098	1,057	0,293
Profitabilitas	-0,001	0,003	-0,031	-0,336	0,738

Dependent Variable: ML

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Tabel 8
ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,717	2	0,359	0,611	0,545 ^a
Residual	66,886	114	0,587		
Total	67,603	116			

Dependent Variable: ML

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,293 > 0,05$ yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan adanya praktik manajemen laba. Sihwahjoeni (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang berukuran besar maupun berukuran kecil yang terdaftar di BEI sama-sama sudah menerapkan tata kelola perusahaan yang baik sehingga kecil kemungkinan terjadi praktik manajemen laba. Bagi perusahaan yang berukuran besar, perhatian publik cenderung lebih tinggi daripada perusahaan yang berukuran kecil, sehingga hal ini mendorong perusahaan yang berukuran besar untuk menerapkan kualitas *corporate governance* yang lebih baik. Sedangkan bagi perusahaan kecil, kesempatan untuk bertumbuh cenderung lebih tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan berukuran besar, sehingga berimbas pada tingginya kebutuhan atas dana eksternal yang dapat dicapai apabila perusahaan berukuran kecil tersebut menerapkan *corporate governance* yang baik. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gilang dan Asyik (2014) yang menunjukkan bahwa pada sampel perusahaan yang diteliti, tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,738 > 0,05$ yang berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Pada penelitian ini, profitabilitas yang diproyeksikan melalui *Return on Equity* (ROE) tidak dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan adanya praktik manajemen laba, artinya besar kecilnya ekuitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Profitabilitas bukan merupakan satu-satunya indikator yang diperhatikan oleh calon investor dalam menentukan keputusan investasi pada sebuah perusahaan. Salah satu indikator lain yang diperhatikan oleh calon investor adalah nilai transaksi akrual yang tercatat pada laporan keuangan perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena transaksi yang dicatat secara akrual tidak dapat mencerminkan arus kas yang sebenarnya. Bisa saja perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi, tetapi di sisi lain perusahaan tersebut justru mengalami kesulitan keuangan karena banyaknya pendapatan yang belum diterima realisasi pembayarannya, sementara perusahaan membutuhkan dana tersebut untuk melakukan berbagai pembayaran dan pembiayaan demi kelangsungan hidup perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Aji dan Aria (2010) dan Azhari (2010) yang juga menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Selain itu, Juniarti dan Corolina (2005) juga menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap terjadinya tindakan manajemen laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,545$ yang lebih besar dari tingkat keyakinan $0,05$ ($0,545 > 0,05$). Nilai R^2 sama dengan $0,011$ yang berarti bahwa perubahan variabel manajemen laba yang dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas adalah sebesar 11% , dan sisanya sebesar 89% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Persamaan Struktural 2

Persamaan struktural 2 digunakan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,933	0,870	0,867	2.5816763

Dependent Variable: NP

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Tabel 10
Hasil Uji t Statistik

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4.325	2.156		-2.006	0.047
Ukuran Perusahaan	0.172	0.142	0.042	1.222	0.022
Profitabilitas	0.299	0.011	0.932	27.464	0.000
Manajemen Laba	-0.133	0.316	0.014	0.422	0.047

Dependent Variable: NP

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Tabel 11
ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5045.110	3	1681.703	252.317	.000 ^a
Residual	753.151	113	6.665		
Total	5798.261	116			

1. Dependent Variable: NP

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah)

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ yang berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar mampu meningkatkan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya, karena perusahaan tersebut mempunyai fleksibilitas dalam memperoleh dana guna menjalankan aktivitas operasinya, sehingga kredibilitas perusahaan pun akan meningkat. Tingginya kepercayaan investor terhadap perusahaan berukuran besar menyebabkan investor tidak ragu untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Berdasarkan hukum permintaan, semakin tinggi permintaan saham suatu perusahaan, maka harga pasar sahamnya pun akan meningkat. Meningkatnya harga pasar saham mengindikasikan meningkatnya nilai perusahaan itu sendiri.

Sebaliknya, perusahaan yang berukuran kecil tidak memiliki banyak opsi dalam memperoleh dana guna menjalankan operasional usahanya, sehingga menyebabkan perusahaan susah berekspansi atau memperluas jaringan usahanya. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan yang berukuran kecil kesulitan dalam meningkatkan laba usahanya. Rendahnya tingkat pengembalian (*return*) yang akan diperoleh dinilai tidak sebanding dengan resiko (*risk*) yang akan diperoleh investor bila menanamkan modal pada perusahaan kecil. Pertimbangan tersebut berdampak pada rendahnya tingkat permintaan saham, harga pasar saham dan nilai perusahaan yang berukuran kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Soliha dan Taswan (2002) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mampu memaksimalkan kepuasan investor melalui tingginya tingkat pengembalian (*return*) yang diberikan. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah kurang memaksimalkan kepuasan investor karena rendahnya tingkat pengembalian (*return*) yang diberikan.

Berdasarkan konsep *high risk-high return*, investor cenderung memilih menanamkan modalnya pada perusahaan yang profitabilitasnya tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang profitabilitasnya rendah. Hal tersebut menyebabkan harga pasar saham perusahaan yang profitabilitasnya tinggi cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang profitabilitasnya rendah. Harga pasar saham suatu perusahaan mencerminkan nilai perusahaan itu sendiri, artinya semakin tinggi harga pasar saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan itu, sebaliknya semakin rendah harga pasar saham maka semakin rendah pula nilai perusahaan itu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayuningtias dan Kurnia (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0.047 < 0,05$ yang berarti bahwa manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Semakin tinggi harga pasar suatu saham, mengakibatkan naiknya nilai suatu perusahaan di mata investor. Bila permintaan pasar akan saham suatu perusahaan rendah, manajer akan termotivasi untuk melakukan manajemen laba guna meningkatkan kinerja perusahaan di mata investor supaya permintaan pasar akan saham perusahaan itu naik dan berimbang pada naiknya nilai perusahaan.

Berdasarkan teori keagenan, manajer atau agen juga akan termotivasi melakukan manajemen laba guna mempertanggungjawabkan hasil kerjanya kepada prinsipal. Tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh manajer perusahaan misalnya melalui perataan laba, dapat memberikan gambaran semu bahwa perusahaan yang dikelolanya relatif stabil atau konsisten dalam memperoleh laba. Hal tersebut membuat calon investor beranggapan bahwa resiko investasi pada perusahaan tersebut relatif rendah karena beberapa tahun belakangan perusahaan mampu konsisten dalam meraup keuntungan, sehingga calon investor yang tidak menyukai resiko (*safe investor*) akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan mengakibatkan naiknya nilai perusahaan itu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdawati (2009) yang menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat keyakinan 0,05 ($0,000 < 0,05$). Nilai R^2 sama dengan 0,870 yang berarti bahwa perubahan variabel nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba adalah sebesar 87%, dan sisanya sebesar 13% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pengujian Variabel Intervening

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Intervening

Besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui manajemen laba diperoleh dari perkalian antara besar *standardized coefficient* ukuran perusahaan pada persamaan struktural 1 dengan *standardized coefficient* manajemen laba pada persamaan struktural 2 yaitu $(\beta_1 \text{ UP}) \times (\beta_5 \text{ ML}) = (0,098) \times (0,014) = 0,001372$ atau 0,14%. Nilai signifikansi diperoleh dari perkalian antara nilai signifikansi ukuran perusahaan pada persamaan struktural 1 dengan nilai signifikansi manajemen laba pada persamaan struktural 2 yaitu $0,293 \times 0,047 = 0,013771$ atau 1,38%. yang berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel *intervening*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Intervening.

Besar pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui manajemen laba diperoleh dari perkalian antara besar *standardized coefficient* profitabilitas pada persamaan struktural 1 dengan *standardized coefficient* manajemen laba pada persamaan struktural 2 yaitu $(\beta_2 \text{ P}) \times (\beta_5 \text{ ML}) = (-0,031) \times (0,014) = -0,000434$ atau 0,04%. Nilai signifikansi diperoleh dari perkalian antara nilai signifikansi profitabilitas pada persamaan struktural 1 dengan

nilai signifikansi manajemen laba pada persamaan struktural 2 yaitu $0,738 \times 0,047 = 0,034686$ atau 3,47%, yang berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel *intervening*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel *Intervening*.

Besarnya pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui manajemen laba diperoleh dengan membandingkan nilai *standardized coefficient* pada persamaan struktural 1 dengan *standardized coefficient* pada persamaan struktural 2.

Dari persamaan struktural 1 dapat dihitung *standardized coefficient* dari variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas yaitu $0,098 + 0,031 = 0,129$, sedangkan dari persamaan struktural 2 dapat dihitung *standardized coefficient* dari variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas yaitu $0,042 + 0,932 = 0,974$, dan *standardized coefficient* dari variabel manajemen laba sebesar 0,014.

Besar pengaruh langsung variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 0,129 atau 12,9%, sedangkan besar pengaruh tidak langsung variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel *intervening* adalah sebesar $0,129 \times 0,014 = 0,001806$ atau 0,18%

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil beberapa simpulan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba karena nilai signifikansi $0,293 > 0,05$ maka H_1 ditolak. Sebagian besar perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI baik yang berukuran besar maupun kecil, sudah menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, sehingga pelaporan kondisi keuangan perusahaan menjadi lebih akurat dengan menekan peluang terjadinya praktik manajemen laba.

Selain itu, profitabilitas juga tidak berpengaruh terhadap manajemen laba karena nilai signifikansi $0,738 > 0,05$ maka H_2 ditolak. Tinggi-rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan bukan menjadi indikator utama yang diperhatikan oleh calon investor. Indikator lain yang diperhatikan oleh calon investor salah satunya adalah tingkat perputaran uang yang tercermin pada laporan arus kas perusahaan, karena bisa saja perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi justru mengalami kesulitan keuangan karena rendahnya tingkat perputaran uang yang disebabkan banyaknya transaksi yang diakui secara *accrual*.

Ukuran perusahaan dan profitabilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap manajemen laba karena nilai signifikansi $0,545 > 0,05$. Dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak dapat dijadikan tolak ukur dalam memprediksi terjadinya praktik manajemen laba.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi $0,022 < 0,05$ maka H_3 diterima. Dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan berbanding lurus dengan nilai perusahaan, yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin besar pula nilai perusahaannya. Perusahaan yang berukuran besar cenderung mendapatkan kepercayaan publik sehingga lebih fleksibel dalam mendapatkan dana operasional melalui pasar modal. Tingginya permintaan akan saham perusahaan tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan yang diindikasikan dengan meningkatnya *price to book value* (PBV) perusahaan tersebut.

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima. Dapat diartikan bahwa profitabilitas berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dapat memaksimalkan kepuasan

investor dengan memberikan tingkat pengembalian (*return*) yang tinggi. Tingkat pengembalian yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga harga pasar saham dan nilai perusahaan akan naik.

Manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi $0,047 < 0,05$ maka H_5 diterima. Dapat diartikan bahwa manajemen laba berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Praktik manajemen laba dapat menarik minat investor. Semakin banyak investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, akan semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan manajemen laba dapat dijadikan tolak ukur dalam memprediksi besarnya nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui manajemen laba adalah sebesar 0,14% dengan nilai signifikansi sebesar $1,38\% < 0,5\%$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan manajemen laba sebagai variabel *intervening*.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui manajemen laba adalah sebesar 0,04% dengan nilai signifikansi sebesar $3,47\% < 5\%$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan manajemen laba sebagai variabel *intervening*.

Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan manajemen laba sebagai variabel *intervening* adalah sebesar 0,18%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diambil, maka saran-saran yang dapat penulis ajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagi praktisi, diharapkan hasil penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan dan menjadi referensi untuk mencegah terjadinya praktik manajemen laba guna meningkatkan nilai suatu perusahaan, (2) Bagi investor, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan agar selektif dalam menentukan perusahaan yang akan dipilih untuk berinvestasi, (3) Bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian dengan pokok bahasan yang sama, diharapkan lebih mengembangkannya dengan landasan teori yang lebih relevan dan menambah jumlah sampel, serta menggunakan teknis analisis data yang lebih relevan, (4) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan analisisnya dengan menambah jumlah sampel dan variabel serta memperpanjang periode pengamatan, sehingga hasil penelitian selanjutnya menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. Y., dan F. M. Aria. 2010. Pengaruh Profitabilitas, Risiko Keuangan, Nilai Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan terhadap Praktik Perataan Laba. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*. 13-14 Oktober
- Andri, R., dan T. Hanung. 2007. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi X Makassar*. 26-28 Juli: 1-26.
- Anthony, R.N. dan V. Govindarajan. 2005. *Management Control Systems*. Salemba Empat. Jakarta.
- Assih, P, dan M. Gudono. 2000. Hubungan Tindakan Perataan Laba dengan Reaksi Pasar atas Pengumuman Informasi Laba Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 3(1): 35-53.

- Ayuningtias, D. dan Kurnia. 2013. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 1(1): 37-57.
- Azhari, F. 2010. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI (2004-2008). *Skripsi*. Universitas Gunadarma. Depok.
- Baridwan, Z. 2000. *Akuntansi Intermediate*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Brigham, E.F. dan M.C. Ehrhardt. 2006. *Financial Management: Theory and Practice*. 10th ed. Sea Harbour Drive. Orlando.
- Boediono, G. 2005. Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisis Jalur. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*. 15-16 September 2005: 172-194.
- Emirzon, J. 2007. *Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance : Paradigma Baru Dalam Praktik Bisnis Indonesia*. Genta Press. Yogyakarta.
- Fakhrudin, M. dan M.S. Hadianto. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Ferdawati. 2009. Pengaruh Manajemen Laba Real terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Manajemen* 4(1): 59-74.
- Gilang, P. S., dan N.F. Asyik. Pengaruh Ukuran dan Kualitas Auditor terhadap Kewajiban Pajak Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 3(10): 1-18.
- Harahap. 2007. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Herni, dan Y.K. Susanto. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan Publik, Praktek Pengelolaan Perusahaan, Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Risiko Keuangan Terhadap Tindakan Perataan Laba. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 23(3): 302-314.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2007. *Tujuan Laporan Keuangan*. Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. 2007. *Karakteristik Kualitatif Laporan Keuangan*. Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat. Jakarta.
- Jensen, M. C. dan W. H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economic* 3(4): 305-360.
- Juniarti dan Corolina. 2005. Analisa Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Perataan Laba pada Perusahaan-Perusahaan *Go Public*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 7(2): 148-162.
- Kieso, D.E., J.J. Weygandt, dan T.D. Warfield. 2007. *Intermediate Accounting*. Twelfth Edition. John Wiley & Sons, Inc. USA. Terjemahan E. Salim. 2008. *Akuntansi Intermediate*. Edisi Keduabelas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Meutia, I. 2004. Pengaruh Independensi Auditor terhadap Manajemen Laba untuk KAP Big 5 dan Non Big 5. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 7(3): 333-350.
- Munawir. 2001. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. Edisi Pertama. Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi. Yogyakarta.
- Myers, S.C., dan N.S. Majluf. 1984. Corporate Financing and Investment Decision When Firm Have Information That Investor Do Not Have. *Journal of Financial Economics* 13 (2): 187-221.
- Noviana, S. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba. *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8(1): 69-82.

- Rika, N., dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel *Intervening*. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*. 23-24 Juli.
- Sartono, A. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi. Yogyakarta.
- Soliha, E. dan Taswan. 2002. Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 9(1): 159-163.
- Sujana. 2004. *Statistika untuk Ekonomi dan Niaga*. Tarsito. Bandung.
- Suwito, E., dan A. Herawaty. 2005. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*. 15-16 September: 136-146.
- Schipper, K. 1989. Earnings Management. *Accounting Horizons* 3: 91-106.
- Sihwahjoeni. 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Ukuran Perusahaan dan Dampaknya pada Manajemen Laba. *Seminar Nasional Ekonomi dan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. 378-386.
- Teyfoer, P. 2012. Pengaruh Kebijakan Utang terhadap *Price to Book Value* (PBV) serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keduanya pada Perusahaan-Perusahaan *Go Public* di PT Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2005-2009. *Skripsi*. Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya.
- Weston, J.F. dan T.E. Copeland. 1995. *Managerial Finance*. 9th ed. The Dryden Press. New York.
- Widyaningdyah, A. U. 2001. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Earnings Management* pada Perusahaan *Go Public* di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 3(2): 89-101.
- Yusuf, M. dan Soraya. 2004. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba pada Perusahaan Asing dan Non Asing di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 8(1): 99-125.

