

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Grand Theory (Agency Theory)*

Menurut Ghozali (2020:86) teori agensi dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976), menyatakan bahwa teori agensi adalah teori yang menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan dan manajemen pengelola. Model yang paling banyak digunakan berfokus pada dua individu – *principal* (atasan) dan agen (bawahan) dan dilihat dalam perspektif perilaku dan struktur. Oleh karena itu, pihak agen kemungkinan besar tidak selalu berpihak kepada *principal* untuk kepentingan terbaik perusahaan. Sehingga jika hal tersebut terjadi, bisa timbul masalah karena konflik kepentingan masing-masing pihak yang ingin meningkatkan kesejahteraannya, maka mempengaruhi pada kualitas laba yang dilaporkan. Perusahaan yang memisahkan manajemen dan kepemilikan akan menimbulkan konflik keagenan karena masing-masing memiliki kepentingan yang saling bertentangan untuk berusaha mencapai kemakmurannya sendiri. Ada cara untuk mengurangi masalah keagenan yaitu dengan menciptakan struktur *governance* yang mampu mengawasi dan menilai perilaku agen yang sesungguhnya, selanjutnya menciptakan struktur *governance* dengan kontrak berdasarkan *outcome* perilaku agen (Ghozali, 2020:87).

Menurut Arwani (2024:1), teori agensi dapat dijelaskan dengan menggambarkan hubungan antara manajemen dan pemilik. Sebagai agen,

manajemen bertanggung jawab untuk menjaga keuntungan pemilik (*principal*) semaksimal mungkin, dan mereka dibayar sesuai dengan kontrak sebagai kompensasi. Oleh karena itu, ada dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan yang masing-masing berusaha untuk mencapai keuntungan yang mereka inginkan. Akibatnya, ada ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan pemilik, yang memungkinkan manajer untuk melakukan manajemen laba dengan menyesatkan pemilik kinerja ekonomi perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa teori agensi menjelaskan hubungan antara pihak manajemen perusahaan (*agen*) dan pemilik perusahaan (*principal*). Pemilik perusahaan (*principal*) yang berhak mengambil keputusan untuk kelangsungan masa depan perusahaan dan berhak memberikan tanggung jawab kepada pihak manajemen perusahaan (*agen*). Dalam menjalankan perusahaan terdapat perbedaan pendapat *principal* dan *agen*, sehingga akan menimbulkan masalah. Untuk mencegah masalah tersebut, pemilik perusahaan (*principal*) harus mampu membuat sebuah struktur yang mampu mengawasi setiap perilaku *agen* agar tetap berjalan semestinya.

Hubungan antara *Agency Theory* dan kualitas laba ialah perbedaan peran dan kepentingan antara *agen* dan *principal* yang dapat menyebabkan konflik keagenan. Menurut Sadiah & Priyadi (2015) konflik keagenan dapat menyebabkan manajemen melaporkan laba secara oportunistik untuk memaksimumkan kepentingannya sendiri. Jika hal ini terjadi maka kualitas laba akan rendah karena baik *agen* maupun *principal* berusaha untuk meningkatkan keuntungan mereka.

Adapun hubungan teori agensi dengan pertumbuhan laba yaitu adanya manfaat yang diterima oleh kedua belah pihak antara pemilik dan manajemen didasarkan atas pertumbuhan laba tentang kinerja manajemen. Untuk itu, pemilik menuntut pengembalian atas laba yang dipercayakan untuk dikelola oleh manajemen. Oleh karena nya, manajemen harus memberikan pengembalian yang memuaskan kepada pemilik perusahaan, karena pertumbuhan laba yang baik akan berpengaruh positif pada kompensasi yang diterima, dan sebaliknya pertumbuhan laba yang buruk akan berpengaruh negatif (Safitri et al., 2021).

Keterkaitan teori agensi dengan ukuran perusahaan adalah bahwa perusahaan besar akan memiliki kompleksitas usaha yang lebih banyak pula. Dengan kompleksitas usaha tersebut maka dapat menimbulkan biaya keagenan berupa jasa auditor independent yang mampu menjembatani perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen (Faradhillah & Abbas, 2022).

Berdasarkan hubungan antara teori keagenan dan *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap kualitas laba, jika perusahaan memiliki IOS yang tinggi, maka agen bertanggung jawab terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan investor memandang perusahaan dengan IOS yang tinggi lebih baik karena memiliki potensi keuntungan yang lebih besar di masa depan, yang berarti perusahaan dapat menghasilkan return yang tinggi baik untuk agen maupun *principal* (pemegang saham) (Budiani, 2019).

2.1.2 Kualitas Laba

a. Definisi Kualitas Laba

Kualitas laba yaitu kualitas dari laporan keuangan yang menunjukkan perusahaan yang sebenarnya. Ini harus dipahami oleh investor, calon investor, dan

orang lain yang menggunakan informasi keuangan, karena penggunaan laporan keuangan dapat disesatkan oleh laba yang tidak secara akurat menggambarkan kinerja manajerial (Septiano et al., 2022).

Luas et al (2021) kualitas laba perusahaan merupakan metrik yang membandingkan laba perusahaan dengan rencana awal. Jika laba yang dihasilkan tinggi dan mendekati atau melampaui tujuan rencana awal maka kualitas laba dianggap baik, jika laba yang ditampilkan dalam laporan keuangan tidak seimbang dengan laba yang sebenarnya maka informasi dalam laporan laba rugi dapat menyesatkan investor, kreditor, dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengambilan keputusan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas laba yaitu kondisi laba perusahaan yang sesungguhnya sekaligus digunakan untuk memprediksi laba dimasa depan dalam laporan keuangan.

Kualitas laba menjadi salah satu indikator penting karena menggambarkan realitas kinerja keuangan perusahaan. Pada saat ini kualitas laba menjadi hal sangat diperhatikan karena jika perusahaan mempunyai kualitas laba yang tinggi menunjukkan bahwa target sudah mendekati atau melampaui tujuan rencana awal. Sedangkan jika perusahaan memiliki kualitas laba yang rendah menandakan adanya ketidaksesuaian antara rencana awal dengan target yang diperoleh, sehingga akan menyesatkan investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan (Kepramareni et al., 2021).

b. Faktor-Faktor Kualitas Laba

Menurut Luas et al (2021), faktor-faktor kualitas laba sebagai berikut:

1) Struktur Modal

Hasil dari keputusan pendanaan, yang pada dasarnya menentukan apakah akan menggunakan utang atau ekuitas untuk mendanai kegiatan operasi bisnis disebut struktur modal (Widayanti et al., 2014).

2) Konservatisme Akuntansi

Kehati-hatian dalam akuntansi dalam menghadapi aktivitas ekonomi perusahaan yang tidak menentu dikenal sebagai konservatisme akuntansi (Yusmaniarti et al., 2023).

3) *Good Corporate Governance* (GCG)

Good corporate governance (GCG) merupakan suatu sistem aturan atau prosedur yang memastikan perusahaan beroperasi secara adil, transparan, dan bertanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan termasuk pemegang saham, pelanggan, karyawan, pemasok, dan masyarakat (Hasburrahman, 2024).

4) Pertumbuhan Laba (*Profit Growth*)

Persentase kenaikan atau penurunan pendapatan tahunan dikenal sebagai pertumbuhan laba (Hanafi & Salim, 2016).

5) Likuiditas

Likuiditas ialah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang harus dipenuhi (Wulandari et al., 2021).

6) *Leverage*

Leverage adalah sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang untuk mendanai kegiatan operasional nya (Yusmaniarti et al., 2023).

7) Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan yaitu suatu klasifikasi seberapa besar atau kecil suatu perusahaan berdasarkan aset yang dimilikinya (Nur Aulia et al., 2022).

8) Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio penilaian perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau menghasilkan laba (Luas et al., 2021).

9) *Investment Opportunity Set* (IOS)

Investment Opportunity Set (IOS) ialah kumpulan prospek investasi yang dimiliki dan direncanakan untuk digunakan oleh sebuah perusahaan di masa depan (Pramiana et al., 2015).

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji kualitas laba adalah pertumbuhan laba (*profit growth*), ukuran perusahaan (*firm size*), dan *Investment Opportunity Set* (IOS).

c. Karakteristik Kualitas Laba

Menurut Setiasih (2020), laba dikatakan berkualitas apabila laba sesuai dengan karakteristik sebagai berikut:

- 1) Laba harus menggambarkan kondisi perusahaan sebenarnya.
- 2) Laba mampu memberikan indikator baik yang berhubungan dengan kinerja perusahaan di masa akan datang.
- 3) Laba menjadi tolak ukur dalam penilaian kinerja perusahaan.

d. Pengelompokkan Kualitas Laba dan Pengukurannya

Menurut Sutopo (2009:57) berikut cara menentukan kualitas laba berdasarkan pengelompokkan kualitas laba dan pengukurannya, yaitu:

- 1) Berdasarkan sifat runtun-waktu laba, kualitas laba meliputi: *persistensi*, *prediktabilitas* (kemampuan predeksi), dan variabilitas. Atas dasar persistensi, laba yang berkualitas adalah laba yang persistensi yaitu laba yang berkelanjutan, lebih bersifat permanen dan tidak bersifat *transitory*. Persistensi sebagai kualitas laba ini ditentukan berdasarkan perspektif kemanfaatannya dalam pengambilan keputusan khususnya dalam penilaian ekuitas. Kemampuan prediksi menunjukkan kapasitas laba dalam memprediksi butir informasi tertentu, misalnya laba dimasa datang. Dalam hal ini, laba yang berkualitas tinggi adalah laba yang mempunyai kemampuan tinggi dalam memprediksi laba dimasa datang. Berdasarkan konstruk variabilitas, laba berkualitas tinggi adalah laba yang mempunyai variabilitas relatif rendah atau laba yang *smooth*.
- 2) Kualitas laba didasarkan pada hubungan laba-kas-akrual yang dapat diukur dengan berbagai ukuran, yaitu : rasio kas dengan laba, perubahan akrual total, estimasi abnormal / *discretionary acccruals*, dan estimasi hubungan akrual-kas. Dengan menggunakan ukuran rasio kas operasi dengan laba, kualitas laba ditunjukkan oleh kedekatan laba dengan aliras kas operasi. Laba yang semakin dekat dengan aliran kas operasi mengindikasikan laba yang semakin berkualitas. Dengan menggunakan ukuran perubahan akrual total, laba yang berkualitas adaalah laba yang mempunyai perubahan total akrual disebabkan

oleh *discretionary accruals*. Nilai *discretionary accruals* adalah akrual yang dapat berubah karena kebijakan manajemen. Estimasi *discretionary accruals* dapat diukur secara langsung untuk menentukan kualitas laba. Semakin kecil *discretionary accruals* semakin tinggi kualitas laba dan sebaliknya. Selanjutnya, keeratan hubungan antara akrual dan aliran kas juga dapat digunakan untuk mengukur kualitas. Semakin erat hubungan antara akrual dan aliran kas, semakin tinggi kualitas laba.

- 3) Kualitas laba dapat didasarkan pada Konsep Kualitatif Kerangka Konseptual (*Financial Accounting Standards Board*). Laba yang berkualitas adalah laba yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan yaitu yang memiliki karakteristik relevansi, reliabilitas, dan komparabilitas / konsistensi. Pengukuran masing-masing kriteria kualitas tersebut secara terpisah sulit atau tidak dapat dilakukan. Oleh karena itu, dalam penelitian empiris koefisien regresi harga dan *return* saham pada laba (dan ukuran-ukuran terkait yang lain misalnya aliran kas) di interpretasi sebagai ukuran kualitas laba berdasarkan karakteristik relevansi dan reliabilitas.
- 4) Kualitas laba berdasarkan keputusan implementasi meliputi dua pendekatan. Dalam pendekatan pertama, kualitas laba berhubungan negatif dengan banyaknya pertimbangan, estimasi, dan prediksi yang diperlukan oleh penyusun laporan keuangan. Semakin banyak estimasi yang diperlukan oleh penyusun laporan keuangan dalam mengimplementasikan standar pelaporan, semakin rendah kualitas laba, dan sebaliknya. Dalam pendekatan kedua, kualitas laba berhubungan negatif dengan besarnya keuntungan yang diambil

oleh manajemen dalam menggunakan pertimbangan agar menyimpang dari tujuan standar (manajemen laba). Manajemen laba yang semakin besar mengindikasikan kualitas laba yang semakin rendah, dan sebaliknya.

e. Indikator Kualitas Laba

Menurut Yusmaniarti et al (2023) arus kas operasi dibagi dengan laba bersih sering digunakan sebagai indikator kualitas laba, karena cukup menggambarkan kondisi kas perusahaan yang bersumber dari adanya pendapatan utama perusahaan atau pendapatan lainnya dari hasil aktivitas operasional. Kualitas laba dikatakan baik apabila jumlah arus kas pada aktivitas operasi semakin tinggi, setelah dibandingkan dengan laba bersih dan hasilnya tetap tinggi. Rasio yang dihasilkan semakin kecil maka semakin baik kualitas laba yang ditunjukkan perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Yusmaniarti et al (2023), Frincilawati et al (2024), Setiasih (2020) rumus yang digunakan dalam mengukur kualitas laba yaitu sebagai berikut :

$$\text{Kualitas laba} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Dalam penelitian lain, yaitu (Erawati & Wuarlela, 2022), (Sijabat et al., 2023) kualitas laba diukur menggunakan perhitungan *Quality of Income* dengan rumus :

$$\text{Quality of Income} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{EBIT}}$$

2.1.3 Profit Growth

a. Definisi Profit Growth

Menurut Safitri et al (2021) pertumbuhan laba menunjukkan hasil kinerja perusahaan dari periode ke periode. Pertumbuhan laba menurut Harahap

(2016:310) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba bersih dibandingkan tahun sebelumnya. Disisi lain, Hanafi & Salim (2016:95) mendefinisikan pertumbuhan laba sebagai persentase kenaikan atau penurunan laba tahunan. Penjelasan teori tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa pertumbuhan laba adalah jumlah uang yang dihasilkan oleh suatu perusahaan selama periode waktu tertentu yang mengalami kenaikan atau penurunan dibandingkan dengan laba yang dihasilkan pada tahun sebelumnya yang dinyatakan dalam bentuk persentase.

Manipulasi laba dapat terjadi akibat pertumbuhan laba yang tidak wajar atau tidak berkelanjutan, yang menurunkan kualitas data laba. Potensi operasi dan manajemen yang baik untuk menghasilkan laba jangka panjang dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan investor ditunjukkan oleh pertumbuhan laba yang stabil dan positif. Hal ini menunjukkan seberapa baik kinerja bisnis dan kemampuannya untuk menghasilkan laba yang stabil. Volume penjualan yang lebih tinggi biasanya menghasilkan laba yang lebih tinggi. Sebaliknya, penurunan penjualan akan mengakibatkan penurunan laba (Bomantara, 2024).

b. Jenis-Jenis *Profit Growth*

Menurut Frenzena et al (2023) mengemukakan jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba, yaitu:

1) Laba Kotor

Laba kotor adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya produksi. Laba kotor menunjukkan berapa banyak keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk atau layanan.

2) Laba Usaha

Laba usaha adalah laba kotor ditambah pendapatan dan beban yang tidak berhubungan langsung dengan operasi perusahaan, seperti pendapatan dan beban pajak.

3) Laba Sebelum Pajak

Laba sebelum pajak adalah laba operasi ditambah atau dikurangi pendapatan atau biaya yang tidak berhubungan langsung dengan operasi perusahaan, seperti pendapatan atau biaya lain-lain.

4) Laba Bersih

Laba bersih adalah laba sebelum pajak dikurangi pajak penghasilan yang terutang oleh perusahaan. Laba bersih menunjukkan berapa banyak keuntungan yang dapat dibawa pulang oleh pemilik bisnis setelah dikurangi pajak.

c. Unsur-Unsur Laba

Menurut Frorenza et al (2023) mengatakan bahwa unsur-unsur laba adalah sebagai berikut:

1) Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang dihasilkan bisnis dari penjualan produk atau layanan. Keuntungan dihitung berdasarkan omset.

2) Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang mereka jual. Biaya produksi meliputi biaya tenaga kerja, bahan baku, dan *overhead*.

3) Biaya Umum dan Administrasi

Biaya umum dan administrasi merupakan beban yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan umum dan administrasi perusahaan, seperti gaji karyawan, biaya sewa dan listrik.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Profit Growth*

Faktor yang mempengaruhi laba, yang akan membantu perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan dari investor agar mereka mau menanamkan modal. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi laba. Menurut Yetty et al (2018), menyebutkan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan laba sebagai berikut :

1) Volume Perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan, maka keakuratan prediksi pertumbuhan laba yang diharapkan semakin meningkat.

2) Umur Perusahaan

Akurasi perusahaan yang baru didirikan masih rendah karena kurang berpengalaman dalam meningkatkan laba / pendapatan.

3) Tingkat *Leverage*

Bila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi, maka manajer cenderung memanipulasi laba sehingga dapat mengurangi ketepatan pertumbuhan laba.

4) Tingkat Penjualan

Tingkat penjualan yang lebih tinggi di masa lalu yang berarti tingkat penjualan yang lebih tinggi di masa depan, sehingga mengarah pada pertumbuhan laba yang lebih baik.

5) Perubahan Laba Masa Lalu

Penghasilan / laba di masa depan menjadi tidak pasti jika penghasilan di masa lalu mengalami perubahan yang semakin besar.

e. Indikator *Profit Growth*

Indikator yang digunakan dalam mengukur pertumbuhan laba yaitu menggunakan rasio laba bersih tahun berjalan, dikurangi laba bersih tahun sebelumnya, terhadap laba bersih tahun sebelumnya. Rumus ini menghasilkan persentase yang menunjukkan seberapa besar laba telah berubah relatif terhadap laba tahun sebelumnya. Jika hasilnya positif, berarti ada pertumbuhan, sedangkan hasil negatif menunjukkan penurunan laba. Pertumbuhan laba yang positif sering kali diartikan sebagai tanda kesehatan finansial yang baik dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak di masa depan (Bomantara, 2024).

Menurut Yusuf et al (2021), Sijabat et al (2023), Safitri et al (2021), Erawati & Wuarlela (2022), yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan laba} = \frac{\text{laba bersih tahun berjalan} - \text{laba bersih tahun lalu}}{\text{laba bersih tahun lalu}}$$

2.1.4 *Firm Size*

a. Definisi *Firm Size*

Firm size merupakan parameter yang mencerminkan skala, lingkup, atau kapasitas pada suatu perusahaan dapat diukur melalui berbagai faktor seperti total aset, penjualan, laba, jumlah karyawan, nilai pasar saham, dan aspek lainnya (Bomantara, 2024). Menurut Nur Aulia et al (2022) ukuran perusahaan (*firm size*) yaitu suatu klasifikasi seberapa besar atau kecil suatu perusahaan berdasarkan aset

yang dimilikinya. Agar dapat membantu perusahaan bertahan lebih lama dalam persaingan yang nyata. Menurut Yusuf et al (2021) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan ialah kondisi perusahaan yang memiliki beberapa pengukuran, termasuk jumlah karyawan yang terlibat dalam operasi nya, jumlah penjualan yang telah dilakukan perusahaan selama periode waktu tertentu, total aset perusahaan, dan jumlah saham beredar. Maka dapat disimpulkan, *firm size* adalah skala yang menggambarkan besar kecil nya suatu perusahaan di lihat dari aset.

Untuk menilai kualitas laba, ukuran perusahaan berguna untuk membantu perusahaan menjalankan operasionalnya. Dengan demikian, kinerja perusahaan dapat meningkat dari tahun ke tahun untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pada periode sebelumnya. Oleh karena itu semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar kemungkinan untuk bertahan hidup dan semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin pendek umur perusahaan, karena tingkat pengembalian saham, para pemegang saham menjadikan ukuran perusahaan sebagai pengambilan keputusan. Jika ukuran perusahaan itu besar, tingkat pengembalian nya cukup besar dan sebaliknya (Nur Aulia et al., 2022).

b. Klasifikasi *Firm Size*

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 klasifikasi ukuran perusahaan dibagi ke dalam 4 (empat) kategori sebagai berikut :

1) Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sesuai dengan undang-undang.

2) Usaha Kecil

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh individu atau badan usaha tanpa adanya campur tangan dari perusahaan lain, dan memenuhi kriteria sebagai usaha kecil yang telah di atur undang-undang.

3) Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang menguntungkan beroperasi secara independen dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari organisasi yang lebih besar yang dimiliki, dikendalikan, atau yang secara langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersih atau penjualan tahunan seperti yang didefinisikan oleh undang-undang ini.

4) Usaha Besar

Usaha besar di Indonesia meliputi usaha patungan, usaha swasta atau nasional, dan usaha internasional. Bisnis yang menghasilkan penjualan tahunan lebih besar atau memiliki kekayaan bersih lebih tinggi dari bisnis menengah dianggap sebagai perusahaan besar.

c. Kategori *Firm Size*

Ukuran perusahaan yang dinyatakan oleh (Hery, 2017), terbagi dalam tiga kategori yang menunjukkan skala besar dan kecilnya perusahaan antara lain :

1) Perusahaan Kecil (*Small Firm*)

Dianggap sebagai perusahaan kecil apabila perusahaan memiliki total aset bersih tidak termasuk bangunan usaha sebanyak Rp 50 juta – Rp 500 juta dan penjualan per tahun sebanyak Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar.

2) Perusahaan Menengah (*Medium Firm*)

Dianggap sebagai perusahaan menengah apabila perusahaan memiliki total aset bersih tidak termasuk bangunan usaha sebanyak Rp 500 juta – Rp 10 miliar dan penjualan per tahun sebanyak Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar.

3) Perusahaan Besar (*Large Firm*)

Dianggap sebagai perusahaan besar apabila perusahaan memiliki total aset bersih tidak termasuk bangunan usaha lebih dari Rp 10 miliar dan penjualan pertahun lebih dari Rp 50 miliar.

d. Jenis *Firm Size*

Menurut Badan Standarisasi Nasional, *Firm Size* ada tiga jenis, yaitu:

1) Perusahaan Besar

Perusahaan yang memiliki kekayaan bersih gabungan lebih dari Rp 10 miliar, termasuk tanah dan bangunan. Dan penjualan lebih dari Rp 50 miliar setiap tahun nya.

2) Perusahaan Menengah

Perusahaan dengan kekayaan bersih, termasuk bangunan dan tanah sebesar Rp 1-10 miliar. Pendapatan penjualan antara Rp 1 miliar dan Rp 50 miliar.

3) Perusahaan Kecil

Perusahaan yang menghasilkan penjualan minimal Rp 1 miliar per tahun dan memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan.

e. Indikator *Firm Size*

Menurut Nuridah et al (2023), ukuran perusahaan termasuk variabel yang dapat diukur dengan algoritma natural (Ln) aset, karena untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan, nilai variabel akan sangat besar, miliar bahkan triliun jika nilai total aset langsung digunakan begitu saja. Namun, algoritma natural (Ln) dapat menyederhanakan nilai miliar bahkan triliun tersebut tanpa mengubah nilai awal yang sebenarnya. Sedangkan variabel dependen maupun independen menggunakan skala pengukuran rasio.

Penelitian Nuridah et al (2023), terdapat dua cara yang dapat dilakukan untuk mengukur indikator perusahaan, diantaranya:

- 1) Ukuran perusahaan = Ln Total Aset. Aset adalah sumber daya dan kekayaan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Perusahaan dapat memenuhi permintaan produk dan melakukan investasi yang lebih besar jika memiliki aset yang besar. Hal ini mempengaruhi profitabilitas perusahaan dan meningkatkan pangsa pasar yang dicapai.
- 2) Ukuran perusahaan = Ln total Penjualan. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang membantu bisnis mencapai tujuan menghasilkan laba. Sehingga dapat menurunkan biaya produksi ketika penjualan terus meningkat. Hal ini akan meningkatkan pendapatan perusahaan, yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas nya.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian yang dilakukan Nur Aulia et al (2022), Safitri et al (2021), Frincilawati et al (2024), memperlihatkan untuk

menentukan ukuran suatu perusahaan dihitung dengan algoritma natural dari total aset yang dapat dinyatakan dalam rumus berikut :

$$LN = \text{Total Aset}$$

2.1.5 *Investment Opportunity Set (IOS)*

a. Definisi *Investment Opportunity Set (IOS)*

Menurut Pramiana et al (2015), *Investment Opportunity Set (IOS)* ialah sekumpulan peluang investasi yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan di masa depan, dengan adanya penurunan IOS menunjukkan kepada masyarakat bahwa perusahaan memberikan sedikit kesempatan investasi. Pilihan investasi dianggap sebagai kesempatan yang lebih berkembang, tetapi perusahaan tidak selalu memanfaatkan setiap peluang investasi yang prospektif. Perusahaan dapat mengeluarkan lebih banyak biaya dari pada nilai peluang yang terlewatkan jika perusahaan tidak dapat memanfaatkan prospek investasi di masa depan. Nur Aulia et al (2022) menjelaskan bahwa *Investment Opportunity Set (IOS)* adalah keputusan investasi yang menggabungkan aset saat ini dengan potensi investasi di masa depan, yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan *Investment Opportunity Set* yakni kesempatan investasi di masa depan guna untuk memajukan suatu perusahaan.

Menurut Murniati et al (2018) untuk menarik investor, manajemen akan menyajikan kondisi tersebut kepada pengguna laporan keuangan. Rasio ini menunjukkan stabilitas laba perusahaan dan peluang investasi di masa depan, sehingga jika nilai IOS perusahaan tinggi, laba yang dilaporkan akan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki

kesempatan untuk berkembang di yang akan datang, dan laba yang dihasilkan dapat mencerminkan harga saham perusahaan. Sebaliknya, jika nilai IOS perusahaan rendah, perusahaan tidak akan mengungkapkan keadaan yang sebenarnya karena akan mengindikasikan bahwa perusahaan tidak memiliki alternatif investasi di masa depan. Oleh karena itu, manajemen akan terdorong untuk menghasilkan laba berkualitas karena nilai IOS akan tinggi, dan laba akan berkualitas rendah jika nilai IOS rendah.

b. Jenis Proksi *Investment Opportunity Set* (IOS)

Wulansari (2013) menyatakan terdapat 3 jenis proksi *Investment Opportunity Set* (IOS) yaitu :

1) Proksi IOS Berbasis Pada Harga

Proksi IOS berbasis harga menggambarkan bagaimana harga pasar mencerminkan sebagian prospek pertumbuhan perusahaan. Proksi ini didasarkan pada gagasan bahwa harga pasar mencerminkan sebagian kemungkinan pertumbuhan perusahaan ditunjukkan dalam harga saham dan perusahaan yang bertumbuh akan memiliki nilai pasar yang relatif lebih besar untuk aset-aset nya dari pada perusahaan yang tidak bertumbuh. Suatu rasio antara nilai pasar perusahaan dan jumlah aktiva yang dimiliki nya akan dihasilkan dari IOS yang didasarkan pada harga. Menurut Hidayah (2017) berikut proksi IOS berbasis harga yaitu :

- a) *Market to Book Value of Assets* (MV/BVA). Menurut Rosmaryam & Zainuddin (2016) rasio ini menunjukkan potensi pertumbuhan perusahaan yang

bergantung pada jumlah aset yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis nya.

Rumus MV/BVA yaitu:

$$\frac{\text{Total aset} - \text{Total ekuitas} + (\text{lembar saham beredar} \times \text{closing price})}{\text{Total aset}}$$

- b) *Market to Book Value of Equity* (MV/BVE). Menurut Hidayah (2017) rasio ini menggambarkan bahwa pasar menghargai pengembalian dari investasi perusahaan di masa depan, serta pengembalian yang diharapkan dari ekuitas nya akan lebih tinggi. Rumus MV/BVE yaitu:

$$\frac{\text{Aset} - \text{Total ekuitas} + \text{jumlah lembar saham} \times \text{closing price}}{\text{Total ekuitas perusahaan}}$$

- c) Tobin's Q². Menurut Hidayah (2017) rasio ini merupakan nilai pasar dari perusahaan dibagi dengan *replacement cost* dari aset. Nilai pasar yang digunakan yaitu jumlah saham beredar dikali dengan harga penutupan pasar, *replacement cost* dari aset mencerminkan total hutang dan persediaan perusahaan dikurangi aktiva lancar dibagi total aktiva perusahaan. Rumus Tobin's Q² yaitu:

$$\frac{(\sum \text{saham} \times \text{closing price}) + \text{TU} + \text{Persd} - \text{AL}}{\text{TA}}$$

- d) *Earning per Share / Price* (EPS). Menurut Rosmaryam & Zainuddin (2016) *Earning to share / price ratio* (E/P) atau rasio laba per lembar saham terhadap harga pasar saham yang di definisikan sebagai ukuran IOS untuk menunjukkan seberapa besar *earning power* yang dimiliki perusahaan.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba per lembar saham}}{\text{Closing price}}$$

- e) *Return On Equity* (ROE). ROE yaitu rasio penilaian laporan keuangan yang berguna untuk menilai seberapa besar kemampuan perusahaan guna meningkatkan laba perusahaan dengan menggunakan modal perusahaan (Hidayah, 2017).

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah ekuitas}}$$

2) Proksi IOS Berbasis Investasi

Proksi IOS berbasis pada investasi merupakan proksi memiliki keyakinan bahwa nilai IOS suatu perusahaan berhubungan positif dengan tingkat kegiatan investasi yang tinggi. Menurut Hidayah (2017) IOS berbasis investasi meliputi:

- a) Rasio *Capital Expenditure to Book Value of Assets* (CA/BVA). Menurut Rosmaryam & Zainuddin (2016) rasio yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aliran modal saham tambahan. Dengan tambahan modal saham ini, perusahaan dapat menginvestasi lebih banyak dalam aktivitas produktifnya, yang memungkinkan perusahaan untuk berkembang.

$$CA/BVA = \frac{Ni.Buku AT t - Ni.Buku AT t-1}{\text{Total Aktiva}}$$

- b) Rasio *Capital Expenditure to Market Value of Assets* (CA/MVA). Menurut Rosmaryam & Zainuddin (2016) rasio yang menunjukkan adanya aliran tambahan modal saham dalam perusahaan, dengan tambahan modal tersebut dapat memanfaatkan untuk investasi aktivitas produktifnya. Para investor dapat melihat seberapa besar aliran modal tambahan suatu perusahaan dengan membagi *capital expenditure* dengan harga perusahaan.

$$CA/MVA = \frac{(Ni.Buku AT t - Ni.Buku AT t-1)}{TA-TE+(Saham beredar \times Closing Price)}$$

- c) Rasio *Investment To Net Sales*. Rasio yang menggunakan investasi modal sesungguhnya untuk menghitung nilai buku *gross property, plant*, dan peralatan. Rasio ini dapat dihitung dengan membagi investasi perusahaan dengan penjualan bersih (Hidayah, 2017).

$$Inv. To Net Sales = \frac{Investasi}{Net Sales}$$

3) Proksi IOS Berbasis Pada Varian

Proksi IOS berbasis varian adalah proksi yang memprediksi nilai opsi jika variabilitas ukuran digunakan untuk mengestimasi kenaikan ukuran opsi seperti variabilitas imbal hasil yang mendasari suatu aset atau kenaikan aset. Menurut Hidayah (2017) ada dua proksi IOS berbasis varian yaitu *Variance of Return* dan *Assets Beta*. Proksi ini menunjukkan bahwa suatu opsi memperoleh nilai dengan menggunakan pengukuran variabilitas, seperti variabilitas pengembalian yang mendasari peningkatan aset untuk mengestimasi besarnya opsi yang diperluas.

c. Indikator *Investment Opportunity Set* (IOS)

Market to Book Value Asset (MBVA) digunakan dalam penelitian ini sebagai proksi *Investment Opportunity Set* (IOS). Dalam penelitian proksi IOS yang umum digunakan adalah proksi berbasis harga yang menggunakan ratio *Market to Book Value Asset* (MBVA), seperti dalam penelitian Sijabat et al (2023), Yusuf et al (2021), Wulandari et al (2021). Rasio ini mempunyai pengaruh terhadap kualitas laba. Rasio MBVA berkorelasi lurus dengan nilai IOS suatu perusahaan. Nilai IOS suatu perusahaan lebih tinggi jika MBVA nya lebih besar (Wulansari, 2013). Sehingga *Investment Opportunity Set* (IOS) diukur menggunakan rumus :

$$MBVA = \frac{\text{Total Aset} - \text{Total Ekuitas (Lembar saham beredar} \times \text{Closing Price)}}{\text{Total Aset}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel berikut ini merangkum beberapa penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara kualitas laba dengan *profit growth*, *firm size*, dan *Investment Opportunity Set* (IOS) :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil
1	Muhammad Yusuf, Dimas Wicaksono, Epy Nuryanti, (2021)	Pengaruh Pertumbuhan Laba, <i>Investment Opportunity Set</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Laba	X1 : Pertumbuhan Laba X2 : <i>Investment Opportunity Set</i> X3 : Ukuran Perusahaan Y : Kualitas Laba	(1) Kualitas Laba tidak dipengaruhi oleh Pertumbuhan Laba, (2) Kualitas Laba tidak dipengaruhi secara signifikan oleh <i>Investment Opportunity Set</i> (IOS), (3) Kualitas Laba dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan.
2	Bayu Wulandari, Angela Juliananda Situmorang, Donna Valentina Sinaga, Editha Laia, (2021)	Pengaruh Struktur Modal, IOS, Ukuran Perusahaan, ROA dan Likuiditas terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Jasa yang Terdaftar di BEI periode 2017-2018	X1 : Struktur Modal X2 : IOS X3 : Ukuran Perusahaan X4 : ROA X5 : Likuiditas Y : Kualitas Laba	Secara simultan variabel Struktur Modal, <i>Investment Opportunity Set</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Return on Asset</i> dan <i>Current Ratio</i> tidak berpengaruh terhadap Kualitas Laba
3	I Safitri, A.Ajengtiyas, A. Saebani (2021)	Determinasi Kualitas Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	X1 : Struktur Modal X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Pertumbuhan Laba	(1) Kualitas Laba dipengaruhi secara negatif oleh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Laba, (2) Kualitas Laba dipengaruhi

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil
			X4 : Likuiditas Y : Kualitas Laba	secara positif oleh Ukuran Perusahaan.
4	Yusmaniarti, Budi Astuti, Hernadianto, Desma Purnama Sari, (2023)	Pengaruh Konservatisme, <i>Investment</i> <i>Opportunity Set</i> (IOS), dan Leverage Terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia	X1 : Konservatisme X2 : <i>Investment</i> <i>Opportunity</i> <i>Set</i> (IOS) X3 : Leverage Y : Kualitas Laba	Konservatisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Laba; Kemudian, <i>Investment</i> <i>Opportunity Set</i> (IOS) berpengaruh negatif terhadap Kualitas Laba; dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Laba. Serta Konservatisme, <i>Investment</i> <i>Opportunity Set</i> (IOS), dan <i>Leverage</i> berpengaruh secara simultan terhadap Kualitas laba
5	Siti Nur Aulia, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, Hamdani, (2022)	Pengaruh Alokasi Pajak Antar Periode, <i>Invesment</i> <i>Opportunity Set</i> , Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba (pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021)	X1 : Alokasi Pajak Antar Periode X2 : <i>Invesment</i> <i>Opportunity</i> <i>Set</i> X3 : Ukuran Perusahaan X4 : Likuiditas Y : Kualitas Laba	Ukuran Perusahaan dan Likuiditas berpengaruh positif terhadap Kualitas Laba, Alokasi Pajak Antar Periode dan <i>Invesment</i> <i>Opportunity Set</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Kualitas Laba.

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil
6	Andika Hasburrahman, (2024)	Pengaruh Pertumbuhan Laba, <i>Investment Opportunity Set</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Sub Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	X1 : Pertumbuhan Laba X2 : <i>Investment Opportunity Set</i> X3 : <i>Good Corporate Governance</i> Y : Kualitas Laba	Pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Laba. <i>Investment Opportunity Set</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Laba. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap kualitas.
7	Dea Adelia Fitriani Sari, Lily Setyawati Kristianti, (2024)	Pengaruh <i>Invesment Opportunity Set</i> (IOS) dan Pertumbuhan Laba Terhadap Kualitas Laba pada PT Wijaya Karya (Persero) Tbk Periode 2013-2022	X1 : <i>Invesment Opportunity Set</i> (IOS) X2 : Pertumbuhan Laba Y : Kualitas Laba	<i>Invesment Opportunity Set</i> (IOS) dan Pertumbuhan Laba terhadap Kualitas Laba dengan pengujian parsial di nyatakan berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif, terhadap Kualitas Laba
8	Teguh Erawati, Sisilia Stefani Wuarlela, (2022)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Laba dan Kualitas Laba pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia	X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Profitabilitas X3 : Likuiditas X4 : Pertumbuhan Laba Y : Kualitas Laba	Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap kualitas laba. profitabilitas berpengaruh negatif terhadap kualitas laba. likuiditas berpengaruh positif terhadap kualitas laba didukung. pertumbuhan laba berpengaruh

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil
				positif terhadap kualitas laba.
9	Owin Hardiansyah Sijabat, Vivi Iwanti Nursyirwan, dan Yenni Cahyani, (2023)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, dan <i>Investment Opportunity Set</i> Terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar Di BEI 2018-2022	X1 : Struktur Modal X2 : Pertumbuhan Laba X3 : <i>Investment Opportunity Set</i> Y : Kualitas Laba	Struktur Modal berpengaruh terhadap Kualitas Laba, Pertumbuhan Laba tidak berpengaruh terhadap Kualitas Laba, <i>Investment Opportunity Set</i> berpengaruh terhadap Kualitas Laba.
10	Rizky Oktavia Friscilawati, Imam Hadiwibowo, Mohammad Taufik Azis, (2024)	Pengaruh Konservatisme, Ukuran Perusahaan, dan <i>Investment Opportunity Set</i> terhadap Kualitas Laba	X1 : Konservatisme X2 : Ukuran Perusahaan X3 : <i>Investment Opportunity Set</i> Y : Kualitas Laba	Ukuran perusahaan menunjukkan dampak pengaruh negatif yang signifikan terhadap kualitas laba. <i>Investment Opportunity Set</i> (IOS) berdampak positif secara signifikan terhadap kualitas laba,

Sumber : Penelitian Terdahulu, Tahun 2021-2024

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu ada perbedaan hasil penelitian yang menyebabkan adanya *Gap Research* sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Laba (*Profit Growth*)

Pada penelitian Safitri et al (2021) pertumbuhan berpengaruh negatif terhadap kualitas laba, Sari & Kristianti (2024) dengan pengujian parsial di nyatakan pertumbuhan laba berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap kualitas laba, Erawati & Wuarlela (2022) pertumbuhan laba berpengaruh

positif terhadap kualitas laba. Akan tetapi terdapat perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Yusuf et al (2021) dan Sijabat et al (2023) pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, Hasburrahman (2024) pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas laba

2. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Pada penelitian Yusuf et al (2021) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kualitas laba. Safitri et al (2021) dan Nur Aulia et al (2022) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas laba, Frincilawati et al (2024) ukuran perusahaan berpengaruh negatif yang signifikan terhadap kualitas laba. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al (2021) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, Erawati & Wuarlela (2022) ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap kualitas laba.

3. *Investment Opportunity Set (IOS)*

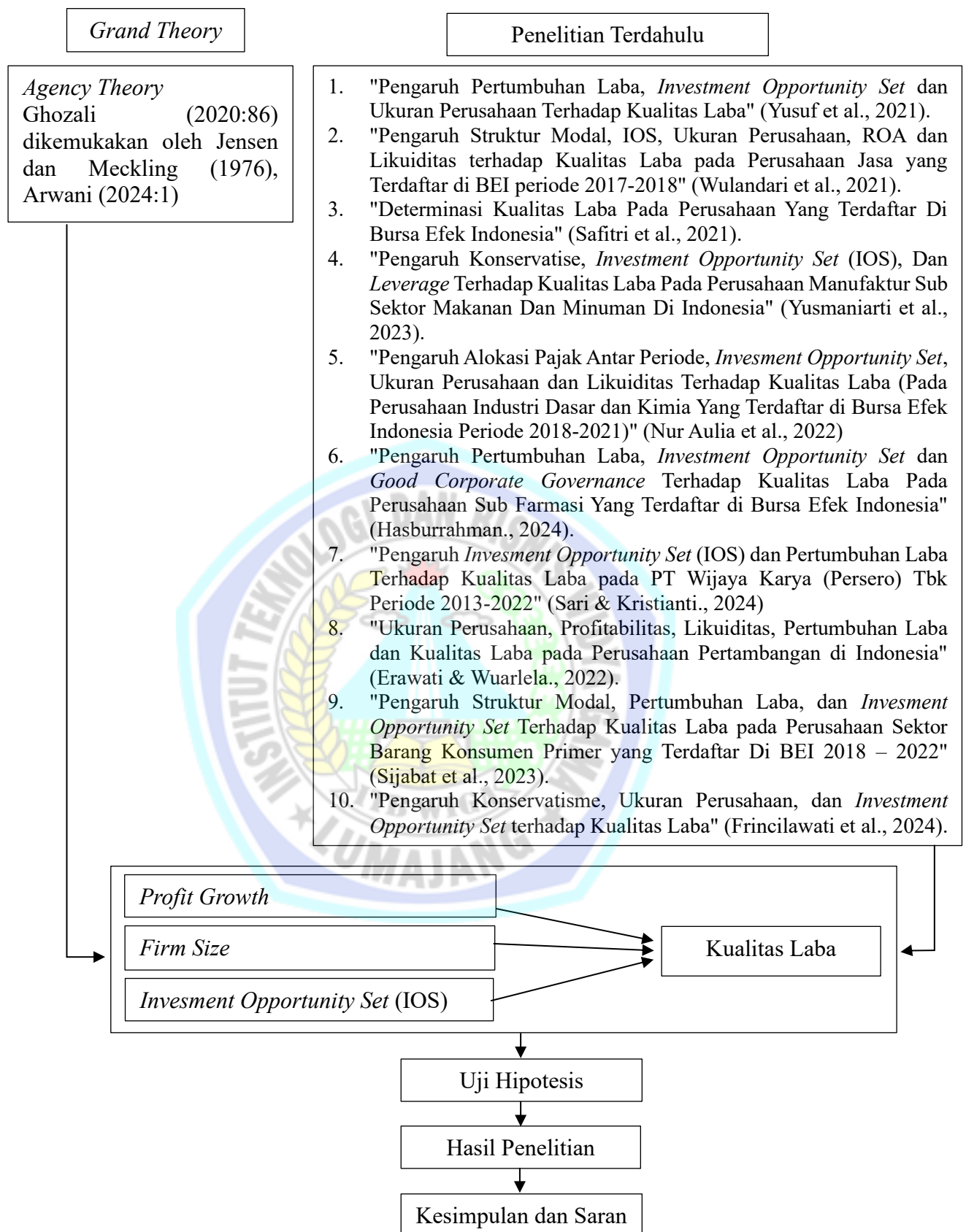
Pada penelitian Yusmaniarti et al (2023) *Investment Opportunity Set (IOS)* berpengaruh negatif terhadap kualitas laba, Hasburrahman (2024) , Sari & Kristianti (2024), Frincilawati et al (2024) *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laba, Sijabat et al (2023) terdapat pengaruh *Investment Opportunity Set (IOS)* terhadap kualitas laba. Namun berbeda dengan penelitian Yusuf et al (2021) *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas laba,, Wulandari et al (2021) dan Nur Aulia et al (2022) *Investment Opportunity Set (IOS)* tidak berpengaruh terhadap kualitas laba.

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Definisi Kerangka Pemikiran

Sugiyono (2019:96) menyatakan bahwa kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang telah di deskripsikan sebelumnya. Sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti merupakan hasil dari analisis yang kritis dan sistematis terhadap teori-teori tersebut. Sebuah hipotesis kemudian dikembangkan dengan sintesa hubungan antara variabel tersebut.

Kerangka pemikiran untuk observasi ini berasal dari literatur yang relevan dan bersumber dari jurnal peneliti terdahulu. Variabel terkait dengan *profit growth*, *firm size*, *Investment Opportunity Set (IOS)*. Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji asumsi klasik untuk menghasilkan hipotesis yang akan diajukan oleh peneliti. Kemudian peneliti akan mendapatkan hasil penelitian. Berdasarkan hasil pemikiran peneliti diatas, peneliti membuat keputusan untuk menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut:

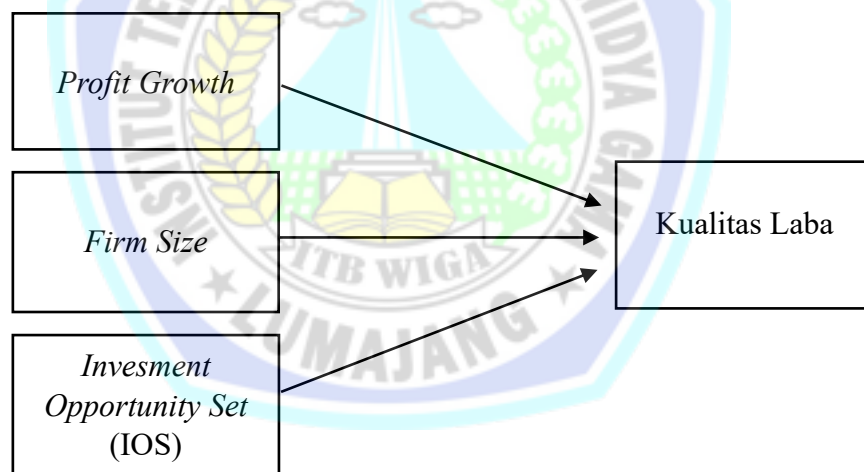


Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : *Grand Theory* dan *Penelitian Terdahulu*

2.3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual, menurut Bahri (2018:37) merupakan model konseptual yang menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan sejumlah faktor yang telah dikenali sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual adalah suatu bentuk kerangka berpikir yang digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Variabel penelitian yang digunakan dalam pembuatan model konseptual meliputi independen, dependen, intervening, dan mediator.

Penelitian ini mencoba untuk memastikan dan menguji dampak *profit growth*, *firm size*, *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap kualitas laba. Dari penelitian ini dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber : Yusuf et al (2021), Nur Aulia et al (2022), Sijabat et al (2023),
Yusmaniarti et al (2023)

Keterangan :

———— = Pengaruh variabel X ke Y

2.4 Hipotesis

Menurut Paramita et al (2021:53), hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang sudah terjadi

atau akan terjadi. Hipotesis yaitu pernyataan peneliti tentang hubungan variabel-variabel dalam penelitian dan merupakan pernyataan paling spesifik.

Hipotesis disebut pertanyaan bersifat sementara karena tanggapan yang diberikan berdasarkan pada teori yang bersangkutan dan bukan fakta aktual yang ditemukan melalui pengumpulan data. Peneliti menggunakan hipotesis berikut berdasarkan kerangka teoritis yang telah disediakan, serta kerangka pemikiran dan konseptual yang telah disajikan:

2.4.1 Pengaruh *Profit Growth* Terhadap Kualitas Laba

Profit growth ialah kalkulasi seberapa besar kenaikan laba setiap tahunnya. Persentase *profit growth* dapat dilihat dengan pengurangan laba bersih tahun berjalan dan laba bersih tahun lalu kemudian membagi hasilnya dengan laba bersih tahun lalu. Jika pertumbuhan laba terus meningkat maka menunjukkan kualitas laba yang cukup baik dan akurat (Sari & Kristianti, 2024). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pertumbuhan laba terhadap kualitas laba dengan pengujian parsial dinyatakan berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif.

Menurut Yusuf et al (2021) *profit growth* dapat diukur dengan *proxy Earning After Tax (EAT)*. *Earning After Tax (EAT)* atau laba setelah pajak ialah laba yang didapatkan setelah dikurangkan dengan pajak (Fahmi, 2014). *Profit growth* dan kualitas laba saling berkaitan karena sebuah perusahaan dapat dianggap memiliki kinerja keuangan yang tinggi jika perusahaan tersebut memiliki kesempatan untuk tumbuh dan menghasilkan laba (Sadiah & Priyadi, 2015).

Sedangkan penelitian Erawati & Wuarlela (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap kualitas laba. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka diperoleh hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : *Profit Growth* Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba

2.4.2 Pengaruh *Firm Size* Terhadap Kualitas Laba

Firm size merupakan skala yang diklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan dengan berbagai cara. *Firm size* pada penelitian ini diukur dengan menggunakan ln total aset. Semakin besar angka algoritma dari total aset perusahaan menunjukkan semakin besar pula ukuran perusahaan atau aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Sadiah & Priyadi, 2015). Terdapat hubungan antara *firm size* dengan kualitas laba, karena perusahaan besar dianggap mampu menghasilkan laba yang tinggi sehingga meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan dipercaya oleh investor, maka semakin tinggi pula kualitas laba nya (Erawati & Wuarlela, 2022).

Menurut penelitian Yusuf et al (2021) diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada kualitas laba, karena perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan lebih stabil dan mampu menghasilkan lebih besar laba dari pada perusahaan yang memiliki total aset yang sedikit atau rendah. Perusahaan dengan total aset yang besar juga akan lebih dikenal oleh publik, yang akan mendorong untuk mengungkapkan kondisi keuangannya secara lebih berhati-hati, lebih menunjukkan keakuratan informasi yang terkandung di dalamnya dan lebih transparan sehingga perusahaan akan lebih sedikit dalam melakukan manajemen laba.

Hasil temuan tersebut sejalan dengan penelitian oleh Safitri et al (2021) dan Nur Aulia et al (2022) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas laba. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : *Firm Size* Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba

2.4.3 Pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) Terhadap Kualitas Laba

Menurut Pramiana et al (2015), *Investment Opportunity Set* (IOS) ialah sekumpulan peluang investasi yang dapat di manfaatkan oleh suatu perusahaan di masa depan. Alasan digunakan variabel ini karena semakin tinggi tingkat *Investment Opportunity Set* (IOS) maka semakin tinggi juga return dan kualitas laba perusahaan (Sadiah & Priyadi, 2015). *Investment Opportunity Set* (IOS) dapat diukur dengan menggunakan *proxy Market to Book Value Asset* (MBVA). Rasio ini mempunyai pengaruh terhadap kualitas laba. Rasio MBVA berkorelasi lurus dengan nilai IOS suatu perusahaan. Nilai IOS suatu perusahaan lebih tinggi jika MBVA nya lebih besar (Wulansari, 2013).

Menurut Sijabat et al (2023) diperoleh hasil bahwa *Investment Opportunity Set* secara simultan berpengaruh terhadap kualitas laba, karena perusahaan dengan tingkat *Investment Opportunity Set* (IOS) yang tinggi cenderung memiliki prospek pertumbuhan yang lebih besar di masa depan. Adanya yang ditandai dengan adanya *Investment Opportunity Set* menyebabkan laba perusahaan dimasa depan meningkat.

Hasilnya sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Hasburrahman (2024), Sari & Kristianti (2024) dan Frincilawati et al (2024) *Investment*

Opportunity Set berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laba, hal ini menunjukkan perusahaan dengan kesempatan investasi tinggi cenderung menghasilkan laporan keuangan yang lebih baik serta dapat meningkatkan transparansi dan kualitas laporan keuangan perusahaan. Dengan adanya penelitian terdahulu, maka penelitian ini diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Investment Opportunity Set* Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba

