

## RESEARCH ARTICLE

## **Analisis Pengaruh Firm Size Profitabilitas transfer Pricing Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia**

Verent Patricia<sup>1\*</sup>, Rumintar J.H Marpaung<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Dharma.Corresponding Email: verentpatriciaa@gmail.com<sup>1\*</sup>**Histori Artikel:**

Dikirim 22 September 2025; Diterima dalam bentuk revisi 20 September 2025; Diterima 10 November 2025; Diterbitkan 1 Desember 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET) – Lembaga KITA.

**Suggested citation:**

Patricia, V., & Marpaung, R. J. (2025). Analisis Pengaruh Firm Size Profitabilitas transfer Pricing Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(6), 5945-5955. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.5624>.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, serta transfer pricing terhadap pertumbuhan laba di perusahaan manufaktur makanan serta minuman yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Pertumbuhan laba dipandang sebagai faktor penentu dalam mengevaluasi kinerja keuangan serta aspek unggulan entitas kepada investor. Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas dalam mengelola sumber daya, profitabilitas menggambarkan efisiensi manajemen dalam menghasilkan keuntungan, sedangkan transfer pricing berpotensi memengaruhi laba melalui pengaturan harga transaksi antar entitas terkait. Kajian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif serta metode purposive sampling, melibatkan delapan entitas dengan total 40 observasi selama periode 2020–2025. Evaluasi data diterapkan mengaplikasikan regresi data panel serta model Fixed Effect Model (FEM). Temuan kajian mengindikasikan yakni ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, namun profitabilitas serta transfer pricing tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menyajikan kontribusi dalam menelaah indikator-indikator yang menentukan pertumbuhan laba pada bidang manufaktur juga menjadi referensi bagi manajemen serta investor dalam pemilihan keputusan strategis.

**Kata Kunci:** Ukuran Perusahaan; Profitabilitas; Penetapan Harga Transfer; dan Pertumbuhan Laba.

### **Abstract**

This study aims to analyze the effect of company size, profitability, and transfer pricing on profit growth in food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). Profit growth is considered a determining factor in evaluating financial performance and the entity's strengths to investors. Company size reflects the capacity to manage resources, profitability describes management efficiency in generating profits, while transfer pricing has the potential to affect profits through the pricing of transactions between related entities. This study utilizes a quantitative approach and purposive sampling method, involving eight entities with a total of 40 observations during the 2020–2025 period. Data evaluation was applied using panel data regression and the Fixed Effect Model (FEM). The findings indicate that company size has a significant effect on profit growth, but profitability and transfer pricing do not have a significant effect. These findings contribute to the analysis of indicators that determine profit growth in the manufacturing sector and serve as a reference for management and investors in making strategic decisions.

**Keyword:** Firm Size; Profitability; Transfer Pricing; Profit Growth.

## RESEARCH ARTICLE

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan laba merujuk pada salah satu indikator utama dalam mengevaluasi performa keuangan perusahaan, sekaligus menjadi daya tarik bagi investor dalam menentukan keputusan investasinya. Strategi perusahaan dalam mempertahankan pertumbuhan laba dapat dilakukan melalui diversifikasi produk, pengelolaan ukuran perusahaan, peningkatan profitabilitas, dan praktik transfer pricing. Dalam konteks globalisasi serta persaingan bisnis yang semakin ketat, industri manufaktur dituntut untuk berinovasi agar dapat mempertahankan eksistensinya serta memperkuat posisinya di pasar. Sektor manufaktur, khususnya makanan dan minuman, memiliki posisi krusial dalam kondisi ekonomi nasional karena memberikan kontribusi signifikan terhadap total pendapatan domestik serta perluasan kesempatan kerja, sekaligus menjadi sektor yang mengalami perkembangan pesat dengan bertambahnya entitas yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ukuran perusahaan (firm size) sering dijadikan proksi dalam mengukur kemampuan entitas untuk mengakses potensi, berinovasi, serta memperluas pangsa pasar. Perusahaan besar biasanya memiliki modal lebih besar, kapasitas investasi lebih tinggi, dan stabilitas usaha yang lebih kuat dibandingkan perusahaan kecil (Longenecker *et al.*, 2001). Dengan demikian, firm size diharapkan memiliki kontribusi bermanfaat terhadap pertumbuhan laba. Profitabilitas, yang dalam kajian ini diproksikan melalui Return on Equity (ROE), mengukur sejauh mana entitas mampu memberikan laba atas modal yang ditanamkan pemegang saham (Brigham & Houston, 2021). ROE juga menunjukkan tingkat pengembalian investasi pemegang saham serta menjadi tolok ukur kinerja manajemen dalam memanfaatkan ekuitas (Widodo, 2011). Oleh karena itu, semakin meningkat profitabilitas, semakin meluas kesempatan entitas untuk memperkuat pertumbuhan laba.

Transfer pricing merupakan kebijakan pembentukan harga pada transaksi antar entitas yang memiliki hubungan istimewa, baik berupa barang, jasa, maupun aset tidak berwujud. Praktik ini digunakan untuk efisiensi internal, pengukuran kinerja divisi, hingga optimalisasi beban pajak dalam kelompok usaha (Astrina *et al.*, 2022; Simatupang, 2021). Namun, penyimpangan dari prinsip kewajaran dapat menimbulkan risiko hukum, sanksi administratif, dan distorsi dalam laporan keuangan (Dewi *et al.*, 2022). Menurut Suandy (2019), transfer pricing dapat dijadikan mekanisme pengalihan laba (profit shifting) yang berdampak pada jumlah laba yang dilaporkan perusahaan, sementara Ernst & Young (2019) menekankan transfer pricing sebagai strategi perusahaan multinasional dalam mengelola beban pajak sekaligus menjaga kepatuhan terhadap regulasi. Landasan teoritis dalam kajian ini mengacu pada teori agensi serta teori sinyal. Teori agensi memaparkan adanya persaingan kepentingan antara pemegang saham (prinsipal) dan manajer (agen), di mana manajer dapat bersikap oportunistik dalam pelaporan laba untuk memperlihatkan kinerja yang sesuai, walaupun tidak selalu sejalan dengan kepentingan investor (Jensen & Meckling, 1976). Teori sinyal (Spence, 1973) menekankan pentingnya laporan yang diberikan manajemen kepada investor, di mana profitabilitas, ukuran perusahaan, maupun praktik transfer pricing dapat menjadi sinyal mengenai prospek pertumbuhan laba perusahaan (Connelly *et al.*, 2011).

Penelitian terdahulu mengemukakan hasil yang berlawanan. Profitabilitas ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba (Annisa & Wulandari, 2023; Kusoy, 2020; Mahmudah & Mildawati, 2021; Muliani & Efendi, 2023), namun penelitian lain menyatakan tidak berpengaruh (Juliar & Wahyudi, 2023; Simatupang, 2021). Firm size juga memperlihatkan hasil yang tidak konsisten, ada yang berpengaruh positif signifikan (Desyana *et al.*, 2023; Petra *et al.*, 2020), negatif signifikan (Pangesti, 2019), maupun tidak berpengaruh (Dewi *et al.*, 2022; Hermawan & Musimini, 2021; Wahyudi & Viriany, 2024). Begitu pula transfer pricing, yang menurut sebagian penelitian berpengaruh signifikan terhadap laba maupun pajak (Astrina *et al.*, 2022; Damayani *et al.*, 2025; Intandani *et al.*, 2023), namun pada penelitian lain tidak menunjukkan pengaruh (Saputro *et al.*, 2020; Zafira, 2024). Perbedaan hasil ini menimbulkan kesenjangan empiris yang penting untuk diteliti secara mendalam, khususnya pada entitas manufaktur makanan serta minuman yang terdaftar di BEI. Mengacu pada uraian tersebut, kajian ini berfokus pada analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, serta praktik transfer pricing terhadap pertumbuhan laba di entitas manufaktur makanan serta minuman yang terdaftar di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana firm size mencerminkan kekuatan perusahaan dalam meningkatkan laba, apakah profitabilitas benar-benar menjadi tolok ukur kinerja manajemen yang

## RESEARCH ARTICLE

berdampak pada pertumbuhan laba, serta bagaimana praktik transfer pricing dapat memengaruhi laporan keuangan perusahaan. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi aktif pada pengembangan literatur manajemen sekaligus menyajikan wawasan praktis bagi manajemen entitas dalam merancang strategi bisnis, serta bagi investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Teori Agensi

Sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Jensen & Meckling (1976), ikatan kontraktual antara pemegang saham (prinsipal) dan manajer (agen) sering kali menghadirkan ketidaksesuaian kepentingan yang dapat mengarah pada biaya agensi. Ketika prinsipal memberikan mandat kepada agen untuk membuat keputusan bisnis, ada kemungkinan tujuan mereka berbeda. Dalam usaha untuk menunjukkan kinerja yang baik, manajer mungkin bersikap oportunistik dengan menyajikan laporan laba yang tampak ideal. Di sisi lain, prinsipal berharap mendapatkan imbal hasil investasi yang sesuai pada tingkat profitabilitas perusahaan. Penerapan pengaturan fakta keuangan demi kepentingan pribadi dapat merusak arti sesungguhnya dari laba berkualitas. Hal ini menjadi sangat relevan, karena informasi laba sering kali menjadi acuan dalam pengambilan keputusan dalam kontrak antara perusahaan dan investor. Akibatnya, baik agen maupun prinsipal mungkin mempertahankan kepentingan mereka masing-masing tanpa mempertimbangkan ketepatan informasi keuangan. Kondisi ini pada akhirnya dapat merusak kepercayaan terhadap laporan keuangan dan mengaburkan kualitas laba yang seharusnya mencerminkan keadaan keuangan perusahaan.

### 2.2 Teori Sinyal

Pada tahun 1973, Michael Spence menyatakan bahwa melalui pemberian sinyal atau isyarat, manajemen berupaya menyampaikan informasi yang tepat yang dapat digunakan oleh investor. Selanjutnya, investor akan menindaklanjuti keputusan berdasarkan wawasan yang disampaikan oleh sinyal tersebut (Spence, 1973). Teori Sinyal membantu investor untuk membuat keputusan investasi berdasarkan sinyal-sinyal yang telah diberikan oleh manajer perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi harga saham. Dari sini, terlihat bahwa teori sinyal berpengaruh terhadap permintaan serta penawaran saham entitas di pasar modal (Connelly *et al.*, 2011).

### 2.3 Firm Size (Ukuran Perusahaan)

Longenecker *et al.* (2001) menjelaskan bahwa terdapat beberapa metode untuk menetapkan ukuran perusahaan, termasuk jumlah karyawan, volume penjualan, dan total aset yang dimiliki. Firm Size (Ukuran Perusahaan) mencerminkan sifat serta kondisi internal perusahaan. Umumnya, perusahaan yang lebih besar memiliki keunggulan dalam memperoleh dana untuk mendukung aktivitas investasi guna mencapai keuntungan. Berdasarkan ukuran, entitas dapat dipisahkan menjadi tiga klasifikasi: perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Entitas besar yang telah stabil dan memiliki peran dominan di pasar biasanya mengundang perhatian khusus dari para investor dan pihak eksternal lainnya. Hal ini terjadi karena perusahaan-perusahaan ini sering menjadi subjek penilaian dalam mengukur potensi pertumbuhan laba dan kinerja keuangan secara keseluruhan. H1: Ukuran perusahaan mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan laba.

$$\text{SIZE} = \text{Log Natural (Total Aset)}$$

### 2.4 Profitabilitas

Profitabilitas merujuk pada pemberian laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham berdasarkan modal sendiri (ekuitas). Rasio ini sering diterapkan untuk menakar sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan modal yang diberikan oleh pemegang saham untuk memperoleh keuntungan. Menurut Brigham & Houston (2021), ROE (Return on Equity) merupakan ukuran penting profitabilitas karena

## RESEARCH ARTICLE

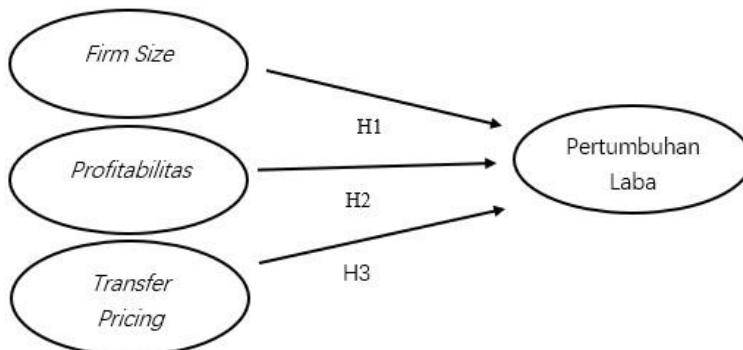
mengindikasikan taraf pengembalian yang diperoleh manajemen terhadap modal yang ditanamkan oleh pemegang saham. ROE juga mencerminkan ukuran laba bersih yang dicapai entitas dari setiap rupiah yang ditanamkan oleh pemegang saham. Dengan teknik lain, ROE menggambarkan tingkat pengembalian dari investasi pemegang saham terkait dengan performa perusahaan. H2: Profitabilitas mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan laba.

### 2.5 Transfer Pricing

Transfer pricing adalah kebijakan yang digunakan oleh entitas untuk menentukan harga dalam aktivitas keuangan antar entitas yang memiliki hubungan terkait, baik berupa penjualan barang, jasa, aset tidak berwujud, maupun transaksi keuangan (Astrina *et al.*, 2022; Tampubolon, 2018). Kebijakan ini penting untuk memastikan alokasi pendapatan dan beban antar perusahaan afiliasi berjalan secara wajar serta mematuhi prinsip arm's length, yaitu harga yang digunakan sama dengan harga pasar yang berlaku jika transaksi dilakukan dengan pihak independen (Ortax, 2023). Praktik transfer pricing dapat bertujuan untuk efisiensi internal, pengelolaan kinerja antar divisi, hingga optimalisasi beban pajak dalam kelompok usaha, terutama pada perusahaan multinasional (Astrina *et al.*, 2022; Simatupang, 2021). Namun, penyimpangan dari prinsip kewajaran dapat menimbulkan risiko perpajakan, sanksi administratif, serta distorsi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Dewi *et al.*, 2022). Praktik penetapan harga transfer sering dianggap sebagai langkah untuk menghindari pajak, di mana perusahaan secara sengaja menentukan harga transaksi dengan cara tertentu untuk menurunkan angka laba yang dilaporkan. Hal ini menyebabkan kewajiban pajak yang harus dibayar menjadi lebih sedikit. H3: Transfer Pricing berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

### 2.6 Pertumbuhan Laba

Transfer pricing adalah ketentuan penilaian harga pada transaksi barang, jasa, maupun aset tidak berwujud antar entitas yang memiliki hubungan istimewa dalam satu grup perusahaan. Menurut Suandy (2019), transfer pricing digunakan sebagai mekanisme pengalihan laba (profit shifting) dengan menentukan harga jual atau beli barang/jasa antar perusahaan dalam satu grup untuk tujuan tertentu, misalnya efisiensi pajak atau optimalisasi laba. Sedangkan menurut Ernst & Young (2019), transfer pricing merupakan strategi perusahaan multinasional dalam menetapkan nilai pertukaran lintas entitas untuk mematuhi aturan perpajakan internasional sekaligus mengelola beban pajak secara efektif.



Gambar 1. Kerangka Pikiran

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Jenis Pendekatan dan Penelitian

Kajian ini mengadopsi strategi kuantitatif melalui desain studi asosiatif, yang dimaksudkan untuk mendekripsi dan menganalisis korelasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Pilihan pendekatan ini didasarkan pada fokus kajian yang mengedepankan data numerik serta analisis statistik untuk menguji

## RESEARCH ARTICLE

hipotesis secara sistematis. Melalui cara ini, peneliti dapat menarik kesimpulan yang objektif, logis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pendekatan kuantitatif juga memberikan kemudahan dalam mengukur variabel dengan akurat dan terukur, sehingga nantinya dapat menyampaikan ilustrasi yang nyata dan konkret mengenai fenomena yang tengah dikaji. Pada kajian ini, data yang digunakan berasal dari referensi tidak langsung, yaitu data yang telah tersedia sebelumnya, termasuk laporan keuangan, dokumen resmi, jurnal, serta publikasi lain yang relevan dengan pembahasan penelitian ini. Penggunaan data sekunder ini membantu peneliti untuk menghemat waktu dan lebih fokus pada pengolahan serta analisis data secara mendalam, guna mendukung validitas hasil penelitian.

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Adapun populasinya mencakup keseluruhan entitas sektor manufaktur industri produk konsumsi yang terdaftar di BEI sepanjang 2020-2025. Sampel dipilih melalui teknik purposive sampling dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Perusahaan sektor CNC di BEI yang terdaftar di papan pencatatan utama maupun pengembangan.
- 2) Perusahaan sektor CNC di BEI yang melakukan IPO sebelum tahun 2019.
- 3) Perusahaan sektor CNC subsektor Food and Beverage di BEI pada papan pencatatan utama dan pengembangan.
- 4) Perusahaan sektor CNC subsektor Food and Beverage dengan total saham lebih besar atau sama dengan 2.000.000.000 miliar.

Tabel 1. Syarat Pengambilan Sampel

No	Syarat	Jumlah
1	Perusahaan Sektor CNC di BEI.	132
2	Perusahaan Sektor CNC di BEI yang papan pencatatannya tidak berada di daftar	(29)
3	Perusahaan Sektor CNC di BEI pada papan pecatatan utama dan pengembangan	(64)
4	Perusahaan Sektor CNC yang tidak tercatat di unit sektor Food and Beverage di BEI	(19)
5	Perusahaan Sektor CNC sub unit Food and Beverage di BEI pada papan pencatatan	(7)
Jumlah Sample		13

Mengacu pada indikator pengambilan sampel tersebut, sampel yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari 13 perusahaan dengan jumlah 65 data dalam rentang waktu 5 tahun, yaitu dari tahun 2020 hingga 2024. Namun, karena tidak lengkapnya data keuangan beberapa perusahaan, data penelitian yang tersisa hanya mencakup 8 perusahaan dengan jumlah 40 data dalam periode 5 tahun, yaitu dari tahun 2020 hingga 2025.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Basis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari daftar saham tahunan entitas yang terdapat di situs otoritatif BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), berdasarkan laporan kinerja tahunan setiap entitas yang terpercaya.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabe

Variabel	Jenis	Indikator
Pertumbuhan Laba	Dependen (Y)	Pertumbuhan Laba
Firm Size	Independen ( $X_1$ )	Ln Total Aset
Profitabilitas	Independen ( $X_2$ )	ROA
Transfer Pricing	Independen ( $X_3$ )	RTP

### **3.4 Teknik Analisis Data**

Pemrosesan diterapkan dengan menggabungkan statistik deskriptif serta regresi data panel, disertai dengan percobaan asumsi klasik untuk meyakinkan hasil yang relevan dan dapat

## RESEARCH ARTICLE

dipertanggungjawabkan. Analisis data panel dimulai dengan analisis deskriptif yang memberikan gambaran awal tentang data. Setelah itu, dilanjutkan dengan pembangunan model regresi data panel dan penentuan model regresi yang sangat relevan. Setelah model ditentukan, diterapkan pengujian asumsi klasik untuk meyakinkan memang model melengkapi syarat statistik, seperti tidak adanya multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Proses analisis kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan regresi data panel, diakhiri dengan pengujian hipotesis untuk menilai pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Untuk memutuskan model regresi panel yang paling cocok, digunakan beberapa jenis uji, diantaranya uji Chow, uji Hausman, serta uji Lagrange Multiplier. Setiap uji memiliki fungsi untuk mengkaji perbandingan karakteristik model serta tingkat kesesuaian antara model dan struktur data yang diaplikasikan dalam kajian.

## 4. Hasil dan Pembahasan

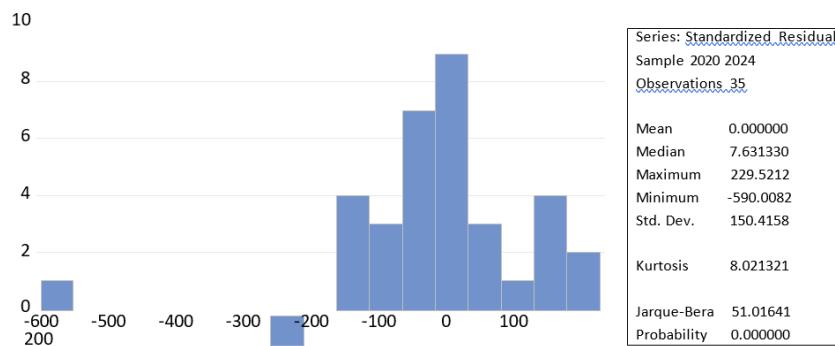
### 4.1 Hasil

#### 4.1.1 Deskriptif Statistik

Pengolahan data uraian menawarkan illustrasi umum dan penjelasan data untuk semua variabel penelitian, termasuk nilai rata-rata, maksimum, minimum, serta simpangan baku. Temuan diapaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Deskriptif Statistik

	Pertumbuhan Laba	Firm Size	Prifitabilitas	Transfer Pricing
Mean	25.99781	29.23183	0.180741	0.292919
Median	0.338620	29.36523	0.184286	0.193472
Maximum	1639.553	30.30697	0.418037	0.988308
Minimum	-754.0582	27.71424	-0.136796	0.000000
Std. Dev.	308.3729	0.722950	0.114220	0.303019
Skewness	3.791453	-0.410302	-0.430522	1.069477
Kurtosis	23.93525	2.096441	3.737470	2.885468



Gambar 2. Hasil Uji Tes Normalitas

Tabel tersebut mengindikasikan bahwa angka Probabilitas Jarque-Bera lebih tinggi dari 5%. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan yakni uji normalitas terpenuhi, atau residual terdistribusi normal.

#### 4.1.2 Multicollinearity Test

Uji multikolinearitas diterapkan guna mengetahui apakah didapatkannya korelasi yang stabil serta sempurna di dalam lingkup variabel independen. Sebagaimana berikut ialah output uji multikolinearitas yang dilakukan melalui E-views 12:

## RESEARCH ARTICLE

Tabel 4. Hasil tes multikolinearitas

	Firm Size	Profitabilitas	Transfer Pricing
Firm Size	1.000000	0.174552	-0.034585
Profitabilitas	0.174552	1.000000	0.415632
Transfer Pricing	-0.034585	0.415632	1.000000

## 4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk mengkaji adakah ditemukan atau tidaknya ketidaksetaraan varians error oleh satu observasi menuju observasi lain pada model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas yang dijalankan melalui E-views 12 ialah uraian berikut:

Tabel 5. Hasil Tes Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1706.103	1631.082	1.045994	0.3056
Firm Size	-52.38262	55.48164	-0.944143	0.3541
Profitabilitas	-377.7159	208.8814	-1.808279	0.0826
Transfer Pricing	-25.32882	109.1337	-0.232090	0.8184

Hasil masing-masing variabel menampilkan angka sig > 0,05 maka seluruh variabel dalam kajian ini terbebas heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Tes Autokorelasi

Durbin-Watson Statistic	1.113260
-------------------------	----------

Nilai DW sebesar 1,113260 sehingga dU tabel < DW < (4-dU) diperoleh 1,10 < 1,113260 < 1,59 disimpulkan data tersebut bebas autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Model

Effect Test	Prob.	Testing	Conclusion
Uji Chow-Test Result F-test Chi-	0.0000	Common Effect vs. Fixed Effect	FEM
Hausman Test	0.0000	Fixed Effect vs. Random Effect	FEM

Mengacu output perhitungan Uji Chow tersebut, mengindikasikan yakni angka yang disebutkan lebih rendah daripada tingkat Signifikansi 0,05 (0,0000 < 0,05), maka bisa ditarik kesimpulan hasil Fixed Effect Model (FEM) adalah yang terbaik. Selanjutnya, pada output Uji Hausman yang disebutkan angka probabilitas cross-section di bawah 0,05 (0,0000 < 0,05), dengan demikian Fixed Effect Model (FEM) adalah yang sangat cocok diterapkan.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	21200.09	3103.193	6.831704	0.0000
Firm_Size	-728.9608	105.5558	-6.905927	0.0000
Profitabilitas	521.4000	397.4045	1.312013	0.2014
Transfer_Pricing	138.3482	207.6309	0.666318	0.5113

Mengacu pada uji hipotesis yang telah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Nilai koefisien Firm Size sebesar -728,960 dengan perolehan probabilitas sebesar 0,000, yang berada di bawah ambang signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa Firm Size memberikan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sebaliknya, nilai koefisien Transfer Pricing sebesar 138,348 dengan angka

## RESEARCH ARTICLE

probabilitas sebesar 0,5113, yang berada di atas ambang signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa Transfer Pricing tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Tabel 9. Hasil RSquare

R-squared	0.762078
Adjusted R-squared	0.676426
F-statistic	8.897394
Prob (F-statistic)	0.000007

Hanya 76,2% variasi Pertumbuhan Laba yang dapat digambarkan pada model, menurut angka R-Square senilai 0,7620, Nilai F-Statistic senilai 8,8973 menunjukkan adanya pengaruh simultan, secara keseluruhan model Signifikasi secara statistic karena nilai Probabilitas F-Statistic senilai 0,000007 yang bermakna masih terletak di bawah ambang batas 0,05.

#### 4.2 Pembahasan

Hasil kajian ini menunjukkan bahwa Firm Size berpengaruh signifikan negatif terhadap pertumbuhan laba, dengan angka t-statistic sebesar -6,905927 dan probabilitas  $0.0000 < 0.05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan manufaktur makanan dan minuman, maka pertumbuhan labanya cenderung menurun. Temuan ini selaras dengan kajian Pangesti (2019) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba, yang menunjukkan bahwa entitas besar cenderung menghadapi kompleksitas yang lebih tinggi. Penelitian Petra *et al.* (2020) juga menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan industri barang konsumsi. Di sisi lain, Desyana *et al.* (2023) mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laba, meskipun dalam kajian ini pengaruhnya justru negatif terhadap pertumbuhan laba. Hal ini memperkuat pandangan bahwa ukuran perusahaan dapat memengaruhi kinerja keuangan, namun arah pengaruhnya bisa berbeda-beda tergantung sektor dan kondisi eksternal. Penelitian Dewi *et al.* (2022) juga mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, yang menunjukkan konsistensi parsial dengan temuan ini. Begitu pula dengan studi Prameswari & Hermawan (2023) serta Wahyudi & Viriany (2024), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa meskipun ukuran perusahaan penting, dalam sektor makanan dan minuman, pertumbuhan laba lebih ditentukan oleh efisiensi dan strategi operasional daripada sekadar besar kecilnya aset.

Adapun mengenai Profitabilitas, hasil kajian ini mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, yang berbeda dengan beberapa kajian sebelumnya. Mahmudah & Mildawati (2021) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba pada entitas properti dan real estate, sementara Muliani & Efendi (2023) mengemukakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba di entitas LQ45. Di sisi lain, penelitian Annisa & Wulandari (2023) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba pada entitas perbankan. Kusoy (2020) juga menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Namun, terdapat penelitian lain yang selaras dengan temuan ini. Juliar & Wahyudi (2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan pertambangan. Begitu juga, Simatupang (2021) menunjukkan bahwa meskipun Net Profit Margin berpengaruh signifikan, profitabilitas lainnya, seperti Current Ratio dan Gross Profit Margin, tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu, meskipun sebagian besar literatur mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, kajian ini menunjukkan kondisi yang berbeda pada subsektor makanan dan minuman, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh volatilitas biaya bahan baku, distribusi, serta daya beli konsumen yang sangat sensitif terhadap perubahan harga.

## RESEARCH ARTICLE

Mengenai Transfer Pricing, hasil kajian ini menyatakan bahwa transfer pricing tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Fakta ini bertentangan dengan kajian yang menyimpulkan bahwa transfer pricing berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih (Intandani *et al.*, 2023). Astrina *et al.* (2022) juga mengemukakan bahwa transfer pricing berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak, yang secara tidak langsung dapat memengaruhi kinerja laba perusahaan. Sementara itu, penelitian Damayani *et al.* (2025) menegaskan bahwa transfer pricing sering dijadikan strategi perencanaan pajak, dengan pengaruh besar terhadap penghindaran pajak, kinerja keuangan, dan ekonomi negara. Namun, dalam penelitian ini, transfer pricing tidak terbukti memengaruhi pertumbuhan laba, yang mengindikasikan bahwa praktik transfer pricing di entitas makanan dan minuman pada BEI lebih berorientasi pada efisiensi beban pajak daripada peningkatan laba operasional. Hasil kajian ini sesuai dengan penelitian Zafira (2024) yang mengemukakan bahwa transfer pricing tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hal ini menunjukkan bahwa transfer pricing seringkali bukan menjadi pemicu utama dalam memacu pertumbuhan laba, melainkan sebagai strategi pengelolaan pajak lintas entitas dalam satu entitas bisnis.

## 5. Kesimpulan

Kajian ini berfokus pada analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, serta transfer pricing terhadap pertumbuhan laba di entitas manufaktur makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dengan arah pengaruh negatif, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan, maka pertumbuhan laba cenderung menurun. Sementara itu, profitabilitas yang diukur dengan ROA dan praktik transfer pricing terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hanya ukuran perusahaan yang terbukti memengaruhi pertumbuhan laba, sedangkan profitabilitas dan transfer pricing tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan laba perusahaan. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan literatur akuntansi dan manajemen, khususnya dalam konteks sektor manufaktur makanan dan minuman di Indonesia, dengan memberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan merupakan faktor dominan yang memengaruhi pertumbuhan laba. Dari sisi praktis, kajian ini dapat menjadi pedoman bagi manajemen entitas dalam merumuskan strategi pertumbuhan yang lebih adaptif terhadap kompleksitas skala usaha, serta bagi investor dalam mempertimbangkan keputusan investasi. Secara umum, penelitian ini juga memberikan nilai tambah pada bidang sains terapan, khususnya teknik industri dan manajemen, dengan menegaskan pentingnya analisis faktor internal perusahaan dalam memahami dinamika pertumbuhan laba.

## 6. Referensi

- Annisa, Q., & Wulandari, I. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ratio Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 6(1), 57–63.
- Astrina, F., Aurellita, V., & Kurniawan, M. O. (2022). The influence of transfer pricing and sales growth on decisions tax avoidance. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 5(11), 3188–3197. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i11-28>.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of financial management* (16th ed.). Cengage Learning.

## RESEARCH ARTICLE

- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>.
- Damayani, F., Luthfi Tifani, N., & Fuadah, L. L. (2025). Transfer pricing sebagai strategi perencanaan pajak perusahaan multinasional: Systematic literature review. *JAFM: Journal of Accounting and Finance Management*, 6(1), 387–400. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i1>.
- Desyana, G., Gowira, D., & Jennifer, M. (2023). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, dan profitabilitas terhadap kualitas laba: Studi pada perusahaan basic materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 5(3), 1139–1152. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i3.908>.
- Dewi, T. K. K., Titisari, K. H., & Siddi, P. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan dan tingkat inflasi terhadap pertumbuhan laba. *Owner*, 6(2), 1249–1259. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.669>.
- Ernst & Young. (2019). *Worldwide transfer pricing reference guide*. EY Global.
- Hermawan, I. P. H., & Musimini, L. S. (2021). Transparansi pengelolaan keuangan Pura Agung Asem Kembar dalam bingkai yadnya. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(3).
- Intandani, Y., Rahman, F., & Srikalimah. (2023). Analisis pengaruh transfer pricing pada perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa terhadap laba bersih PT. Bisi Internasional Tbk. *Intellectika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 1–14. <https://doi.org/10.59841/intellectika.v1i6.452>.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. In *Corporate governance* (pp. 77–132). Gower.
- Juliar, F., & Wahyudi, I. (2023). Pengaruh rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan pertambangan. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(8), 5643–5651.
- Kusoy, N. A. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage dan rasio aktivitas terhadap pertumbuhan laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(5).
- Mahmudah, M. L. T., & Mildawati, T. (2021). Pengaruh rasio keuangan dan ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan properti dan real estate. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIKA)*, 10(2).
- Muliani, D., & Efendi, J. (2023). Pengaruh return on asset, debt to equity, dan firm size terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(14), 41–54.
- Pangesti, L. (2019). Pengaruh firm size dan growth pada manajemen laba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 186–197.
- Petra, B. A., Apriyanti, N., Agusti, A., Nesvianti, & Yulia, Y. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, current ratio dan perputaran persediaan terhadap pertumbuhan laba. *Jurnal Online Insan Akuntansi*, 5(2), 197–214.

## RESEARCH ARTICLE

- Prameswari, A. R., & Hermawan, A. (2023). Kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan laba di perusahaan properti dan real estate. *Jurnal PETA*, 8(2).
- Saputro, W., Susanto, A., & L., S. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 27(2), 45–59. <https://doi.org/10.35606/jabm.v27i2.685>.
- Simatupang, J. (2021). Pengaruh rasio likuiditas dan profitabilitas terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Accumulated Journal*, 3(2), 119–131.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3).
- Suandy, E. (2019). *Perencanaan pajak* (Edisi 5). Salemba Empat.
- Tampubolon, K. ZAF. (2018). Transfer pricing: How to create a TP doc. *Depublish*.
- Wahyudi, R., & Viriany, D. (2024). Pengaruh leverage, liquidity ratio, firm size, activity ratio terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 6(1).
- Widodo. (2011). *Manajemen kinerja*. PT Raja Grafindo Persada.
- Zafira, N. (2024). Pengaruh transfer pricing, manajemen laba dan kepemilikan institusional terhadap tax avoidance dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.