

PENGARUH KUALITAS AUDIT, *SALES GROWTH*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN IDX30 TAHUN 2021-2023

Intan Nur Nilamsari¹, Sugiharto², Yopie Diondy Kurniawan³

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Madiun, Madiun, Jawa Timur^{1,2,3}

Email Koresponden: intannilamsari2110@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 27-07-2025

Received : 07-08-2025

Revised : 02-09-2025

Accepted : 02-09-2025

Publish : 02-09-2025

Keywords

Kualitas Audit;

Sales Growth;

Profitabilitas;

Manajemen Laba

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of audit quality, sales growth, and profitability on earnings management in IDX30 companies from 2021 to 2023. This research is conducted using a quantitative approach with a sample size of 11 companies, utilizing secondary data in the form of financial statements. The results of this research show that audit quality and profitability have no effect on earnings management, while sales growth have an effect on earnings management in IDX30 companies from 2021-2023. Audit quality, sales growth, dan profitability simultaneously have no effect on earnings management in IDX30 companies from 2021-2023. The results are expected to provide insights into the factors influencing earnings management in IDX30 companies.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas audit, *sales growth* dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada Perusahaan IDX30 tahun 2021-2023. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 11 perusahaan dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas audit dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan *sales growth* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan IDX30 tahun 2021-2023. Kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas secara simultan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan IDX30 tahun 2021-2023. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi manajemen laba pada perusahaan IDX30.

Pendahuluan

Latar Belakang

Dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk selalu meningkatkan kinerja keuangannya. Salah satu cara yang sering dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan memanipulasi laporan keuangan, atau yang dikenal sebagai manajemen laba. Informasi laba merupakan bagian penting dari laporan keuangan karena laba dapat digunakan sebagai indikator dalam menaksir kinerja

manajemen, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode-periode berikutnya, dan sumber informasi dalam pengambilan keputusan baik bagi perusahaan maupun pihak eksternal, seperti investor. Penyajian laporan keuangan yang menunjukkan kinerja yang baik dan memperoleh laba maksimum bagi perusahaan agar sesuai dengan target yang sudah ditentukan, manajemen dapat memodifikasi laba dengan memanfaatkan fleksibilitas yang diizinkan oleh Standar Akuntansi Keuangan. Namun, demi keuntungan pribadi manajemen, informasi laba sering menjadi target manipulasi ((Sadewa & Sopian, 2024); (Anindya & Yuyetta, 2020)).

Tindakan manajemen laba sering kali dikaitkan dengan masalah keagenan yang terjadi karena ketidaksamaan kepentingan antara prinsipal (pemegang saham) dengan agen (manajemen perusahaan). Menurut (Tekwani, 2023), ada dua faktor yang mendasari perselisihan dalam masalah keagenan, yakni perbedaan tujuan atau perbedaan dalam penghindaran resiko. Ketidaksamaan antara prinsipal dengan agen ini dapat berupa motivasi prinsipal untuk menjaga kestabilan dengan profitabilitas yang selalu meningkat, sedangkan agen termotivasi untuk memaksimalkan kebutuhan ekonomi dan psikologinya, antara lain memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi (Syaddyah dkk., 2020).

Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas. Kualitas audit sangat penting dalam memastikan transparansi dan kredibilitas laporan keuangan, yang merupakan dasar utama bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti investor, kreditor, manajemen, dan regulator dalam membuat keputusan yang tepat. Faktor kedua yang dapat memengaruhi manajemen laba adalah *sales growth* atau pertumbuhan penjualan. Tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan sama-sama memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. (Harni dkk., 2022) mengemukakan bahwa kenaikan dan penurunan tingkat pertumbuhan akan mendorong manajemen dalam melakukan manajemen laba, apabila pertumbuhan penjualan turun manajemen akan melakukan manajemen laba agar pendapatan laba stabil sehingga menarik minat investor, kemudian apabila pertumbuhan penjualan naik akan menyebabkan pembayaran pajak yang tinggi pula, maka manajer akan mengatur laba sesuai dengan target perusahaan. Faktor ketiga yang dapat memengaruhi manajemen laba selain kualitas audit dan *sales growth* adalah profitabilitas. Manajemen dan investor dapat membandingkan dan menilai kinerja operasional perusahaan dengan cara melihat profitabilitas perusahaan (Paramitha & Idayati, 2020). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dianggap berpotensi dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya, dan juga membuat investor lebih tertarik karena berdampak pada tingkat pengembalian yang tinggi pula. Apabila profitabilitas rendah manajemen cenderung akan melakukan perataan laba agar dalam laporan yang ditampilkan perusahaan mendapatkan profitabilitas yang baik (Arieska, 2024).

Faktor-faktor tersebut diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku manajemen laba. Perilaku manajemen laba berdampak pada penyajian laporan keuangan yang tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya, sehingga akan mengurangi reabilitas dan kualitas laba dari laporan keuangan perusahaan (Sadewa & Sopian, 2024). Laporan keuangan yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya dapat menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan dan berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

Landasan Teori

Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) dicetuskan oleh Jensen dan Mackling pada tahun 1976 yang mendefinisikan hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana pemilik (principal) mempekerjakan orang lain (agen) yang melibatkan pendelegasian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen. Pemilik (prinsipal) memercayakan wewenang manajerial kepada agen untuk mengelola perusahaan atas nama pemilik (principal).

Manajemen Laba

Manajemen laba menurut Sulistyanto (2018) secara umum didefinisikan sebagai upaya manajer untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.

Kualitas Audit

DeAngelo (1981) mendefinisikan kualitas audit sebagai kemungkinan seorang auditor untuk menemukan dan melaporkan pelanggaran yang ada dalam sistem akuntansi kliennya.

Sales Growth

Penelitian (Putra, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan acuan permintaan dan persaingan dalam industri, dimana pergerakan pertumbuhan akan memengaruhi cara perusahaan memertahankan keuntungan dengan mengambil peluang yang akan datang.

Profitabilitas

Penelitian Hery (2017) dalam Fandriani & Tunjung (2019) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba pada periode tertentu dengan menggunakan seluruh sumber daya yang dimilikinya dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, atau penggunaan modal.

Hipotesis

H1 : Kualitas audit berpengaruh terhadap manajemen laba

H2 : *Sales growth* berpengaruh terhadap manajemen laba

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba

H4 : Kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap manajemen laba

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang dilakukan pada perusahaan IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Setelah dilakukan *sampling* dengan metode *purposive sampling* melalui kriteria-kriteria yang ditentukan penulis didapat 11 perusahaan untuk dijadikan sampel.

Tabel 1
Kriteria Pemilihan Sampel dengan *Teknik Purposive Sampling*

No.	Kriteria	Data
1.	Perusahaan IDX30 yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023	30
2.	Perusahaan yang tidak tercatat pada IDX30 selama tahun 2021-2023 secara berturut-turut	(12)

3	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan dan tidak menyajikan data mengenai variabel	(4)
4.	Perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2021-2023	0
5.	Perusahaan yang tidak melakukan pelaporan menggunakan mata uang rupiah	(3)
Total sampel perusahaan		11
Total laporan keuangan tahun 2021-2023		33

Pengukuran Variabel

Tabel 2
Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran
Manajemen Laba (Y)	1) $TA = (NI_t - CFO_t)$
	2) $\frac{TA_t}{A_{t-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{t-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_t}{A_{t-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{t-1}} \right) + \varepsilon$
	3) $NDA_t = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{t-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_t - \Delta REC_t}{A_{t-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{t-1}} \right)$
	4) $DA_t = \frac{TA_t}{A_{t-1}} - NDA$
Kualitas Audit (X1)	KAP <i>Big Four</i> D = 1 KAP <i>Non Big Four</i> D = 0
<i>Sales Growth</i> (X2)	Pertumbuhan Penjualan = $\frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{Penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}} \times 100\%$
Profitabilitas (X3)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Wahyuni (2020) menyatakan statistik deskriptif merupakan proses tabulasi data agar lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis statistik deskriptif akan menghasilkan

mean, nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi dari data yang akan diolah.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam regresi linier berganda terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Sudariana & Yoedani, 2021). Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan apabila nilai signifikansi di atas 0,05 maka data berdistribusi normal. Sedangkan apabila nilai di bawah 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antarvariabel independen pada model regresi. Uji ini dinilai berdasarkan nilai tolerance dan VIF-nya. Jika nilai tolerance lebih dari 10% dan nilai VIF kurang dari 10 maka tidak ada multikolinieritas antarvariabel. Sedangkan apabila nilai tolerance kurang dari 10% dan VIF lebih dari 10 maka terdapat multikolinieritas antarvariabel.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji ini dapat dilakukan dengan metode Uji Glejser dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2021). Model regresi dinyatakan tidak mengandung adanya heterokedastisitas apabila nilai signifikansinya $> 0,05$.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara residual periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$) pada model regresi (Ghozali, 2021). Uji ini dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson. Kriteria dalam pengujian Durbin-Watson adalah sebagai berikut :

- Jika $0 < d < dL$, maka tidak ada autokorelasi positif
- Jika $dL \leq d \leq dU$, maka tidak ada autokorelasi positif
- Jika $4-dL < d < 4$, maka tidak ada autokorelasi negatif
- Jika $4-dU \leq d \leq 4-dL$, maka tidak ada autokorelasi negatif
- Jika $dU < d < 4-dU$, maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif

Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2012) dalam (Sudariana & Yoedani, 2021) menyatakan analisis linier berganda digunakan dalam penelitian apabila peneliti bertujuan untuk mengetahui keadaan (naik turunnya) variabel independen dengan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Dengan demikian, persamaan matematika regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi atau R square digunakan peneliti untuk mengetahui presentase kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen. Cara menentukan koefisien determinasi adalah dengan melihat nilai R square pada tabel model summary. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila nilai mendekati satu dapat dikatakan bahwa variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Uji t dapat diidentifikasi berdasarkan nilai signifikansi dan nilai t-hitung yang dibandingkan dengan t-tabel. t-tabel dapat dihitung menggunakan rumus $t = [\alpha; (n-k)]$, dimana α adalah tingkat signifikansi, df adalah derajat kebebasan (*degree of freedom*), n adalah jumlah sampel, dan k adalah variabel penelitian.

Uji F

Uji F digunakan peneliti untuk melihat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Untuk menentukan nilai uji F dapat dilihat dari nilai signifikansi dan perbandingan nilai F-hitung dengan F-tabel yang dihitung menggunakan rumus $F = (k; n-k)$, dengan k = variabel penelitian dan n = jumlah sampel penelitian. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 (5%).

Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

		<i>Descriptive Statistics</i>			
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manajemen Laba	33	-83,90	196,46	10,7010	50,21150
Kualitas Audit	33	,00	1,00	,9091	,29194
Sales Growth	33	-164,51	126,90	3,4583	38,78807
Profitabilitas	33	,88	62,68	13,1622	12,61953
Valid N (listwise)	33				

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel di atas memberikan gambaran data sebagai berikut. Manajemen Laba (Y) memiliki nilai minimum sebesar -83,90 dan nilai maksimum sebesar 196,46. Nilai rata-rata atau mean sebesar 10,7010 dan nilai standar deviasi sebesar 50,21150 yang artinya sebaran data manajemen laba memiliki simpangan yang tinggi. Kualitas Audit (X1) memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai rata-rata atau mean sebesar 0,9091 dan nilai standar deviasi sebesar 0,29194 yang artinya sebaran data kualitas audit memiliki simpangan yang rendah. *Sales Growth* (X2) memiliki nilai minimum sebesar -164,51 dan nilai maksimum sebesar 126,90. Nilai rata-rata atau mean sebesar 3,4583 dan nilai standar deviasi sebesar 38,78807 yang artinya sebaran data *sale growth* memiliki simpangan yang tinggi. Profitabilitas (X3) memiliki nilai minimum sebesar 0,88 dan nilai maksimum sebesar 62,68. Nilai rata-rata atau mean sebesar 13,1622 dan nilai standar deviasi sebesar 12,61953 yang sebaran data profitabilitas memiliki simpangan yang rendah.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4
 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
N	33	
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,187	Terdistribusi Normal

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0,187 > 0,05$, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5
 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Kualitas Audit	0,875	1,143	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Sales Growth</i>	0,961	1,040	Tidak terjadi multikolinieritas
Profitabilitas	0,847	1,180	Tidak terjadi multikolinieritas

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan semua variabel bebas, yakni kualitas audit (X1), *sales growth* (X2), dan profitabilitas (X3) memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10. Semua variabel berada pada batas uji korelasi antarvariabel bebas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala korelasi atau masalah multikolinieritas pada variabel penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Audit	0,290	Tidak terjadi heterokedastisitas
<i>Sales Growth</i>	0,782	Tidak terjadi heterokedastisitas
Profitabilitas	0,165	Tidak terjadi heterokedastisitas

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan signifikansi dari masing-masing variabel independen, yakni Kualitas Audit (X1), *Sales Growth* (X2), Profitabilitas (X3) menunjukkan tingkat signifikansi > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada variabel penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,955	Tidak terjadi autokorelasi

Hasil pengujian pada tabel 4.6 menunjukkan nilai durbin-watson sebesar 1,955, dengan $n = 33$ dan $k = 3$ diketahui nilai $dU = 1,6511$, $dL = 1,2576$, $4-dU = 2,3489$, dan $4-dL = 2,7424$. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa $dU < d < 4-dU$, yakni $1,6511 < 1,955 < 2,3489$. Nilai durbin-watson diketahui berada pada batas kriteria, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi pada variabel penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	0,990
Kualitas Audit	-3,654
<i>Sales Growth</i>	0,565
Profitabilitas	0,842

Persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel 4.7 dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 0,990 - 3,654X_1 + 0,565X_2 + 0,842X_3 + e$$

Hasil persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai konstanta memiliki nilai sebesar 0,990. Apabila diasumsikan variabel independen bernilai 0, maka nilai manajemen laba bernilai 0,990.
2. Koefisien regresi pada variabel kualitas audit (X1) menunjukkan hasil sebesar -3,654. Hal ini berarti bahwa setiap adanya perubahan 1 satuan dalam variabel kualitas audit akan menurunkan nilai manajemen laba sebesar 3,654 dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan.
3. Koefisien regresi pada variabel *sales growth* (X2) menunjukkan hasil sebesar 0,565. Hal ini berarti bahwa setiap adanya perubahan 1 satuan dalam variabel *sales growth* akan meningkatkan nilai manajemen laba sebesar 0,565 dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan.

- Koefisien regresi pada variabel profitabilitas (X3) menunjukkan hasil sebesar 0,842. Hal ini berarti bahwa setiap adanya perubahan 1 satuan dalam variabel profitabilitas akan meningkatkan nilai manajemen laba sebesar 0,842 dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,448	0,201	0,118	47,14637

Hasil uji pada tabel di atas dapat diketahui nilai *R Square* sebesar 0,201, dapat disimpulkan bahwa sebaran variasi variabel kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas dapat menjelaskan variabel manajemen laba sebanyak 20,1%. Sedangkan sisanya 79,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Uji t

Tabel 10
 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	0,030	0,976
Kualitas Audit	-0,120	0,906
<i>Sales Growth</i>	2,578	0,015
Profitabilitas	1,173	0,250

Hasil uji pada tabel di atas dapat diketahui nilai tingkat signifikansi dan t-hitungnya. Selanjutnya t-tabel dapat diketahui dengan menggunakan rumus $t\text{-tabel} = (\alpha ; n-k)$ dan diperoleh hasil $t\text{-tabel} = 1,699$. Maka dapat disimpulkan :

- Nilai signifikansi variabel kualitas audit (X1) terhadap manajemen laba sebesar 0,906 > 0,05 dan nilai t-hitung $-0,120 < 1,699$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
- Nilai signifikansi variabel sales growth (X2) terhadap manajemen laba sebesar $0,015 < 0,05$ dan nilai t-hitung $2,578 > 1,699$, H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka artinya variabel sales growth berpengaruh terhadap manajemen laba.
- Nilai signifikansi variabel profitabilitas (X3) terhadap manajemen laba sebesar $0,250 > 0,05$ dan t-hitung $1,173 < 1,699$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Uji F

Tabel 11
 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 <i>Regression</i>	2,432	0,085

Hasil uji tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi dan nilai f-tabelnya. Selanjutnya nilai f-tabel dapat diketahui dengan menggunakan rumus $f\text{-tabel} = (k ; n-k)$ dan diperoleh hasil $f\text{-tabel} = 2,70$. Dari data-data yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,085 > 0,05$ dan nilai f-hitung $2,432 < 2,70$. Maka

disimpulkan bahwa variabel kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas tidak memengaruhi variabel manajemen laba secara simultan. Sehingga dapat disimpulkan H4 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas audit (X1) memiliki nilai sig. $0,906 > 0,05$ dan nilai t-hitung $-0,120 < 1,699$, artinya variabel kualitas audit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori keagenan, dimana menurut teori keagenan sebagai pengawasan, kualitas audit harusnya dapat mengurangi praktik manajemen laba sehingga terjadi keselarasan tujuan antara agen dan prinsipal. Jika dikaitkan dengan data penelitian, dapat dilihat bahwa mayoritas perusahaan IDX30 menggunakan jasa KAP *Big Four*, namun hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas audit tidak memiliki pengaruh yang artinya hasil laporan audit yang diberikan auditor baik yang berasal dari KAP *Big Four* maupun *Non Big Four* tidak menjamin dapat mengindikasikan atau menekan adanya praktik manajemen laba. Hal ini didukung oleh data bahwa mayoritas perusahaan, baik yang diaudit oleh KAP besar maupun kecil memperoleh hasil audit berupa Wajar Tanpa Pengecualian. Hasil audit tersebut berarti laporan keuangan perusahaan disusun sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku dimana hasil tersebut bersifat umum dan tidak secara langsung mencerminkan keberadaan praktik manajemen laba. Kesamaan hasil audit tersebut menunjukkan bahwa ukuran KAP tidak cukup dalam mencerminkan keefektifan audit dalam menekan praktik manajemen laba. Penggunaan jasa KAP ternama ditujukan untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan bukan untuk mengurangi manajemen laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadillah & Noviyanti (2022) dan penelitian Sihombing & Nathalia (2024) yang menyatakan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *sales growth* (X2) memiliki nilai sig. $0,015 < 0,05$ dan t-hitung $2,578 > 1,699$ dengan nilai koefisien beta sebesar 0,565, artinya variabel *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi mendorong manajemen perusahaan memanfaatkan kesempatan yang menguntungkan pihak manajemen sendiri untuk melakukan manajemen laba. Sejalan dengan teori keagenan, dengan tingkat penjualan yang tinggi dapat mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar perusahaan yang dapat menggambarkan jaminan kemampuan perusahaan untuk membayar utang kepada pihak ketiga dan investor, sehingga menarik investor dengan harapan mendapat pengembalian yang tinggi pula. Motivasi tersebut dapat mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba agar penjualan perusahaan terlihat terus bertumbuh sehingga menunjukkan potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Manajemen perusahaan juga dapat termotivasi untuk menaikkan laba perusahaan karena agar mendapatkan komisi atau bonus yang tinggi pula. Selain itu, ketika

laba yang diperoleh tinggi karena peningkatan penjualan akan menyebabkan membesarnya pajak yang harus dibayar perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pangesti & Cheisviyanny (2023) dan Anggreani & Arfianti (2024) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X3) memiliki nilai sig. $0,250 < 0,05$ dan t -hitung sebesar 0,842, artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak sejalan dengan teori keagenan. Berdasarkan teori keagenan, manajemen perusahaan akan melakukan manajemen laba dengan menaikkan atau menurunkan nilai profitabilitas perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Manajemen perusahaan tidak termotivasi melakukan manajemen laba saat profitabilitas tinggi karena dengan nilai profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan IDX30 umumnya memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, sehingga kebutuhan untuk melakukan manajemen laba lebih kecil. Data pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang mengalami penurunan laba, namun tidak memengaruhi manajemen perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri & Andayani (2021) dan Umah & Sunarto (2022) yang menyatakan profitabilitas tidak memengaruhi manajemen laba.

Pengaruh Kualitas Audit, Sales Growth, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Hasil uji f pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,085 > 0,05$ dan f-hitung sebesar $2,432 < 2,93$. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh secara simultan antara variabel kualitas audit, *sales growth*, dan profitabilitas terhadap variabel manajemen laba. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini kurang dalam memperkirakan pengaruhnya terhadap manajemen laba.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan, yaitu kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, artinya ukuran KAP tidak dapat menjamin dapat memperkirakan atau menekan manajemen laba. *Sales growth* berpengaruh terhadap manajemen laba, artinya tinggi atau rendahnya pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan motivasi manajemen dalam melakukan manajemen laba. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, artinya naik atau turunnya nilai profitabilitas tidak memengaruhi manajemen dalam melakukan manajemen laba.

Daftar Pustaka

Anggreani, V., & Arfianti, R. I. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak, *Sales Growth*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 102–114. <https://doi.org/10.46806/Jm.V13i2.1140>

- Anindya, W., & Yuyetta, E. N. A. (2020). Pengaruh *Leverage*, *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9, 1–14.
- Arieska, M. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2020 [Thesis (Diploma), Politeknik Negeri Lampung]. <https://repository.polinela.ac.id/id/eprint/2699>
- Deangelo, L. E. (1981). *Auditor Size And Audit Quality*. *Journal Of Accounting And Economics*, 3(3), 183–199.
- Fadillah, F., & Noviyanti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Periode 2017 – 2019). *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*.
- Fandriani, V., & Tunjung, H. (2019). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(2), 505.
- Fitri, D. K., & Andayani, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan *Lverage* Terhadap Manajemen Laba. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Call For Paper (Senapan)*, 1(1), 214–222.
- Harni, R., Anastasia, Y., & Novyarni, N. (2022). Pengaruh *Sales Growth* Dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba. *Cross-Border*, 1(2), 1685–1708.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (10 Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pangesti, V., & Cheisviyanny, C. (2023). Pengaruh Ukuran KAP, Kepemilikan Manajerial Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(3), 963–977.
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9.
- Putra, D. H. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Retail Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2015-2018). Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Sadewa, D., & Sopian, D. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan *Sales Growth* Terhadap Manajemen Laba. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(4).
- Sihombing, T., & Nathalia, L. (2024). Pengaruh Kondisi Keuangan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 17(1), 59.
- Sudariana, N., & Yoedani. (2021). *Analisis Statistik Regresi Linier Berganda*. *Seniman Transactions On Management And Business*, 2(2).
- Sulistyanto, S. (2018). *Manajemen Laba : Teori Dan Model Empiris (Ii)*. Pt Grasindo.

- Syaddyah, A. Y., Ratnawati, V., & Wahyuni, N. (2020). Pengaruh Asimetri Informasi, Perencanaan Pajak, Dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba. 1(2).
- Tekwani, K. (2023). *Agency Theory: Review And Evidence. International Journal For Research In Applied Science And Engineering Technology*, 11(4), 3114–3117.
- Umah, A. K., & Sunarto, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015-2020.
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan Spss Versi 25*. Bintang Pustaka Madani.