

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan

Teori keagenan atau teori agensi merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen. Teori keagenan menjelaskan suatu hubungan kerja antara dua pihak atau lebih yang berbasis pada kontrak. (Jensen & Meckling, 1976) menjelaskan hubungan didalam teori agensi bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomi (*principal*) dan manajemen yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Teori agensi berfungsi untuk menganalisa dan menemukan solusi yang ada dalam hubungan keagenan antara manajemen dan pemegang saham.

Dalam teori keagenan menjelaskan bahwa semakin baik transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham perusahaan, dipengaruhi oleh semakin tingginya *Leverage* perusahaan. Perusahaan yang memiliki proporsi utang lebih besar dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya agensi yang lebih tinggi. Untuk mengurangi *cost agency*, manajemen perusahaan dapat mengungkapkan lebih banyak informasi dengan harapan dapat semakin meningkat seiring dengan semakin tingginya tingkat *leverage*. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi (Puspitasari, 2021).

Teori keagenan menjelaskan bahwa biaya keagenan bertambah seiring dengan penambahan proporsi modal eksternal. Disamping itu penggunaan modal eksternal pada perusahaan besar cenderung semakin besar. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Untuk mengurangi biaya keagenan, perusahaan besar lebih termotivasi untuk melakukan manajemen laba serta pengungkapan informasi modal intelektual secara lebih luas (Prabowo & Purwanto, 2015).

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung diminati oleh para investor. Berdasarkan teori agensi, jika perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Ketika perusahaan memiliki kinerja yang baik akan meningkatkan juga nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi serta berhasil membukukkan laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja baik, sehingga mendapatkan respon positif kepada investor serta dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Dengan demikian manajer memiliki motivasi untuk melakukan praktik manajemen laba dikarenakan agar perusahaan memiliki pembukuan laba yang terus meningkat agar mendapatkan respon positif (Rinnaya et al., 2016).

Dalam konsep teori akuntansi, manajemen sebagai agen seharusnya melakukan tindakan yang selaras dengan kepentingan prinsipal, namun manajemen dapat melakukan tindakan-tindakan yang hanya memaksimalkan

kepentingan sendiri. Agar agen dapat mengerjakan tugasnya, maka prinsipal akan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan sampai batas waktu tertentu kepada agen (Ross, 1973). Kontrak yang berhubungan dengan prinsipal dan agen, ditekankan pada unsur-unsur kontrak yang efisien sehingga mempengaruhi hubungan agen dan principal.

Potensi konflik muncul karena agen berusaha untuk memaksimalkan imbal jasa (*reward*) kontraktual yang diterimanya dan sangat bergantung pada upaya yang diperlukan. Disisi yang lain prinsipal berusaha untuk memaksimalkan kembali (*return*) dari penggunaan sumber daya dan tergantung pada imbal jasa (*reward*) yang dibayarkan kepada agen. Semakin besar imbal jasa yang dibayarkan kepada agen maka semakin rendah *return* yang diterima oleh para prinsipal. Konflik kepentingan inilah yang dibawa ke arah ekuilibrium dengan kontrak yang disetujui. Kontrak mengikat anggota-anggota untuk menyetujui seperangkat perilaku kerjasama, namun dalam pelaksanaannya tergantung motif yang mementingkan diri sendiri. Contoh program bonus, dalam hal ini manager dapat saja meningkatkan jumlah bonus yang diteridengan membuat laba akuntansi lebih tinggi dari laba yang sesungguhnya. Tindakan manager disebut dengan manajemen laba (*earning management* dengan pola *income increasing*).

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Manajemen Laba

Secara luas manajemen laba di artikan sebagai usaha manajer dengan menggunakan penilaiannya (*judgements*) dalam mempengaruhi sejumlah informasi yang termuat didalam laporan keuangan perusahaan yang biasanya

bertujuan mengelabui para pemangku kepentingan mengenai kinerja perusahaan. Menurut (Wirakusuma, 2016) Manajemen Laba merupakan suatu proses penyusunan laporan keuangan yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan yang disesuaikan batasan standar akuntansi keuangan untuk mencapai sasaran pada tingkat tertentu ketika melakukan pelaporan laba.

Dari berbagai definisi diatas dapat dijelaskan bahwa praktik manajemen laba merupakan tindakan oportunistik manajer yang berorientasi tujuan pribadi dan mengesampingkan tujuan utama perusahaan dalam memanipulasi dan merekayasa data keuangan perusahaan, sehingga dapat merugikan stakeholder perusahaan.

Tingginya manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan akan berakibat pada tingkat kualitas laba perusahaan yang nantinya dapat memberikan pengaruh ketika melakukan pengambilan keputusan baik dari segi pengguna eksternal ataupun internal laporan keuangan (Kusumawardhani, 2019). Sedangkan manajer melakukan manajemen laba untuk manajemen laba yang berkualitas tinggi. Dalam penelitian ini manajemen laba dihitung dengan alat ukur *Discretionary Accruals* dengan cara menyelisihkan total *accruals* dan *nondiscretionary accruals*. Schipper (1989) dalam (Kurniawati, 2014) mendefinisikan manajemen laba merupakan sebuah intervensi yang memiliki tujuan tertentu dalam pelaporan keuangan eksternal demi mendapatkan keuntungan pribadi.

Manajemen laba adalah sebagai suatu proses pengambilan langkah yang disengaja dalam prinsip akuntansi yang diterima umum baik didalam maupun diluar batas *General Accepted Accounting Principle (GAAP)* (Copeland, 2008).

Manajemen laba sebagai “*some ability to increase reported net income at will*”. Ini berarti bahwa manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimalkan atau meminimumkan laba termasuk perataan laba, sesuai dengan keinginan manajer. (Kusumawati, 2019)

Sementara itu manajemen laba merupakan suatu tindakan manajer untuk mengambil kendali menaik/menurunkan laba periode berjalan sebuah perusahaan yang dikendalikan tanpa mengakibatkan kenaikan/penurunan profit perusahaan dalam jangka panjang. (Dalimunthe, 2018). Sedangkan menurut (Yuliza & Nurhayati, 2021) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan GAAP (*General Addopted Accounting Principle*) untuk mengarahkan tingkatan laba yang dilaporkan. Maka dapat disimpulkan manajemen laba merupakan suatu tindakan terencana atau manipulatif keuntungan pada laporan keuangan agar mendapatkan keuntungan yang lebih.

Secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer keuangan mengintervensi atau mempengaruhi informasi yang ada dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Manajemen laba (*earning management*) merupakan potensi manajemen akrual untuk memperoleh keuntungan. Manajer dalam melakukan manajemen laba ada beberapa faktor pendorong, di antaranya *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

2.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Manajemen Laba

Dalam positif *accounting theory* terdapat tiga faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba (Watt dan Zimmerman, 1986) yaitu :

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan laba lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Manajer perusahaan yang melakukan perjanjian kreditur cenderung memilih metode akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba (Sweeney 1994 dalam Rahmawati dkk, 2006).

3. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. (Watts & Zimmerman, 1990 dalam Shinta, 2018) menyatakan bahwa *Political cost hypothesis* memprediksikan bahwa perusahaan besar lebih sensitive daripada perusahaan kecil terkait dengan biaya politis. Shinta, (2018) melanjutkan bahwa biaya politis timbul karena adanya konflik kepentingan antara perusahaan (manajer) dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan. Perusahaan besar cenderung melaporkan keuangannya secara konservatif untuk mengurangi biaya politis.

2.2.3 *Leverage*

Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena akan masuk kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. *Leverage* merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. Menurut (Sutama & Lisa, 2018) mengemukakan bahwa *leverage* adalah suatu proses yang mengalokasikan hutang perusahaan sebagai sumber pembiayaan dalam melakukan kegiatan perusahaan yang mengharuskan membayar biaya tetap demi keberlangsungan kegiatan tersebut. Dealiyani (2021) *leverage* merupakan suatu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan ketika memenuhi kewajiban jangka panjang dan jangka pendek perusahaan tersebut. *Leverage* menurut (Akbar & Irham, 2020) yaitu gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan menjaga kemampuannya untuk selalu mampu memenuhi kewajibannya dalam membayar hutang secara tepat waktu. *Leverage* merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total aset perusahaan. Maka semakin tinggi resiko perusahaan dalam membayar kewajibannya sehingga hal ini berdampak pada kepercayaan kreditur. Nilai rasio *leverage* yang tinggi dianggap mempunyai banyak utang kepada pihak eksternal.

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan kemampuan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang dan

jangka pendek. Hal ini pada umumnya sangat penting bagi kreditur karena akan menunjukkan posisi keuangan perusahaan.

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklarifikasikan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Perusahaan besar cenderung bertindak hati-hati dalam melakukan pengolahan perusahaan dan cenderung melakukan pengolahan laba secara efisien. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan masyarakat sehingga mereka akan lebih hati-hati dalam melakukan suatu pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya dengan lebih akurat (Fitria, 2015). Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan itu sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklarifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, log size, penjualan, dan nilai pasar saham. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset di anggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan (Nurminda et al., 2017). Perusahaan-perusahaan kecil lebih cenderung melakukan pengolahan laba dibandingkan perusahaan besar (Andrayani et al., 2019).

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham

tertentu. (Barus & Leliani, 2013) mengungkapkan bahwa Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu dengan memanfaatkan aktiva ataupun modal. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri dari tingkat pengembalian atas aktiva (*Return on total assets*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (*return on equity*). Menurut (Afriyanti, 2011) rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, dan sebagainya.

2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dapat menjadi acuan dalam melakukan suatu penelitian sehingga dapat memperkuat teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam sub-sub ini akan dijelaskan mengenai Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2. 1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

Data Reseach Gap

No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Katarina Rere W, Ida Herlina, Deyson Shandi, M. Rifzky. (2020).	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage X3 : Ukuran Perusahaan Y : Manajemen Laba	1. Profitabilitas (X1) menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba. 2. Leverage (X2) menunjukkan pengaruh negatif terhadap manajemen laba. 3. Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan pengaruh

No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
			positif terhadap manajemen laba.
2.	Fanny Oktivia Denovis. (2019).	X1 : Asimetri Informasi X2 : Tingkat Leverage X3 : Ukuran Perusahaan Y : Manajemen Laba	1. Tingkat Leverage (X2) menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba. 2. Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan pengaruh Positif terhadap manajemen laba.
3.	Basir S I & Muslih M. (2019).	X1 : Free Cash Flow X2 : Leverage X3 : Profitabilitas X4 : Sales Growth Y : Manajemen Laba	1. Leverage (X2) menunjukkan pengaruh negatif terhadap manajemen laba. 2. Profitabilitas (X3) menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba.
4.	Yogi Kusumawardana & Mulyo Haryanto. (2019).	X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Leverage X3 : Kepemilikan Institusional X4 : Kepemilikan Manajerial Y : Manajemen Laba	1. Ukuran Perusahaan (X1) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. 2. Leverage (X2) menunjukkan pengaruh negatif terhadap manajemen laba.
5.	(Savitri, 2019)	X1 : <i>Leverage</i> X2 : Dewan Komisaris Independen X3 : Kepemilikan Institusional X4 : Kualitas Auditor Y : Manajemen Laba	1. <i>Leverage</i> berpengaruh negative terhadap Manajemen Laba.
6.	Afni Eliana Saragih. (2019).	X1 : Struktur Modal X2 : Ukuran Perusahaan Y : Manajemen Laba	1. Ukuran Perusahaan (X1) menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba.
7.	Yofi Prima Agustia & Elly	X1 : Ukuran	1. Ukuran Perusahaan (X1)

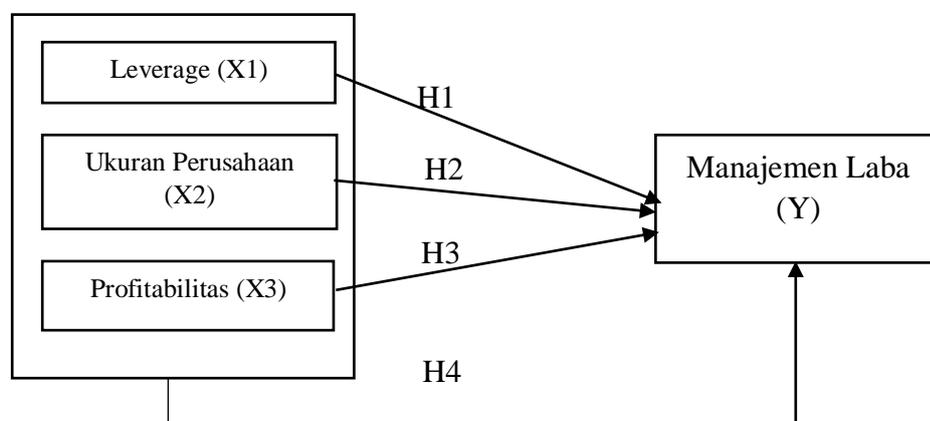
No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
	Suryani. (2018).	Perusahaan X2 : Umur Perusahaan X3 : Leverage X4 : Profitabilitas Y : Manajemen Laba	menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba. 2. Leverage (X3) menunjukkan pengaruh negatif terhadap manajemen laba. 3. Profitabilitas (X4) menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba.
8.	Dewi Kusuma Wardani & Desifa Kurnia Santi. (2018).	X1 : Tax Planning X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Corporate Social Responsibility (CSR) Y : Manajemen Laba	1. Ukuran Perusahaan (X2) menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.
9.	Widhi Astuti. (2017).	X1 : Profitabilitas X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Leverage X4 : Kualitas Audit Y : Manajemen Laba	1. Profitabilitas (X1) menunjukkan pengaruh positif terhadap manajemen laba. 2. Ukuran Perusahaan (X2) menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. 3. Leverage (X3) menunjukkan pengaruh negatif terhadap manajemen laba.
10.	Dendi Purnama. (2017).	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage X3 : Ukuran Perusahaan Y : Manajemen Laba	1. Profitabilitas (X1) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. 2. Leverage (X2) menunjukkan pengaruh negatif terhadap manajemen laba. 3. Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan pengaruh

No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
			negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu jaringan yang disusun secara logis antar variabel relevan sesuai permasalahan yang ada, baik melalui wawancara, pengamatan atau survey (Setyowati, Tri, 2020). Dengan kerangka pemikiran dapat memberikan dasar konseptual bagi penulis untuk mengidentifikasi variabel yang terkait dalam suatu penelitian. Kerangka pemikiran memberikan dasar konseptual bagi penulis untuk mengidentifikasi variabel terkait dalam suatu penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas. Sedangkan variabel dependennya adalah Manajemen Laba Perusahaan Pertambangan Indonesia. Berdasarkan pemaparan di atas, maka terdapat kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini, sebagai berikut kerangka penelitian tersebut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.5 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dirumuskan, kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang ada maka hipotesis yang dapat di ambil adalah sebagai berikut :

2.5.1 Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

Bedasarkan teori keagenan Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa terdapat hubungan keagenan antara manajer dan kreditur (*debt to equity hypothesis*) dimana ketika perusahaan mempunyai rasio *leverage* yang tinggi, maka manajer perusahaan tersebut cenderung menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan laba agar kinerja perusahaan terlihat baik dengan harapan kreditur dapat mempercayai kinerja perusahaan tersebut. Sehingga informasi tersebut dapat meyakinkan kreditur yang beranggapan bahwa debitur dapat membayarkan hutangnya kepada principal (kreditur).

Leverage merupakan rasio yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditur. Sehingga semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi nilai utang perusahaan. *Leverage* digunakan dalam tindakan manajemen laba ketika terjadi pelanggaran perjanjian hutang (Dewiningsih et al., 2021). Nilai rasio *leverage* yang tinggi dianggap mempunyai banyak utang kepada pihak eksternal. Akibatnya kondisi tersebut mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik *income smoothing* (Siregar & Hadiprajitno, 2019). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Laudza & Nindiasari, 2022) menyatakan bahwa *leverage* yang tinggi mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan pengelolaan laba. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari total asset maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik manajemen laba sebuah perusahaan. (Santi & Wardani, 2018) mengatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, peluang untuk melakukan manajemen laba semakin kecil. Kondisi tersebut dapat terjadi dikarenakan perusahaan besar menjaga nama baiknya dengan tidak melakukan hal-hal yang negatif.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Manajemen laba merupakan indikasi bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil manipulasi laba yang dilakukan manajemen perusahaan. Karena semakin besar perusahaan maka semakin ketat pengawasan terhadap pihak internal perusahaan (Agustia & Suryani, 2018) . Dengan demikian, dapat meminimalisir tindakan manajemen perusahaan dalam melakukan kecurangan mengenai informasi laba. Informasi yang dipublikasikan kepada pihak eksternal akan semakin transparan dan lengkap sehingga perusahaan yang berukuran besar lebih diminati oleh investor dan broker. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Desifa & Dewi, 2018), (Muiz, Enong dan Ningsih, 2018), serta (Lubis & Suryani, 2018), yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

2.5.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Bedasarkan *agency theory* Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sebagai agen melakukan tindakan yang hanya mementingkan kepentingan sendiri karena telah melakukan manipulasi laporan keuangan sehingga merugikan pihak investor. Selain itu, teori akuntansi positif dikemukakan oleh Watts & Zimmerman (1986) yang menerangkan adanya motivasi bagi manajemen perusahaan untuk melakukan tindakan manajemen laba. Dengan cara mengatur laba yang dilaporkannya dengan tujuan dapat memaksimalkan jumlah bonus yang akan diterimanya.

Pengaruh Profitabilitas terhadap manajemen laba dapat mengindikasikan bahwa tindakan manajemen perusahaan cenderung melakukan manajemen laba dengan cara *income minimization* (minimisasi laba) maupun *income maximization* (maksimisasi laba) (Agustia & Suryani, 2018). Perilaku manajemen perusahaan dalam manajemen laba dengan cara *income minimization* (minimisasi laba) bertujuan untuk keperluan pertimbangan pajak yaitu meminimalkan kewajiban pajak perusahaan, sedangkan cara *income maximization* (maksimisasi laba) yang dimaksudkan untuk memaksimalkan bonus manajer, menciptakan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Kasmir, 2017) Rasio profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur dalam penilaian investor untuk menganalisis kinerja perusahaan, hal ini bertujuan untuk membantu pengambilan keputusan investasi yang akan dilakukan. Analisis rasio profitabilitas dapat dilakukan pada beberapa periode dalam rentan waktu tertentu guna melihat perkembangan perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang

dilakukan (Umur et al., 2013), (Debnath, 2017), (Middleton, 2016) serta (Paramitha & Idayati, 2020) yang mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.5.4 Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba secara Simultan

Secara simultan *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba perusahaan (Agustia & Suryani, 2018). Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Merta Erviananda, 2021) yang menyatakan bahwa secara simultan *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, dalam penelitian ini juga menguji mengenai apakah *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara simultan atau bersama-sama dapat mempengaruhi Manajemen Laba Perusahaan.

H4: *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap Manajemen Laba.