

Studi Meta Analisis: Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba

Edeline

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Kwik Kian Gie School of Business, 14350, Indonesia
39220052@student.kwikkiangie.ac.id

Clarissa Tan

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Kwik Kian Gie School of Business, 14350, Indonesia
39220052@student.kwikkiangie.ac.id

Carmel Meiden

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Kwik Kian Gie School of Business, 14350, Indonesia
carmel.meiden@kwikkiangie.ac.id

Abstract

This research aims to integrate the effects of leverage, profitability, company size, and sales growth on earnings management. A quantitative study using meta-analysis was conducted with a sample of 27 selected articles from sources listed in Publish or Perish and Science and Technology Index (SINTA) during the research period from 2021 to 2023. The researchers chose samples expected to provide significant contributions using the non-probability sampling method, specifically purposive sampling. The results indicate that leverage, profitability, and company size variables significantly influence earnings management, while sales growth does not.

Keywords: *Earnings Management, Leverage, Profitability, Company Size, Sales Growth, Meta-Analysis Study*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, serta pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba. Penelitian kuantitatif studi meta analisis dilakukan dengan menggunakan 27 artikel sampel yang dipilih dari sumber-sumber yang terdaftar pada *Publish or Perish* dan *Science and Technology Index* (SINTA) selama rentang periode penelitian tahun 2021-2023. Peneliti memilih sampel yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Manajemen Laba, Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Studi Meta Analisis.

I. PENDAHULUAN

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangannya. Manajer bisnis akan didorong untuk mengambil tindakan khusus untuk menghasilkan keuntungan yang sebanding dengan harapan pemegang saham. Alasan ini dapat mengakibatkan penyalahgunaan laporan keuangan dengan menggunakan teknik seperti, mengimbangi, meratakan, menaikkan, dan menurunkan keuntungan untuk mengubah nilai keuntungan yang dilaporkan, yang disebut sebagai manajemen laba (Purnama, 2017). Manajer menggunakan manajemen laba untuk memanipulasi pihak-pihak yang ingin mengetahui tentang kinerja finansial dan keadaan finansial perusahaan dengan teknik mengubah/intervensi laporan keuangan (Sulistyanto, 2013). Adanya kesenjangan antara pihak manajemen dan pihak luar, memungkinkan manajemen perusahaan untuk memodifikasi laporan keuangan supaya terlihat menarik untuk calon investor yang sejalan dengan teori sinyal seperti pada contoh kasus PT. Tiga Pilar Sejahtera (AISA) tahun 2017 menimpa yang melakukan penggelembungan 4 triliun rupiah pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap. Lalu ada 662 miliar rupiah pada penjualan, serta 329 miliar rupiah pada EBITDA Entitas Food. Tidak hanya itu, ternyata masih banyak kasus manajemen laba yang terjadi di Indonesia seperti pada PT. Garuda Indonesia Tbk. (GIAA), PT. SNP Finance (SNPF), dan PT. Timah (TINS).

Terdapat elemen yang dapat mendorong pihak manajemen melakukan manajemen laba seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak dan masih banyak lagi, diantaranya Sesti et al. (2015); Setijaningsih & Merisa (2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paramitha & Idayati (2020) *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan adalah elemen-elemen yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan manajer untuk menetapkan manajemen laba. Namun, berdasarkan riset lag penelitian ini, ditemukan bahwa artikel dengan variabel *leverage* (DER) yang signifikan terhadap manajemen laba hanya 7 dari 12 artikel (58,33%). Lalu untuk variabel profitabilitas (ROA) hanya 6 dari 14 artikel (42,86%), variabel ukuran perusahaan (SIZE) hanya 9 dari 16 artikel (56,25%), dan variabel pertumbuhan penjualan (SG) hanya 4 dari 6 artikel (66,67%) yang signifikan terhadap manajemen laba. Rumusan masalah penelitian: apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan aspek objek, penelitian ini menggunakan mesin pencari *Publish or Perish*, *Google Search Engine*; Berdasarkan aspek waktu, penelitian ini menggunakan periode publikasi artikel jurnal tahun 2021-2023.; Berdasarkan aspek unit analisis, penelitian ini mengamati model regresi linear berganda (*multiple regression analysis*), data observasi (n), dan nilai t hitung (*t value*) terkait *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan.

Leverage adalah persentase dari total kewajiban dibandingkan dengan ekuitas saham biasa yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan (Gitman &

Zutter, 2002). Jika rasionya tinggi, berarti hutangnya juga tinggi. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki proporsi *leverage* tinggi harus mengambil tindakan yang berkaitan dengan manajemen laba untuk menghindari pelanggaran kontrak hutang. Teori keagenan menurut Jensen et al. (1976) memberikan bukti jika semakin dekat sebuah perusahaan dengan pelanggaran kontrak hutang, semakin besar kemungkinan seorang manajer perusahaan akan memutuskan untuk menggunakan metode standar akuntansi agar mereka dapat mengarahkan batas yang disampaikan dari masa lampau hingga masa kini. Dalam kaitannya dengan analisis yang disampaikan oleh Sulistyanto (2013), ditemukan jika seorang manajer dipaksa untuk mengambil tindakan manajemen laba karena *leverage* yang tinggi.

Profitabilitas ialah suatu cara yang digunakan untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan di aset, tingkat penjualan, dan modal (Gitman & Zutter, 2002). Profitabilitas digunakan oleh investor untuk memprediksi laba dari hasil investasi. Profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba dari penjualan, total aktiva, dan modal (Mahiswari & Nugroho, 2014).

Indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan besar kecilnya suatu perusahaan disebut ukuran perusahaan (Brigham & Houston, 2019). Perusahaan yang cukup besar sangat teliti dalam melaporkan keadaan laporan keuangan dan keadaan perusahaan untuk mendapat hasil yang akurat sesuai dengan kondisi perusahaan (Jao & Pagalung, 2011).

Penjualan meningkat dari tahun ke tahun karena pertumbuhan penjualan. Pendapatan pemegang saham akan meningkat karena biaya hutang dan beban tetap yang jelas apabila penjualan bertambah setiap tahun. Dengan demikian, seiring dengan pertumbuhan penjualan perusahaan, manajemen dipaksa untuk menerapkan tindakan manajemen laba, sehingga laba perusahaan tampak lebih kecil daripada yang sebenarnya. Hal itu menunjukkan peningkatan penjualan berdampak positif pada manajemen laba (Hapsoro & Annisa, 2017). Menurut Kasmir (2019) dalam Naue et al. (2023) pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya.

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi pembaca supaya dapat lebih mengetahui dan memperoleh pengetahuan serta menambah wawasan apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Selain bagi pihak internal perusahaan dapat memberikan masukan mengenai apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan agar dapat melakukan evaluasi terhadap kegiatan usaha perusahaan agar dapat meningkatkan laba perusahaannya. Bagi pihak investor dan kreditur dalam membuat keputusan investasi dengan mempertimbangkan apakah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan

pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan supaya dapat melakukan investasi di perusahaan yang tepat dan tidak mengalami risiko kerugian saat ingin menanamkan modal di suatu perusahaan. Dan terakhir bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat membantu serta dapat berguna sebagai bahan studi dan referensi penelitian lebih lanjut bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Jensen et al. (1976), penggagas teori keagenan (*agency theory*) menarasikan sebagai hubungan keagenan dapat didefinisikan sebagai perikatan seseorang (agen) dilibatkan oleh seseorang atau lebih (prinsipal) untuk melakukan suatu layanan dan wewenang pengambilan keputusan yang diserahkan kepada agen. Praktik manajemen laba terjadi karena konflik keagenan sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan.

Seperti dinyatakan oleh Eisenhardt (1989), teori keagenan sangat relevan dalam situasi di mana masalah kontrak sulit diatasi. Ini mencakup situasi di mana terdapat: pertama, konflik tujuan yang signifikan antara prinsipal dan agen, yang meningkatkan kemungkinan oportunisme agen; kedua, ketidakpastian yang cukup besar tentang hasil sehingga teori tersebut menimbulkan risiko; dan ketiga, pekerjaan yang tidak terprogram atau tidak berorientasi tim di mana evaluasi perilaku sulit dilakukan.

Sementara itu, Scott (2015) pada Hendrastuti & Harahap (2023) berasumsi bahwa teori keagenan merupakan bagian dari teori permainan, mengingat teori keagenan mempunyai ciri-ciri permainan kooperatif dan non-kooperatif. Dikatakan mempunyai sifat kooperatif karena kedua belah pihak harus mampu berkomitmen pada suatu kontrak, yaitu mengikatkan diri untuk bekerja sama atau bermain sesuai aturan. Namun juga memiliki sifat tidak kooperatif karena kedua pihak tidak melakukan hal tersebut secara spesifik menyetujui untuk melakukan suatu tindakan tertentu, namun tindakan tersebut dilatarbelakangi oleh kontrak. Komitmen kedua belah pihak dapat ditegakkan melalui sistem hukum dengan menggunakan pengikatan, perjanjian, dan berdasarkan perilaku etis serta reputasi para pihak kontrak. Oleh karena itu, teori agensi juga diasumsikan menggunakan permainan kooperatif.

Selanjutnya Brigham & Houston (2019), menarasikan teori sinyal (*signalling theory*) sebagai tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang menunjukkan kepada investor bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan. Dijelaskan pula bahwa terdapat informasi simetris maupun informasi tidak simetris. Informasi simetris terjadi ketika pihak manajemen perusahaan memiliki informasi yang sama dengan investor sedangkan informasi tidak simetris terjadi ketika pihak

manajemen perusahaan memiliki informasi yang berbeda dengan pihak investor dan biasanya informasi yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan lebih baik daripada informasi yang dimiliki oleh investor.

Sementara Spence (1973), menjelaskan bahwa sinyal secara implisit didefinisikan dan digunakan untuk menjelaskan mengapa seseorang mungkin, dapat, atau harus tertarik pada suatu informasi yang disajikan. Semua orang dapat mengalami masalah sinyal, sama halnya dengan investor yang harus membuat keputusan investasi dalam kondisi ketidakpastian, mungkin mengalami masalah penafsiran sinyal.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Connelly et al. (2011), juga mendukung bahwa teori sinyal menggambarkan perilaku ketika terdapat perbedaan informasi antara dua pihak (individu atau organisasi). Secara umum, pihak pengirim harus memilih bagaimana untuk menginformasikan atau mengirim sinyal atas informasi tersebut, dan pihak penerima harus memilih bagaimana menafsirkan sinyal tersebut.

Menurut Scott & O'Brien (2019), pertanyaan yang mendasari teori sinyal adalah "bagaimana manajer dapat menunjukkan perbedaan kualitas penting perusahaan dalam bisnis tanpa mengeluarkan banyak biaya"? Sarana model pensinyalan telah mempertimbangkan masalah pemisahan perusahaan dari kategori ini. Sinyal adalah tindakan yang dilakukan seseorang untuk mengungkapkan kepentingannya karena tidak rasional apabila hal tersebut diungkapkan oleh orang lain. Salah satu persyaratan sinyal adalah bahwa manajer tipe tinggi harus lebih murah daripada manajer tipe rendah. Ini memberikan kredibilitas sinyal karena manajer tipe rendah tidak dapat meniru manajer tipe tinggi tanpa mengeluarkan biaya yang berlebihan, dan pasar menyadari fakta ini.

Scott & O'Brien (2019), menyatakan teori akuntansi positif (*positive accounting theory*) biasa juga disebut teori kontrak yang efisien, perusahaan mengatur diri mereka sendiri untuk memaksimalkan kelangsungan hidup mereka. Perusahaan-perusahaan tertentu memiliki tingkat desentralisasi yang lebih tinggi daripada yang lain, beberapa melakukan kegiatan di dalam sementara yang lain mengontrak kegiatan yang sama, beberapa memiliki tingkat pembiayaan utang yang lebih tinggi daripada yang lain, dan banyak faktor lainnya. Jenis organisasi yang paling efektif untuk suatu bisnis berbeda-beda tergantung pada ukuran, lingkungan hukum dan kelebagaannya, teknologi, dan tingkat persaingan dalam industri. Kontrak yang efektif mencapai tujuan perusahaan dengan biaya terendah bagi perusahaan dan pemangku kepentingannya.

Kabir (2011), berpandangan bahwa teori akuntansi positif telah meningkatkan pemahaman tentang berbagai fenomena dan masalah akuntansi. Lebih lanjut, hasil dalam riset teori akuntansi positif telah menyarankan situasi di mana manajemen cenderung mengelola pendapatan. Misalnya, penghasilan dikelola ketika bonus manajemen bergantung pada laba yang dilaporkan.

Terjadinya manajemen laba dilatarbelakangi oleh tiga hipotesis yaitu: pertama, hipotesis perencanaan bonus (*bonus plan hypothesis*); kedua, hipotesis kontrak hutang (*debt covenant hypothesis*); dan ketiga, hipotesis ukuran (*size hypothesis*).

Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba

Menurut Caithlin & Mulyani (2021), semakin tinggi *leverage* semakin tinggi kemungkinan perusahaan melakukan manajemen laba. Hal ini didasari oleh latar belakang untuk menjaga perusahaan dari likuidasi, pemilik akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi karena hutang perusahaan semakin besar. Manajemen laba adalah tindakan yang mungkin segera diambil oleh manajemen jika perusahaannya mengalami gangguan likuidasi. Dengan melakukannya, kinerja perusahaan akan tampak baik di mata publik dan pemegang saham bahkan jika perusahaan tersebut berada dalam keadaan mengalami gangguan likuidasi.

Sejalan dengan penelitian Astuti et al. (2017), *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba dikarenakan perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi ekuitasnya sehingga akan cenderung melakukan aksi dalam bentuk manajemen laba. Tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pihak eksternal dapat ditunjukkan dengan rasio *leverage* karena semakin besar rasio *leverage* dapat berarti bahwa semakin besar tingkat ketergantungan sumber pembiayaan perusahaan terhadap pihak eksternal (kreditur) dan semakin besar pokok dan juga beban biaya hutang yang harus dibayar oleh pihak perusahaan sehingga manajemen akan membuat kebijakan yang dapat meningkatkan tampilan kinerja keuangannya, terhindari dari pelanggaran risiko kontrak hutang.

H₁: *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2. Pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba

Sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa manajer bertanggung jawab dalam menyajikan informasi yang positif supaya investor tertarik dengan perusahaan, oleh karena itu praktik manajemen laba akan meningkat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Menurut Caithlin & Mulyani (2021) sejalan dengan teori agensi, untuk menarik minat investor dan membuat kinerja perusahaan terlihat baik, manajer harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Ini karena manajemen harus mampu memenuhi target tersebut karena adanya hubungan pemberian wewenang dari pemegang saham kepada manajemen. Hal ini mendorong manajemen untuk melakukan aksi manajemen laba.

Selain itu, menurut Lestari & Wulandari (2019) tingkat profitabilitas mendorong perilaku manajemen perusahaan untuk melakukan perataan laba. Dalam hal ini perataan laba termasuk dalam salah satu bentuk manajemen laba.

Sehingga semakin tinggi profitabilitas semakin tinggi juga kemungkinan perusahaan melakukan manajemen laba.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Menurut Joe & Ginting (2022), semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kemungkinan pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba. Perusahaan dengan banyak aset akan memiliki nilai yang lebih besar, sehingga manajemen akan lebih memperhatikan laba dan melakukan tindakan manajemen laba. Ini juga berlaku untuk perusahaan dengan aset yang lebih kecil karena manajemen ingin agar asetnya terlihat lebih besar saat pelaporan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Berdasarkan penelitian Paramitha & Idayati (2020) semakin besar ukuran perusahaan semakin besar kepercayaan publik terhadap perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan dapat lebih mudah untuk melakukan pinjaman terhadap kreditur maupun memperoleh investasi bagi perusahaan. Sehingga perusahaan yang berukuran kecil cenderung untuk melakukan tindakan manajemen laba untuk meningkatkan laba dan mendapat kepercayaan publik maupun mengurangi fluktuasi pada laporan keuangan perusahaan.

H₃: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

4. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba

Menurut Destianana et al. (2020), semakin tinggi pertumbuhan penjualan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan manajemen laba karena perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi lebih termotivasi untuk menerapkan manajemen laba untuk memperoleh laba seandainya perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi menghadapi kesulitan untuk mempertahankan tren penjualan dan laba.

Sejalan dengan teori keagenan menurut Fionita & Fitra (2021), pertumbuhan penjualan dapat menyebabkan konflik keagenan antara prinsipal dan agen karena tingkat pertumbuhan penjualan dapat memberikan gambaran terkait dengan laba yang juga mengalami peningkatan sehingga terbentuk pola pikir manajer tentang berbagai cara dalam mengoptimalkan hasil. Apabila mereka dihadapkan dengan sebuah permasalahan untuk tetap mempertahankan trend laba dan trend penjualan, perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung termotivasi untuk melakukan tindakan manajemen laba.

H₄: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian menurut Cooper et al. (2019) yang mengkategorikan desain penelitian menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

Tingkat Kristalisasi Masalah (*Degree of Research Question Crystallization*) Berdasarkan rumusan masalah yang ditemukan, penelitian ini menggunakan studi formal karena dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan dan menggunakan hipotesis yang bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah dibuat dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam batasan masalah.

Metode Pengumpulan Data (*Method of Data Collection*). Metode penelitian ini menggunakan metode observasi karena data yang digunakan diperoleh melalui pengamatan terhadap hasil pencarian jurnal di *Publish or Perish* dan jurnal yang terdaftar dalam *Science and Technology Index* (SINTA) dengan topik pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba dengan periode penelitian 2021-2023.

Pengendalian Peneliti Atas Variabel-Variabel (*Researcher Control of Variables*). Berdasarkan pengendalian atas variabel-variabel, penelitian ini menggunakan penelitian *ex post facto* karena tidak memiliki kendali untuk mengontrol serta mempengaruhi variabel-variabel penelitian yang sudah ada. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau yang sering terjadi.

Tujuan Penelitian (*Objective of the Study*). Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengintegrasikan hasil dari berbagai penelitian yang sudah ada terkait dengan topik pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba dengan periode penelitian 2021-2023. Maka, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan studi meta analisis.

Dimensi Waktu (*The Time Dimension*). Penelitian yang digunakan termasuk dalam penelitian gabungan yang menggunakan metode *time series* dan *cross-sectional* karena data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah data selama 4 tahun (2021-2023).

Ruang Lingkup Topik (*The Topic Scope*). Peneliti menarik integrasi dari analisis dan pembahasan terkait dengan data yang telah dimiliki. Maka berdasarkan ruang lingkup topik, penelitian ini menggunakan studi statistik, studi meta analisis.

Lingkungan Penelitian (*The Research Environment*) Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi pengumpulan data dan observasi secara tidak langsung dari data yang ada pada *Publish or Perish* dan jurnal terdaftar dalam *Science and Technology Index* (SINTA). Maka penelitian ini termasuk dalam metode studi lapangan.

Kesadaran Persepsi Partisipasi (*The Participants Research Awareness*). Partisipan tidak menyadari adanya penyimpangan dalam keseharian. Partisipan menyadari adanya penyimpangan, namun tidak ada hubungannya dengan penelitian. Partisipan baru menyadari adanya penyimpangan saat terlibat dengan peneliti.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari beberapa jurnal terdaftar dalam *Science and Technology Index* (SINTA) untuk meneliti pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen

Studi Meta Analisis: Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba

laba dengan periode penelitian 2021-2023. Jurnal yang digunakan mencakup jurnal penelitian pendidikan dan jurnal penelitian dengan total sampel 27 artikel.

Penelitian ini menggunakan populasi jurnal terpilih dari *Publish or Perish* dan jurnal yang terdaftar pada *Science and Technology Index (SINTA)* dengan topik pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba dengan periode penelitian 2021-2023. Dari seluruh populasi yang ada, peneliti mengambil sampel yang diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*.

Berikut merupakan kriteria *purposive* yang digunakan sebagai pengumpulan data sampel:

1. Mencari jurnal dengan *keyword earnings management*. Topik pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba dengan periode penelitian 2021-2023, dimana pencarian dilakukan melalui software *Publish or Perish*.
2. Penelitian jurnal yang tidak dapat dibuka dan diunduh dalam bentuk pdf.
3. Penelitian dengan topik manajemen laba dengan tahun *publish* selain tahun 2021-2023.
4. Penelitian dengan topik manajemen laba yang tidak/selain menggunakan Modified Jones Model.
5. Penelitian dengan topik manajemen laba yang memiliki variabel selain *earnings management* dengan proksi *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan.

Selanjutnya pemilih sampel berdasarkan kriteria *purposive* tampak pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Proses Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah	Akumulasi
1	Mencari jurnal dengan topik pengaruh <i>leverage</i> , profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba dengan periode penelitian 2021-2023, dimana pencarian dilakukan melalui software <i>Publish or Perish</i> .		500
2	Penelitian jurnal yang tidak dapat dibuka dan diunduh dalam bentuk pdf.	(152)	384
3	Penelitian dengan topik manajemen laba dengan tahun <i>publish</i> selain tahun 2021-2023.	(44)	304
4	Penelitian dengan topik manajemen laba yang tidak/selain menggunakan Modified Jones Model.	(176)	128

No	Kriteria	Jumlah	Akumulasi
5	Penelitian dengan topik manajemen laba yang memiliki variabel selain earnings management dengan proksi <i>leverage</i> , profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan.	(101)	27
	Jumlah jurnal yang terpilih sebagai sampel (periode 2021-2023)		27
	Jumlah jurnal atas variabel <i>leverage</i> (DER)		12
	Jumlah jurnal atas variabel profitabilitas (ROA)		14
	Jumlah jurnal atas variabel ukuran perusahaan (SIZE)		15
	Jumlah jurnal atas variabel pertumbuhan penjualan (SG)		6

Sumber: data yang diolah peneliti

Teknik analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode meta analisis. Metode meta analisis merupakan suatu penelitian dengan menggunakan berbagai jurnal yang sudah ada dan telah digunakan oleh peneliti lain. Penelitian dilakukan secara sistematis dan kuantitatif untuk memperoleh kesimpulan yang akurat (Retnawati et al., 2018).

Berdasarkan prosedur penelitian yang digunakan oleh penelitian Eny & Irianto (2015) dalam Angeline & Meiden (2019), berikut merupakan langkah pelaksanaan metode meta analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Mengkonversikan hasil statistik dari masing-masing penelitian menjadi suatu ukuran bersama yaitu (r), dimana ukuran efek tersebut (r) akan digunakan untuk melakukan pengakumulasian, perbandingan dan integrasi variabel.
2. *Effect size* dari masing-masing penelitian akan ditransformasi menjadi (r) dengan menggunakan rumus dari (Hunter & Schmidt, 2004). Dalam penelitian ini, hasil statistik yang akan dikonversi menjadi (r) yaitu t statistik dengan rumus:

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{(t^2 + df)}}$$

Keterangan:

- r = *Effect Size*
 t = Hasil *t statistic*
 df = *Degree of freedom (n-1)*

3. Menggunakan *effect size* dan menghitung *mean correlation* (\bar{r}) dengan rumus:

$$(\bar{r}) = \frac{\sum(N_i r_i)}{\sum N_i}$$

Keterangan:

- \bar{r} = *Mean correlation*
 N_i = Jumlah sampel dalam penelitian
 r_i = Ukuran efek untuk masing-masing penelitian

4. Menghitung total varians yang diamati dengan rumus:

$$S_r^2 = \frac{\sum [N_i (r_i - \bar{r})^2]}{\sum N_i}$$

Keterangan:

S_r^2	=	Total varians yang diamati
\bar{r}	=	Mean correlation
N_i	=	Jumlah sampel dalam penelitian
r_i	=	Ukuran efek untuk masing-masing penelitian

5. Menghitung *sampling error variance* dengan rumus:

$$S_e^2 = \frac{(1 - \bar{r}^2)K}{\sum N_i}$$

Keterangan:

S_e^2	=	Sampling error variance
\bar{r}	=	Mean correlation
N_i	=	Jumlah sampel dalam penelitian
K	=	Jumlah penelitian dalam analisis

6. Menghitung varians populasi sesungguhnya dengan rumus:

$$S_p^2 = S_r^2 - S_e^2$$

Keterangan:

S_p^2	=	Variance populasi yang sesungguhnya
S_r^2	=	Total variance yang diamati
S_e^2	=	Sampling error variance

7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji Z dengan tingkat interval keyakinan 95% (*confidence interval*, α) yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$[\bar{r} - S_p^2 Z\alpha ; \bar{r} + S_p^2 Z\alpha] = [\bar{r} - S_p^2 (1,96) ; \bar{r} + S_p^2 Z(1,96)]$$

Kriteria menerima atau mendukung hipotesis dengan mendukung derajat kepercayaan 5%, adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $\bar{r} > r$ tabel, maka tidak menolak hipotesis, artinya adalah terdapat cukup bukti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $\bar{r} \leq r$ tabel, maka menolak hipotesis, artinya adalah terdapat cukup bukti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai r terletak pada rentang angka 0-1 dan dapat bernilai positif (+) ataupun bernilai negatif (-). Jika nilai r semakin besar dan mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika nilai r

semakin kecil dan mendekati angka 0, maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis

Berdasarkan data yang dapat dilihat pada tabel 2, hasil penelitian meta analisis dari total sampel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan membuktikan bahwa:

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Meta Analisis

No	Variabel Independen	n	\bar{r}	r Tabel	Ket
1	<i>Leverage</i> (DER)	3194	0.1594	0.0346	Sig
2	Profitabilitas (ROA)	4804	0.0585	0.0282	Sig
3	Ukuran Perusahaan (SIZE)	3931	0.0696	0.0312	Sig
4	Pertumbuhan Penjualan (SG)	3917	0.0114	0.0313	Tdk Sig

Sumber: data diolah peneliti

Variabel *leverage* pada tabel 2, memiliki 12 studi (tampak pada tabel 1) dengan *effect size* 3194. Hasil pengujian hipotesis langkah 7 menggunakan meta analisis menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba secara signifikan. Hasil ini dapat dilihat dari \bar{r} sebesar 0.1594 lebih besar dari r tabel sebesar 0.0346.

Variabel profitabilitas pada tabel 2, memiliki 14 studi (tampak pada tabel 1) dengan *effect size* 4804. Hasil pengujian hipotesis langkah 7 menggunakan meta analisis menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba secara signifikan. Hasil ini dapat dilihat dari \bar{r} sebesar 0.0585 lebih besar dari r tabel sebesar 0.0282.

Variabel ukuran perusahaan pada tabel 2, memiliki 15 studi (tampak pada tabel 1) dengan *effect size* 3931. Hasil pengujian hipotesis langkah 7 menggunakan meta analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba secara signifikan. Hasil ini dapat dilihat dari \bar{r} sebesar 0.0696 lebih besar dari r tabel sebesar 0.0312.

Variabel pertumbuhan penjualan pada tabel 2, memiliki 6 studi (tampak pada tabel 1) dengan *effect size* 3917. Hasil pengujian hipotesis langkah 7 menggunakan meta analisis menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba secara signifikan. Hasil ini dapat dilihat dari \bar{r} sebesar 0.0114 lebih besar dari r tabel sebesar 0.0313.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba. Sehubungan dengan hasil uji meta analisis membuktikan *leverage* mempunyai keterkaitan dengan pengaruh pada manajemen laba, oleh karena itu hasil dari hipotesis pertama (H1) diterima. Berdasarkan data yang ada, terdapat 7 studi menyatakan adanya keterkaitan dengan pengaruh signifikan *leverage* pada manajemen laba. Sebaliknya 5 studi lainnya menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh *leverage* pada manajemen laba. Hal ini membuktikan semakin tinggi *leverage* pada suatu perusahaan, memberikan kesempatan manajer untuk melakukan manajemen laba, dikarenakan perusahaan tersebut mempunyai hutang tinggi dalam bentuk modal wajib mempunyai biaya untuk mengawasi pihak manajemen agar perusahaan tetap bisa menjalankan usahanya dalam bentuk mengontrol manajemen laba (Mahiswari & Nugroho, 2014).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. Pada hasil dari uji meta analisis yang diperoleh, kesimpulan bahwa profitabilitas mempunyai keterkaitan dengan pengaruh pada manajemen laba, oleh sebab itu hipotesis kedua (H2) diterima. Terdapat 7 studi menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan profitabilitas pada manajemen laba. Sebaliknya terdapat 7 studi menyatakan tidak adanya keterkaitan dengan pengaruh profitabilitas pada manajemen laba. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas pada *return on asset* (ROA) makin meningkat, maka akan menyediakan suatu informasi bagi pihak manajemen menilai kemampuan perusahaan ketika mendapatkan laba (Debriana dan Lekok, 2021). Teori agensi menyatakan bahwa manajer suatu perusahaan sebagai agent melakukan manajemen laba dengan motif untuk mendapatkan bonus serta memperoleh citra perusahaan yang baik, sehingga manajer melakukan manipulasi laporan keuangan supaya pemegang saham sekali prinsipal ingin berinvestasi dalam perusahaan (Tala & Karamoy, 2017).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. Bersumber dari hasil uji meta analisis yang telah diolah kembali menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh dalam manajemen laba, itu berarti hipotesis ketiga (H3) diterima. Terdapat 9 studi menyatakan bahwa adanya keterkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan dalam manajemen laba. Sebaliknya 7 studi yang menyatakan bahwa tidak adanya keterkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan dalam manajemen laba. Penelitian ini membuktikan ketika ukuran perusahaan tinggi, semakin besar juga praktik manajemen laba yang akan dilakukan oleh seorang manajer perusahaan. Investor memberikan tekanan yang besar pada perusahaan besar untuk mendapatkan pengembalian yang terus meningkat dari hasil investasi (Cahyani dan Hendra, 2020).

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba. Atas hasil uji meta analisis yang telah dilakukan, membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh pada manajemen laba. Ini membuat hipotesis keempat (H4) ditolak. Terdapat 4 studi yang menyatakan adanya keterkaitan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan pada manajemen laba. Sebaliknya terdapat 2 studi yang menyatakan tidak adanya keterkaitan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan pada manajemen laba. Hasil dari penelitian saat ini, menyimpulkan tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak akan ada pengaruh pihak manajer dalam melakukan

manajemen laba. Hal ini bisa terjadi karena manajemen harus bisa mempertahankan *trends* penjualan perusahaan di setiap periodenya, sehingga pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi apapun terhadap manajemen laba (Fahmie, 2018).

V. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan, dapat diintegrasikan sebagai berikut:

- 1) Hasil integrasi membuktikan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.
- 2) Hasil integrasi membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.
- 3) Hasil integrasi membuktikan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.
- 4) Hasil integrasi membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba.

Saran yang dapat diberikan, sebagai berikut:

- 1) Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya: pertama, disarankan untuk memperpanjang periode penelitian dan jumlah sampel; kedua, disarankan untuk memilih artikel yang memiliki perhitungan analisis yang lengkap; ketiga, menggunakan variabel independen lainnya yang memiliki keterkaitan terhadap manajemen laba seperti kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, kepatuhan membayar pajak, dan sebagainya.
- 2) Bagi Perusahaan, disarankan untuk menyelesaikan *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sesuai dengan kebutuhan untuk mengurangi terjadinya tindakan manajemen laba.
- 3) Bagi Investor, disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan mereka sebelum menanamkan modal atau membeli saham suatu perusahaan karena laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan belum tentu sesuai dengan keadaan sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angeline. (2017). Pengaruh Corporate Governance terhadap Manajemen Laba di Indonesia. *Kwik Kian Gie*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2342/>
- Astuti, A. Y., Nuraina, E., & Wijaya, A. L. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *The 9th FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi - Universitas PGRI Madiun*, 5(1), 501–514.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage.
- Caithlin, P., & Mulyani. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Tredaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018*.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. In *Journal of Management* (Vol. 37, Issue 1, pp. 39–

- 67). <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Destianana, S., Luhglatno, & Wirdayanti. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. In *Source: The Academy of Management Review* (Vol. 14, Issue 1). <https://www.jstor.org/stable/258191>
- Fahmie, A. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan, dan Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba*.
- Fionita, Y., & Fitra, H. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Pertumbuhan Penjualan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 3(4), 893–907.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2002). Principles of Managerial Finance 14th edition. In *Pearson Education Limited*. www.pearsonmylab.com.
- Hapsoro, D., & Annisa, A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Audit, Leverage, dan Growth Terhadap Praktik Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 99–110. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i2.272>
- Hendrastuti, R., & Harahap, R. F. (2023). Agency theory: Review of the theory and current research. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 10(1), 85. <https://doi.org/10.17977/um004v10i12023p085>
- Hunter, J. E., & Schmidt, F. L. (2004). *Methods of Meta-Analysis: Correcting Error and Bias in Research Findings*.
- Jao, R., & Pagalung, G. (2011). Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1), 1–94.
- Jensen, M. C., Meckling, W. H., Benston, G., Canes, M., Henderson, D., Leffler, K., Long, J., Smith, C., Thompson, R., Watts, R., & Zimmerman, J. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. In *Journal of Financial Economics* (Issue 4). Harvard University Press. <http://hupress.harvard.edu/catalog/JENTHF.html>
- Joe, S., & Ginting, S. (2022). The The Influence of Firm Size, Leverage, and Profitability on Earnings Management. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 567–574. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1505>
- Kabir, H. (2011). Positive Accounting Theory and Science. *Journal of CENTRUM Cathedra*, 3(2), 136–149.
- Lestari, K. C., & Wulandari, S. O. (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akademi Akuntansi (JAA)*, 2(1), 20–35. <http://ejournal.umm.ac.id>
- Mahiswari, R., & Nugroho, P. I. (2014). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan*. XVII(1).
- Naue, T. F., Anastasia, Y., Harjanto, F. H. P., & Novyarni, N. (2023). *The Effect of Sales Growth, Profitability, and Leverage on Earnings Management*.
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2).
- Purnama, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen

- Laba. *JRKA*, 3(1), 1–14.
- Retnawati, H., Apino, E., Kartianom, Djidu, H., & Anazifa, R. D. (2018). *Pengantar Analisis Meta*.
- Scott, W., & O'Brien, P. C. (2019). *Financial Accounting Theory* 8th Edition. *Pearson*.
- Sesti, O. :, Sari, Y., & Kirmizi, P. : (2015). Analysis of Factors Affecting the Earnings Management in Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. In *Jom FEKON* (Vol. 2, Issue 2).
- Setijaningsih, H. T., & Merisa. (2022). The Effect of Leverage, Earning Power, and Sales Growth on Earnings Management. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 216.
- Spence, M. (1973). *Job Market Signalling*. <http://qje.oxfordjournals.org/>
- Sulistyanto, H. S. (2013). *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*.
- Tala, O., & Karamoy, H. (2017). Analisis Profitabilitas dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. In *Jurnal Accountability* (Vol. 06). www.idx.co.id,
- Valentine, J. C., Hedges, L. V., & Cooper, H. M. (2019). *The handbook of research synthesis and meta-analysis*. Russell Sage Foundation.