

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel berupa perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022. Subjek penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang tersedia melalui situs resmi BEI. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 223 perusahaan manufaktur terdaftar di BEI. Berdasarkan penerapan teknik purposive sampling, diperoleh jumlah sampel akhir sebanyak 135 perusahaan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

**Tabel 4.1  
Sampel Penelitian**

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Laporan keuangan perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022.	223
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan tahunan ( <i>annual report</i> )	(11)
3.	Jumlah Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria	(77)
	Jumlah Sampel Perusahaan	135

Sumber: Data diolah Tahun 2024

## 2. Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4.2**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	135	.0008	.2929	.069866	.0618598
Manajemen Laba	135	-.2391	4.7133	.081785	.4228408
PBV	135	-1.3686	1.6518	0.79687	.4331237
Valid N (listwie)	135				

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 135. Untuk variabel independen Return on Assets (ROA), diperoleh nilai minimum sebesar 0,0008 dan nilai maksimum sebesar 0,2929. Rata-rata ROA tercatat sebesar 0,069866 dengan standar deviasi sebesar 0,0618598, yang mengindikasikan tingkat sebaran data ROA di sekitar nilai rata-ratanya. Sementara itu, variabel manajemen laba memiliki nilai minimum sebesar -0,2391 dan nilai maksimum sebesar 4,7133. Rata-rata dari variabel ini adalah sebesar 0,081785 dengan standar deviasi sebesar 0,4228408, yang mencerminkan tingkat variasi manajemen laba antar perusahaan dalam sampel yang diteliti.

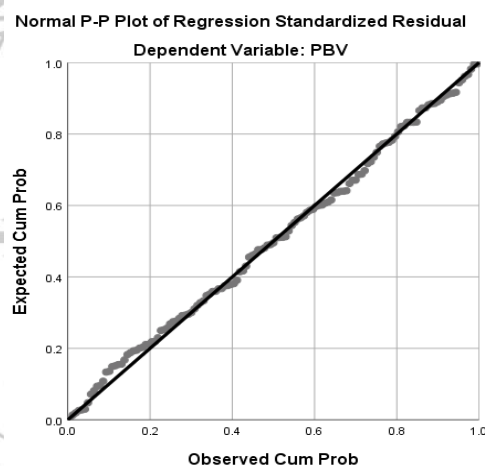
### Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistics 25. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolerasi dan uji heteroskedastisitas.

### 3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, residual atau error data berdistribusi normal. Terdapat beberapa cara dalam melakukan uji normalitas, yaitu dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat nilai signifikansi. Selain itu dapat juga dilakukan dengan melihat grafik Normal P-Plot. Berikut hasil uji normalitas menggunakan grafik Normal P-Plot:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Analisis Uji Normalitas**



Berdasarkan Gambar 1, hasil pengujian normalitas melalui analisis grafik menunjukkan bahwa titik-titik yang merepresentasikan data penelitian berada pada mendekati garis diagonal linear. Hal ini mengindikasikan bahwa residual dari data penelitian terdistribusi secara normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

Selain melalui pendekatan analisis grafik, pengujian normalitas juga dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan apakah residual data penelitian berdistribusi normal. Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Analisis Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36853797
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.040
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 yang artinya nilai Asymp. Sig. lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data penelitian ini memiliki distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independent (X). Idealnya pada model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas. Gejala tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF, apabila nilai *tolerance* > 0.01 dan VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berikut adalah hasil uji Multikolinearitas:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.992	1.009
	Manajemen Laba	.992	1.009

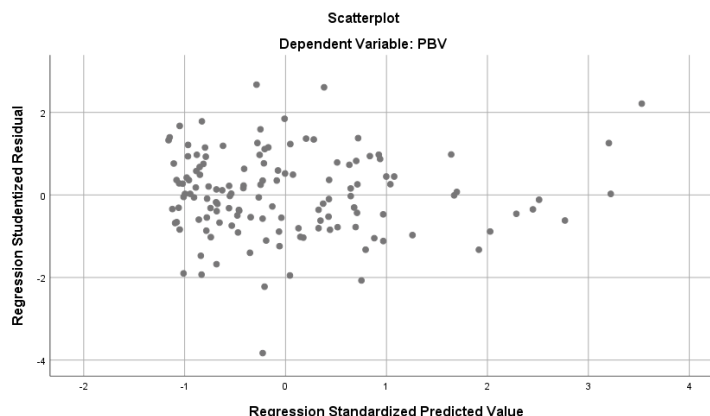
Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,992 yang lebih besar dari 0,01 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,009 yang berada di bawah ambang batas 10. Demikian pula, variabel manajemen laba menunjukkan nilai tolerance sebesar  $0,992 > 0,01$  dan nilai VIF sebesar  $1,009 < 10$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan menggunakan analisis visual melalui grafik scatterplot. Uji ini bertujuan melihat pola penyebaran residual terhadap nilai prediksi. Dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 2 di atas dapat terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk yang jelas dan menyebar. Sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresinya. Berarti terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

### 3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh profitabilitas dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Maka hasil dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tabel Analisis Uji Hipotesis**

Model	Koefisien	P-Value	Keterangan
(Constant)	-.185	.000	
ROA	3.684	.000	H <sub>1</sub> diterima
Manajemen Laba	.090	.240	H <sub>2</sub> ditolak
R <sup>2</sup>	.276		

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas hasil Analisis Regresi Berganda diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\text{PBV} = -0,185 + 3,684 \text{ ROA} + 0,090 \text{ ML} + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi, diketahui bahwa nilai koefisien konstanta sebesar -0,185. Nilai ini mengindikasikan bahwa apabila variabel independen profitabilitas (ROA) dan manajemen laba berada pada nilai nol, maka nilai perusahaan (PBV) diperkirakan sebesar -0,185. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel profitabilitas (ROA) adalah sebesar 3,684, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Artinya, peningkatan nilai ROA akan diikuti oleh peningkatan nilai PBV, sedangkan penurunan ROA akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

Adapun koefisien regresi untuk variabel manajemen laba adalah sebesar 0,090, yang juga menunjukkan hubungan positif antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Dengan demikian, apabila praktik manajemen laba meningkat, maka nilai perusahaan cenderung meningkat pula, dan sebaliknya, apabila manajemen laba menurun, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,276 atau setara dengan 27,6% menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan manajemen laba secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 27,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 72,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Berdasarkan tabel diatas hasil dari pengujian hipotesis yaitu variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA secara parsial meberikan pengaruh signifikan pada nilai perusahaan dengan nilai T hitung 7,074 lebih besar dari T tabel 1,65622 dengan p-value kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Sedangkan variabel manajemen laba secara parsial tidak berpengaruh signifikan kepada nilai perusahaan dengan T hitung 1,180 lebih kecil dari T tabel 1,65622 dapat juga dilihat dari nilai p-value lebih besar dari 0,05 yaitu 0,240.

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terhadulu yang telah dilakukan oleh Nugraha & Alfarisi, (2020), Fatoni & Indah, (2021) dan Iman dkk., (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori agensi profitabilitas dilihat sebagai bentuk pertanggung jawaban manajer dalam mengelola aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, sehingga menunjukkan seberapa baik agen memenuhi keinginan prinsipal. Artinya manajer yang berhasil meningkatkan profitabilitas cenderung meningkatkan nilai perusahaan juga. Ketika perusahaan mengalami keuntungan, manajer menunjukkan kinerja yang baik, sehingga kepercayaan pemilik perusahaan meningkat dan nilai perusahaan juga meningkat. Hal ini menandakan bahwa manajer bertindak sesuai kepentingan pemilik.

Pada hasil pengujian arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin meningkat profitabilitas maka nilai perusahaan yang diperoleh juga semakin meningkat. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Nugraha & Alfarisi, 2020). Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan aspirasi utama bagi para pemilik perusahaan, karena hal tersebut mencerminkan tingginya tingkat kemakmuran pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan tercermin melalui harga pasar saham, yang pada dasarnya merepresentasikan hasil dari keputusan strategis perusahaan dalam hal investasi, pendanaan, dan pengelolaan aset (Litausiil & Muhadjir, 2021).

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih besar dalam memperoleh pendanaan yang memadai, sehingga dapat mendorong peningkatan kinerja operasional perusahaan yang pada gilirannya berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu mencetak laba akan menunjukkan pertumbuhan nilai perusahaan yang tercermin melalui peningkatan harga saham. Lebih lanjut, perusahaan yang secara konsisten menunjukkan peningkatan profitabilitas dari tahun ke tahun akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya,

karena investor cenderung menaruh kepercayaan pada perusahaan yang mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan. Kondisi ini juga memberikan peluang bagi manajemen untuk memperoleh sumber pendanaan dalam bentuk saham, seiring dengan meningkatnya imbal hasil yang diharapkan.

## **2. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh temuan bahwa variabel manajemen laba tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajer, meskipun bertujuan untuk memanfaatkan kebijakan akuntansi guna menempatkan perusahaan pada posisi yang dianggap menguntungkan di pasar saham demi menarik minat investor, ternyata tidak memberikan dampak yang berarti terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah & Wibowo, (2021) dan Suryadi, (2022) yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, namun temuan bertentangan dengan hasil yang dilakukan oleh Putri, (2019), Riswandi & Yuniarti, (2020) dan Joko, (2020) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Mengutip dari teori agensi, hubungan antara prinsipal (pemilik/investor) dan agen (manajer) berpotensi menimbulkan konflik kepentingan, karena kedua belah pihak memiliki tujuan yang berbeda. Untuk meminimalisir potensi konflik tersebut, dibuatlah suatu kontrak yang bertujuan mengatur mekanisme pengawasan

dan insentif, sehingga kepentingan manajer dapat diselaraskan dengan kepentingan pemilik perusahaan (Riswandi & Yuniarti, 2020).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajer tidak memberikan reaksi yang menguntungkan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Ketika terdapat perbedaan tujuan antara manajer dan pemilik modal, maka konflik keagenan menjadi suatu kondisi yang sulit dihindari dalam struktur perusahaan. Dalam situasi tersebut, manajemen berpotensi merugikan pemilik modal melalui tindakan yang tidak etis, termasuk manipulasi laporan keuangan atau kecurangan akuntansi, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepercayaan investor serta merusak integritas perusahaan (Joko, 2020).

Konflik keagenan yang terjadi dalam suatu perusahaan dapat berdampak negatif terhadap kualitas laba yang dihasilkan, karena manajer cenderung bertindak secara *oportunistik* demi kepentingan pribadi. Laba yang dihasilkan secara oportunistik cenderung memiliki kualitas yang rendah, karena tidak mencerminkan kondisi ekonomi perusahaan yang sebenarnya (Jannah & Wibowo, 2021). Kualitas laba yang rendah tidak hanya merugikan investor karena informasi yang disajikan menjadi menyesatkan, tetapi juga merugikan perusahaan itu sendiri, mengingat nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham akan turut terdampak oleh persepsi negatif pasar terhadap kualitas informasi keuangan yang disajikan.

Salah satu alasan yang dapat menjelaskan tidak signifikannya hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah

berdasarkan karakteristik sampel perusahaan yang dianalisis. Rata-rata nilai manajemen laba dari perusahaan sampel berada di bawah angka 1, dengan nilai terendah mencapai -0,2391. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut memiliki potensi untuk melakukan praktik manajemen laba. Sebaliknya, apabila nilai manajemen laba berada di atas 1, maka peluang perusahaan untuk terlibat dalam praktik manajemen laba cenderung lebih kecil. Dengan demikian, rendahnya nilai rata-rata manajemen laba dalam sampel dapat menjadi faktor yang menyebabkan tidak ditemukannya pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

