

# Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Angelita<sup>1\*</sup>, Randy Kuswanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala, Akuntansi, Jakarta, Indonesia.

Corresponding Email: [angelitachin9@gmail.com](mailto:angelitachin9@gmail.com)<sup>1\*</sup>

## Histori Artikel:

Dikirim 14 Agustus 2025; Diterima dalam bentuk revisi 10 Januari 2026; Diterima 20 Februari 2026; Diterbitkan 1 April 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

## Suggested citation:

Angelita, A., & Kuswanto, R. (2026). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(2), 1434-1443. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i2.6134>.

## Abstrak

Fokus penelitian ini adalah untuk mengevaluasi apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan berbasis manufaktur yang masuk dalam jajaran emiten BEI selama tahun 2022–2023. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi moderasi (Moderated Regression Analysis/MRA), menggunakan data sekunder dari laporan keuangan tahunan. Sampel penelitian berjumlah 344 perusahaan per tahun yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, kemampuan menghasilkan laba yang diukur berdasarkan Return on Assets (ROA) berpengaruh positif dan signifikan. Interaksi antara manajemen laba dan ROA menunjukkan pengaruh signifikan dengan arah negatif, yang mengindikasikan bahwa profitabilitas memperlemah hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pasar lebih merespons kinerja keuangan yang sehat dibandingkan sinyal manipulatif dari manajemen laba.

**Kata Kunci:** Manajemen Laba; Nilai Perusahaan; Profitabilitas; ROA; Regresi Moderasi

## Abstract

This study examines whether profitability moderates the relationship between earnings management and firm value. The research focuses on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2022–2023. A quantitative approach was applied using Moderated Regression Analysis (MRA) and secondary data from annual financial reports. The final sample includes 344 companies per year, selected through purposive sampling. The results show that earnings management has no significant effect on firm value. In contrast, profitability measured by Return on Assets (ROA) has a positive and significant effect. The interaction between earnings management and ROA shows a significant negative effect, indicating that profitability weakens the relationship between earnings management and firm value. These findings suggest that the market values solid financial performance more than manipulative earnings signals.

**Keyword:** Earnings Management; Firm Value; Profitability; ROA; Moderated Regression.

## 1. Pendahuluan

Dalam konteks pasar modal, valuasi perusahaan menjadi elemen krusial indikator penting yang menjadi fokus utama investor dalam dunia bisnis dan investasi. Dalam pandangan (Wijaya, 2021), nilai perusahaan menggambarkan reaksi pasar terhadap pandangan perusahaan di masa mendatang. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan penggunaan sumber daya secara efisien oleh manajemen demi meraih hasil usaha yang menguntungkan dan pertumbuhan berkelanjutan (Tarigan *et al.*, 2022). Di dunia investasi, investor menjadikan nilai perusahaan sebagai tolok ukur dalam menilai besarnya pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan. Semakin optimal performa perusahaan, maka semakin besar pula potensi kenaikan nilai pasar perusahaan tersebut tercermin dalam harga saham dan indikator keuangan lainnya (Rahayu & Sari, 2018; Setyowati & Rahmawati, 2024). Namun, dalam realitanya, nilai perusahaan tidak selalu mencerminkan kinerja fundamental. Salah satu faktor yang membawa pengaruh pada nilai perusahaan adalah praktik Praktik rekayasa laba (*earnings management*). *Earnings Management* merupakan upaya manajer dalam mengatur laba perusahaan dengan tujuan tertentu, seperti memenuhi target laba, menghindari pelanggaran perjanjian utang atau memengaruhi harga saham (Ishmah & Permatasari, 2025; Pricillia *et al.*, 2025; Uqba & Hindasah, 2025). Meskipun dalam lintasan akuntansi diperbolehkan, praktik ini kerap dipandang tidak mencerminkan kondisi keuangan secara objektif tentang kondisi perusahaan yang sebenarnya (Yuliana, 2019). Hal ini berdampak pada reaksi pasar terhadap nilai perusahaan yang tidak menggambarkan realitas yang dapat menurunkan rasa kepercayaan investor dan merugikan citra perusahaan (Purwitasari, 2020).

Di Indonesia, praktik manajemen laba terbukti terjadi, terutama pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Salah satu kasus yang mencolok adalah PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2018, di mana perusahaan mengakui pendapatan dari transaksi yang belum terealisasi, sehingga laporan keuangan menunjukkan laba bersih sebesar US\$809 ribu. Setelah dilakukan restatement oleh OJK, angka tersebut berubah menjadi kerugian sebesar US\$175 juta (Gulo & Setyawati, 2023). Kasus lain melibatkan PT Kimia Farma Tbk pada tahun 2002, yang menggelembungkan laba bersih dari Rp99 miliar menjadi Rp132 miliar melalui manipulasi data persediaan (Christian *et al.*, 2024). Selain itu, PT Bank Lippo Tbk pada tahun 2002 juga pernah memberikan dua versi laporan keuangan dengan perbedaan signifikan, yang memicu dugaan kuat praktik manajemen laba (Saputra & Widiyarsari, 2023). Fakta ini menunjukkan bahwa perusahaan publik tidak jarang melakukan manipulasi akuntansi untuk mempertahankan citra kinerja yang baik dimata investor dan kreditor. Praktik ini menimbulkan pertanyaan besar mengenai sejauh mana manajemen laba memengaruhi nilai perusahaan dan masih menjadi tantangan serius dalam menjaga integritas laporan keuangan di Indonesia (Fajriani, 2024). Hubungan antara manajemen laba terhadap nilai perusahaan masih menjadi perselisihan dalam literatur akademik. Beberapa studi menunjukkan bahwa praktik manajemen laba yang meningkatkan pendapatan (*income-increasing*) berdampak positif terhadap nilai perusahaan karena menciptakan persepsi kinerja yang lebih baik di mata investor (Lesmana & Sukartha, 2017). Namun, terdapat temuan yang menunjukkan bahwa manipulasi laporan keuangan yang berlebihan dapat merusak kepercayaan investor dan menurunkan nilai perusahaan (Ayem, 2022). Ketidakpastian ini mencetuskan minat untuk melakukan riset lebih dalam mengenai bagaimana manajemen laba memengaruhi nilai perusahaan dalam berbagai konteks.

Profitabilitas berperan sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara manajemen laba (*earning management*) dan nilai perusahaan (*firm value*). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung tetap dipercaya oleh investor meskipun terdapat indikasi praktik manajemen laba, karena kinerja keuangan yang kuat memberikan sinyal positif terhadap prospek masa depan. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah lebih rentan terhadap penurunan kepercayaan pasar ketika melakukan manajemen laba, karena praktik tersebut memperburuk persepsi terhadap kualitas laporan keuangan. Penelitian (Huriquduq, 2022; Setiawati & Ifigayani, December2021; Wahyuni *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas tidak terbatas pada hubungan langsung dengan nilai perusahaan, tetapi turut memperkuat hubungan positif antara manajemen laba dan nilai perusahaan, menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor ini dalam analisis keuangan dan keputusan investasi.

## RESEARCH ARTICLE

Dalam literatur akuntansi, pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dapat dianalisis melalui dua perspektif teoritis utama: teori sinyal dan teori agensi. Teori sinyal menjelaskan bahwa manajer, yang memiliki informasi internal lebih banyak dibanding investor, dapat menggunakan manajemen laba sebagai alat untuk mengomunikasikan prospek masa depan perusahaan, terutama saat terjadi ketidaksimetrian informasi (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022). Praktik ini bisa dilihat sebagai strategi positif jika disertai dengan profitabilitas tinggi, karena memberi sinyal stabilitas dan kinerja yang menjanjikan kepada pasar (Gedhe, 2021). Sebaliknya, teori agensi memandang manajemen laba sebagai wujud dari konflik kepentingan antara pihak pengelola perusahaan dan pemegang saham, di mana pihak manajemen berpotensi memanipulasi laporan keuangan demi keuntungan pribadi, seperti bonus atau mempertahankan jabatan (Sutisna *et al.*, 2024). Dalam konteks ini, manajemen laba dapat merugikan pemegang saham dan menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen laba memiliki dua sisi: dapat dilihat sebagai strategi komunikasi atau sebagai tindakan oportunistik, tergantung pada motivasi dan kondisi perusahaan, termasuk tingkat profitabilitasnya (Clara & Susanto, 2022). Penelitian empiris menampilkan hasil yang beragam mengenai pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, serta peran profitabilitas sebagai variabel moderasi. Beberapa studi manufaktur di Indonesia membuktikan adanya dampak signifikan bernuansa negatif dari aktivitas manajemen laba terhadap valuasi perusahaan, namun pengaruh ini dapat dipengaruhi oleh mekanisme tata kelola seperti *good corporate governance* atau kualitas audit—yang dapat memperlemah atau memperkuat hubungan tersebut (Aryantika & Sujana, 2018; Limarwati, 2023). Hasil ini menegaskan bahwa pengaruh manajemen laba bersifat kontekstual, tergantung pada sistem tata kelola, struktur *monitoring*, dan tingkat profitabilitas perusahaan—terutama pada sektor manufaktur Indonesia yang kompleks (Natasya, 2022).

Konteks perusahaan manufaktur di Indonesia dipilih dalam penelitian ini karena memiliki karakteristik khusus yang menjadikannya menarik untuk dikaji lebih lanjut. Pertama, sektor manufaktur merupakan salah satu kontributor terbesar dalam populasi perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga dapat merepresentasikan dinamika pasar modal nasional secara luas. Kedua, kompleksitas operasional dan struktur biaya pada perusahaan manufaktur sering kali membuka ruang fleksibilitas akuntansi, khususnya dalam pengakuan pendapatan, penilaian persediaan, dan beban depresiasi aset tetap. Kondisi ini menjadikan sektor manufaktur lebih rentan terhadap praktik manajemen laba dibandingkan sektor lainnya, sekaligus memberikan peluang untuk melihat bagaimana faktor internal seperti profitabilitas berperan dalam memengaruhi dampaknya terhadap nilai perusahaan. Dengan mempertimbangkan pemaparan sebelumnya, tujuan utama dari riset ini adalah menganalisis hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan, serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Temuan dari riset ini diharapkan menjadi masukan yang berharga secara akademik dengan memperkaya kajian pustaka terkait determinan nilai perusahaan di Indonesia, khususnya di sektor manufaktur. Selain itu, hasil penelitian ini dapat pula dijadikan acuan praktis bagi investor dalam mengevaluasi laporan keuangan perusahaan, dan bagi manajemen sebagai cerminan tanggung jawab akuntabilitas. Dari sisi metodologis, pendekatan kuantitatif yang digunakan dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dengan ruang lingkup variabel maupun sektor yang lebih luas.

## 2. Tinjauan Pustaka

Manajemen laba atau *earnings management* merupakan praktik pengaturan laba oleh manajer untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memenuhi target laba, mempengaruhi harga saham, atau menghindari pelanggaran perjanjian utang (Ishmah & Permatasari, 2025; Pricillia *et al.*, 2025; Uqba & Hindasah, 2025). Meskipun diperbolehkan dalam kerangka akuntansi, praktik ini kerap dipandang tidak mencerminkan kondisi keuangan sebenarnya sehingga dapat menurunkan kepercayaan investor dan merugikan reputasi perusahaan (Yuliana, 2019; Purwitasasi, 2020). Studi empiris di Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan publik, khususnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), tidak jarang melakukan praktik manajemen laba, seperti yang terjadi pada PT Garuda Indonesia Tbk (2018) dan PT Kimia Farma Tbk (2002), yang menimbulkan perubahan signifikan pada laporan keuangan setelah restatement atau

## RESEARCH ARTICLE

manipulasi data persediaan (Gulo & Setyawati, 2023; Christian *et al.*, 2024). Nilai perusahaan (*firm value*) mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek masa depan perusahaan dan efektivitas penggunaan sumber daya oleh manajemen (Wijaya, 2021; Tarigan *et al.*, 2022). Investor menggunakan nilai perusahaan sebagai tolok ukur pertumbuhan dan profitabilitas, di mana performa keuangan yang optimal cenderung meningkatkan harga saham dan indikator keuangan lainnya (Rahayu & Sari, 2018; Setyowati & Rahmawati, 2024). Namun, nilai perusahaan tidak selalu mencerminkan kinerja fundamental, karena praktik manajemen laba dapat memanipulasi informasi yang diterima pasar, menimbulkan ketidakpastian dalam menilai kinerja perusahaan (Lesmana & Sukartha, 2017; Ayem, 2022).

Profitabilitas menjadi faktor penting yang berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung tetap dipercaya oleh investor meskipun terdapat indikasi praktik manajemen laba, karena kinerja keuangan yang kuat memberikan sinyal positif terhadap prospek masa depan (Huriquduq, 2022; Wahyuni *et al.*, 2024). Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah lebih rentan terhadap penurunan kepercayaan pasar ketika melakukan manajemen laba. Temuan ini sejalan dengan perspektif teori sinyal, yang menyatakan bahwa manajer menggunakan informasi internal untuk mengkomunikasikan prospek perusahaan kepada investor (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022; Gedhe, 2021), serta teori agensi yang menekankan risiko konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (Sutisna *et al.*, 2024; Clara & Susanto, 2022). Studi sebelumnya di sektor manufaktur Indonesia menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, di mana pengaruh tersebut dapat diperkuat atau dilemahkan oleh mekanisme tata kelola, kualitas audit, maupun tingkat profitabilitas perusahaan (Aryantika & Sujana, 2018; Limarwati, 2023; Natasya, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya mempertimbangkan profitabilitas sebagai variabel moderasi untuk memahami dinamika hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan dalam konteks perusahaan manufaktur yang kompleks dan rentan terhadap fleksibilitas akuntansi.

### 3. Metode Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang menitikberatkan pada pengolahan data berbentuk angka melalui teknik analisis statistik untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penggunaan pendekatan ini dinilai tepat karena seluruh variabel dalam penelitian diukur berdasarkan data laporan keuangan yang dapat diolah secara objektif dan sistematis. Selain itu, penelitian ini bersifat asosiatif, karena berupaya menelusuri hubungan antara dua atau lebih variabel bertujuan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel, dalam hal ini manajemen laba, profitabilitas, dan nilai perusahaan, serta menguji apakah profitabilitas bertindak sebagai variabel moderator yang mampu memengaruhi kekuatan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti tersebut. Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022 hingga 2023. Seluruh dokumen keuangan yang dianalisis dalam studi ini merupakan laporan yang telah diaudit, guna memastikan akurasi dan reliabilitas informasi keuangan yang dianalisis. Pemilihan data sekunder dilakukan karena sumber informasi yang dibutuhkan, seperti nilai manajemen laba, profitabilitas, dan nilai perusahaan, telah tersedia secara publik dalam laporan keuangan yang dipublikasikan melalui situs resmi BEI maupun laman resmi perusahaan. Data tersebut dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, dengan menyalin data yang relevan secara sistematis ke dalam lembar kerja elektronik untuk kemudian diolah lebih lanjut. Penelitian ini menjadikan perusahaan-perusahaan manufaktur sebagai keseluruhan populasi yang dianalisis tercatat di BEI pada tahun 2022 dan 2023, dengan total populasi sebanyak 560 perusahaan per tahun. Untuk memperoleh sampel yang cocok dengan tujuan penelitian, digunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Lenaini, 2021). Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini meliputi: (1) perusahaan merupakan bagian dari sektor manufaktur, khususnya pada sektor barang konsumen primer, barang konsumen non primer, barang baku, perindustrian, dan energi; (2) perusahaan secara konsisten

RESEARCH ARTICLE

menerbitkan laporan keuangan tahunan pada tahun 2022 dan 2023; (3) laporan keuangan disusun dan disajikan dalam mata uang rupiah; (4) laporan keuangan memuat data yang dibutuhkan secara lengkap untuk keperluan pengukuran seluruh variabel dalam penelitian; serta (5) data yang digunakan tidak mengandung *outlier* ekstrem (yakni data yang secara statistik berada di luar batas normal distribusi dan berpotensi mendistorsi hasil regresi) yang dapat memengaruhi validitas hasil analisis. Berdasarkan proses seleksi tersebut, jumlah sampel akhir yang diperoleh adalah sebanyak 344 perusahaan per tahun, sehingga total unit observasi dalam penelitian ini berjumlah 688 data.

Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah manajemen laba (*earning management*), sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan (*firm value*). Profitabilitas, yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA), berperan sebagai variabel moderator yang diasumsikan memiliki peran dalam mengubah intensitas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan (*firm size*) dan *leverage*, untuk mengendalikan faktor lain yang berpotensi berdampak terhadap nilai perusahaan secara tidak langsung. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan melalui pendekatan regresi moderasi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) sebagai metode analisis utama. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah variabel moderasi, dalam hal ini profitabilitas, diharapkan mampu memoderasi hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Model moderasi dibangun dengan memasukkan variabel interaksi antara manajemen laba dan profitabilitas (EM × ROA) untuk mengidentifikasi efek moderasi yang terjadi. Sebelum diterapkan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji melalui sejumlah uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kesesuaian data dengan model regresi linier. Seluruh pengolahan data dilakukan secara manual melalui perangkat lunak Microsoft Excel, dengan memastikan ketepatan rumus dan ketelitian perhitungan sebagai bagian dari validitas internal penelitian ini.

**4. Hasil dan Pembahasan**

**4.1 Hasil**

Sebagai bagian dari proses validasi model regresi, dilakukan serangkaian pengujian terhadap asumsi-asumsi dasar yang menopang analisis linier klasik. Pengujian ini bertujuan bukan semata-mata untuk memenuhi prosedur teknis, tetapi juga untuk memastikan bahwa hasil regresi yang diperoleh nantinya berdiri di atas fondasi data yang sah. Tiga hal krusial yang diuji mencakup: (1) distribusi residual, (2) potensi multikolinearitas antar variabel bebas, dan (3) keberadaan varians residual yang tidak stabil (heteroskedastisitas). Ringkasan hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Variabel Metode	Hasil Utama	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas	P-P Plot	Titik mendekati garis diagonal	Distribusi residual normal	Tidak terjadi pelanggaran normalitas
Multikolinearitas	Earnings Management	Tolerance = 0.829, VIF = 1.206	Tolerance > 0.10, VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
	ROA	Tolerance = 0.805, VIF = 1.243	Sama =	Tidak terjadi multikolinearitas
	EM * ROA	Tolerance = 0.814, VIF = 1.228	Sama =	Tidak terjadi multikolinearitas
	Firm Size	Tolerance = 0.937, VIF =	Sama =	Tidak terjadi multikolinearitas

RESEARCH ARTICLE

		1.067		
	Leverage	Tolerance = 0.910, VIF = 1.099	= Sama	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Earnings Management	Sig. = 0.576	Sig. > 0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	ROA	Sig. = 0.301	Sig. > 0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	EM * ROA	Sig. = 0.858	Sig. > 0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Firm Size	Sig. = 0.014	Sig. < 0.05	Indikasi heteroskedastisitas
	Leverage	Sig. = 0.000	Sig. < 0.05	Indikasi heteroskedastisitas

Distribusi residual diuji melalui pendekatan visual menggunakan grafik Normal P-P Plot. Hasil pengamatan menggambarkan bahwa sebaran titik-titik residual berada dalam pola yang cenderung simetris dan mengikuti garis diagonal, yang menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi dapat dinyatakan terpenuhi. Selanjutnya, potensi multikolinearitas dievaluasi dengan menganalisis nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Seluruh variabel independen menunjukkan nilai Tolerance di atas ambang batas 0,10 dan VIF di bawah nilai kritis 10. Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat korelasi linier tinggi antar sesama variabel bebas, serta bahwa masing-masing variabel memiliki kemampuan menjelaskan variabel dependen secara independen. Dengan demikian, model regresi dinyatakan bebas dari gangguan multikolinearitas. Adapun pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yakni dengan memeriksa signifikansi hubungan antara variabel bebas dan nilai absolut residual. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel mencatat nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa varians residual tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi kestabilan varians.

Tabel 2. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel	Model 1 (Tanpa Interaksi)	Sig.	Model 2 (Dengan Interaksi)	Sig.
(Constant)	5.309	.000	5.478	.000
Earnings Management	-1.060	.903	8.341	.376
ROA	3.171	.001	3.769	.000
Firm Size	-0.139	.006	-0.147	.004
Leverage	0.379	.067	0.400	.053
EM * ROA (Interaksi)	—	—	-254.462	.011

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pada Model 1 (tanpa variabel interaksi), variabel *Earnings Management* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*, dengan koefisien sebesar -1.060 dan nilai signifikansi 0.903. Sementara itu, variabel ROA (*Return on Assets*) menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value*, dengan koefisien sebesar 3.171 dan nilai signifikansi 0.001. Setelah ditambahkan variabel interaksi *Earnings Management* \* ROA pada Model 2, diperoleh koefisien interaksi sebesar -254.462 dengan signifikansi 0.011, yang menunjukkan bahwa ROA berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan secara statistik. Arah koefisien interaksi yang negatif mengindikasikan bahwa profitabilitas justru memperlemah hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Meskipun *Earnings Management* sendiri tetap tidak signifikan secara langsung, perbedaan nilai koefisien dari -1.060 (Model 1) menjadi 8.341 (Model 2) menunjukkan adanya perubahan arah hubungan ketika dimoderasi

## RESEARCH ARTICLE

oleh ROA. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa ROA memiliki peran signifikan sebagai moderator dalam hubungan antara *earning management* dan *firm value*, meskipun pengaruh yang dimoderasi justru mengarah pada pelemahan hubungan tersebut.

#### 4.2 Pembahasan

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa manajemen laba tidak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap nilai perusahaan, baik pada model awal maupun setelah ditambahkan variabel interaksi ke dalam model regresi. Nilai signifikansi yang jauh di atas ambang 0.05 menunjukkan bahwa praktik manajemen laba tidak berdampak langsung terhadap penilaian pasar terhadap perusahaan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa manuver akuntansi semacam ini tidak dianggap cukup relevan oleh investor dalam menilai nilai ekonomis perusahaan, atau mungkin sudah menjadi hal yang umum dan tidak dianggap mengejutkan. Sebaliknya, variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value* dalam kedua model. Artinya, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki tetap menjadi indikator utama yang dihargai pasar. Temuan ini sejalan dengan harapan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin besar pula peluang peningkatan nilai perusahaan yang dirasakan pemegang saham. Pada model regresi yang kedua, di mana ditambahkan variabel interaksi antara *earning management* dan ROA, diperoleh hasil bahwa interaksi tersebut berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

Namun, arah koefisiennya negatif, yang berarti bahwa keberadaan profitabilitas justru memperlemah hubungan antara *earning management* dan nilai perusahaan. Kondisi ini merefleksikan bahwa entitas dengan tingkat profitabilitas tinggi, pengaruh *earning management* terhadap nilai perusahaan menjadi lebih kecil. Bisa jadi karena perusahaan yang kinerjanya baik lebih diawasi oleh pemangku kepentingan, atau karena upaya manajemen laba dianggap kurang relevan ketika perusahaan sudah menunjukkan kinerja keuangan yang sehat. Menariknya, nilai koefisien variabel *earning management* mengalami perubahan drastis antara model pertama dan kedua. Meskipun tidak signifikan dalam kedua model, nilai koefisiennya berubah dari negatif menjadi positif setelah dimoderasi oleh ROA. Ini mengindikasikan bahwa keberadaan profitabilitas memang membawa pengaruh terhadap arah dan kekuatan hubungan *earning management* terhadap nilai perusahaan, meskipun pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk membuat variabel *earning management* menjadi signifikan secara statistik. Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa profitabilitas memiliki peran penting dalam hubungan antara *earning management* dan nilai perusahaan. Meskipun tidak memperkuat hubungan tersebut, profitabilitas justru berperan dalam mengurangi dampak *earning management* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal seperti profitabilitas dapat menjadi pembeda utama dalam bagaimana pasar merespons tindakan manajerial, terutama dalam konteks perusahaan yang memiliki karakteristik keuangan yang kuat.

### 5. Kesimpulan

Studi ini diadakan untuk memberi tahu apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Objek penelitian difokuskan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022 dan 2023. Melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan regresi moderasi, ditemukan bahwa manajemen Laba terbukti tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap nilai perusahaan, baik dalam model awal maupun setelah dimasukkan unsur moderasi oleh profitabilitas. Di sisi lain, profitabilitas yang direpresentasikan oleh *Return on Assets (ROA)* menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari asetnya berbanding lurus dengan kenaikan nilai perusahaan. Hasil yang paling menarik terlihat pada variabel interaksi antara *earning management* dan ROA, yang memiliki pengaruh signifikan namun dengan arah negatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa profitabilitas justru tidak memperkuat pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, bukan memperkuatnya.

## RESEARCH ARTICLE

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa investor atau pemangku kepentingan cenderung lebih menghargai kinerja keuangan yang sehat dibandingkan sinyal-sinyal manipulasi laba. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mungkin cenderung lebih diawasi secara ketat, sehingga upaya earning management menjadi kurang efektif dalam meningkatkan persepsi pasar. Temuan ini juga memberikan sinyal bagi manajemen bahwa strategi manipulasi laba bukanlah pendekatan yang mampu memberikan nilai tambah secara langsung terhadap valuasi pasar, terutama ketika perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang baik. Cakupan variabel dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga belum mampu menangkap seluruh faktor yang mungkin memengaruhi hubungan antar variabel utama yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin memengaruhi hubungan antara earning management dan nilai perusahaan, baik sebagai variabel moderasi maupun mediasi. Variabel seperti struktur kepemilikan, kualitas audit, atau tekanan regulasi dapat menjadi pertimbangan dalam membangun model yang lebih komprehensif. Selain itu, pengamatan dapat diperluas ke periode waktu yang lebih panjang atau mencakup sektor industri yang berbeda, untuk memperoleh pemahaman yang lebih generalis terhadap fenomena yang diteliti.

## 6. Referensi

- Aryantika, N. P. P., & Sujana, I. K. (2018). Earnings management and managerial ownership moderate the influence of profitability on firm value. *International Journal of Sciences*, 42(1).
- Ayem, S. (2022). The influence of earnings management, audit quality on company value with ownership managerial as moderating variables. 4(1), 14. <https://doi.org/10.26618/inv.v4i1.7278>.
- Bahriansyah, R. I., & Lestari Ginting, Y. (2022). Pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dengan media exposure sebagai variabel moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(2), 249–260. <https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.02.21>.
- Christian, N., Ong, C. M., & Wisely, J. V. (2024). Analisis manipulasi laporan keuangan oleh PT Kimia Farma pada tahun 2001 menggunakan teori fraud. 4(2).
- Clara, A. B., & Susanto, L. (2022). Faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba dengan komite audit sebagai variabel moderasi. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(3), 1401–1411. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i3.20024>.
- Fajriani, I. N. (2024). *Pengaruh manajemen laba dan dewan komisaris terhadap integritas laporan keuangan dengan komite audit sebagai variabel moderasi: Studi pada perusahaan bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2023* [S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/id/eprint/125971>.
- Gedhe, M. A. (2021). Pengaruh profitabilitas, kepemilikan institusional, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
- Gulo, W., & Setyawati, D. M. (2023). Analysis of earnings manipulation shenanigans in the financial statements of PT Garuda Indonesia TBK for the 2017–2021. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(5), 859–874. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i5.4110>.
- Huriquduq, M. O. D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderating. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(4), 227–241. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i4.80>.

## RESEARCH ARTICLE

- Ishmah, N. F., & Permatasari, D. (2025). Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, leverage, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap manajemen laba.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *6*(1).
- Lesmana, I. P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2015. *19*(2).
- Limarwati, D. (2023). Earnings management and firm value: Moderating role of independent commissioner in Indonesia.
- Natasya, E. (2022). Corporate governance and earnings management: Evidence of listed Indonesian companies. *Journal of Applied Finance & Accounting*, *8*(1), 37–45. <https://doi.org/10.21512/jafa.v8i1.7381>.
- Pricillia, F., Trisnawati, E., & Verawati, V. (2025). Pengaruh profitabilitas, free cash flow dan leverage terhadap manajemen laba dengan tata kelola perusahaan sebagai variabel moderasi. *Owner*, *9*(2). <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2605>.
- Purwitasasi, F. (2020). Pengaruh praktik manajemen laba pada reputasi perusahaan. *Equilibrium*. <http://dx.doi.org/10.30742/equilibrium.v16i2.886>.
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, *2*(1).
- Saputra, M. I., & Widiyarsi, P. (2023). Analisis pelanggaran etika profesi akuntansi (studi kasus PT Bank Lippo Tbk).
- Setiawati, E., & Ifgayani, N. N. (2021, Desember). Pengaruh kualitas audit, leverage, dan profitabilitas terhadap manajemen laba dengan moderasi ukuran perusahaan. *TANGIBLE: Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Setyowati, Y. I., & Rahmawati, M. I. (2024). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *13*.
- Sutisna, D., Nirwansyah, M., Ningrum, S. A., & Anwar, S. (2024). Studi literatur terkait peranan teori agensi pada konteks berbagai isu di bidang akuntansi. *Karimah Tauhid*, *3*(4), 4802–4821. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12973>.
- Tarigan, R. Y., Firmansyah, A., Ramadhani, S. D., & Ikhsan, W. M. (2022). Hubungan kinerja keuangan perusahaan dan nilai perusahaan. *Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, *5*(1), 38–60. <https://doi.org/10.21632/saki.5.1.38-60>.
- Uqba, L. A., & Hindasah, L. (2025). Pengaruh profitabilitas, likuiditas leverage, assets growth, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional terhadap kebijakan dividen pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023. *14*(1).
- Wahyuni, I., Setiyowati, S. W., & Irianto, M. F. (2024). Manajemen laba sebagai pemoderasi profitabilitas, leverage, dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan manufaktur food and beverage. *Action Research Literate*, *8*(5). <https://doi.org/10.46799/arl.v8i5.380>.

## RESEARCH ARTICLE

Wijaya, C. K. O., & Henryanto. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(2), 687. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i2.11718>.

Yuliana, F. (2019, July 24). Pengaruh praktik manajemen laba menjelang IPO terhadap underpricing saham dengan reputasi underwriter sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5960>.