PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Skripsi)

Oleh

ARINI MEGA PUSPITA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018

ABSTRACT

THE EFFECT OF BUSINESS STRATEGY TO FIRM PERFORMANCE AND EARNING MANAGEMENT AS AN INTERVENING VARIABLE

By

ARINI MEGA PUSPITA

This study was conducted to examine the effect of business strategy to firm performance and earning management as an intervening variable. This study was using the concept of Miles and Snow (1978) regarding the business strategy which stated that prospector and defender is extremely different strategy. Three proxies which used to define business strategy are employee to total sales (EMPSAL), ratio of capital expenditure to total asset (CAPTA), and dividend payout ratio (DPR). The firm performance is measured by profitability ratio using return on asset (ROA). Earning management is measured by discretionary accruals. The population in this research are all the manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2013-2015. Determination of the sample is done by using purposive sampling method and acquired 24 companies. Selection of sample types prospector and defender analyzed by using cluster analysis. Data were tested by using path analysys and using SPSS 23. The result of this study indicate that (1) business strategy effect firm performance, (2) business strategy effect earning management, (3) earning management has no effect on firm performance.

Keywords: *Business Strategy, Firm Performance, Earning Management.*

ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh

ARINI MEGA PUSPITA

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan konsep Miles dan Snow (1978) dalam menentukan strategi bisnis yang menyebutkan bahwa *prospector* dan *defender* adalah strategi yang ekstrim berbeda. Proksi yang digunakan untuk menentukan strategi bisnis yaitu jumlah karyawan terhadap total penjualan (EMPSAL), rasio *capital expenditure* terhadap total asset (CAPTA), dan *dividend payout ratio* (DPR). Kinerja perusahaan di ukur dengan rasio profitabilitas menggunakan rasio *return on asset* (ROA). Manajemen laba di ukur dengan akrual diskresioner. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013 sampai 2015. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 24 perusahaan. Pengelompokan perusahaan bersrtrategi *prospector* dan *defender* di analisis menggunakan *Cluster Analysis*. Data diuji menggunakan pengujian *Path Analysis* menggunakan bantuan SPSS 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, (2) strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen laba, (3) manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Kinerja Perusahaan, Manajemen Laba.

PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh

ARINI MEGA PUSPITA

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018

Judul Skripsi : **PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN MENAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Nama Mahasiswa : *Arini Mega Puspita*

No. Pokok Mahasiswa : 1411031016

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Drs. A. Zubaidi Indra, M.M., C.A., C.P.A., Akt.	**Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt.**
NIP 19570608 198703 1 003	NIP 19830830 200604 2 001

2. Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Farichah, S.E., M.Si., Akt.
NIP 19620612 199010 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

   Ketua : **Drs. A. Zubaidi Indra, M.M., C.A., C.P.A., Akt.** .....

   Sekretaris : **Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt.** .....

   Penguji Utama : **Susi Sarumpaet, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt.** .....

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **05 Juli 2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arini Mega Puspita

NPM : 1411031016

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Intervening" adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, selain itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 5 Juli 2018

METERAI TEMPEL D4306AFF048594336 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Arini Mega Puspita

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 18 Juni 1996. Penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara, dari Bapak Ahmad Baharuddin Naim, S.H., M.H., dan Ibu Erniyati Mariun, A.Md. Pada tahun 2003, penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Kesuma. Kemudian Pendidikan Sekolah Dasar (SD) diselesaikan oleh penulis pada tahun 2008 di SD Negeri 1 Kedaton. Selanjutnya Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh oleh penulis di SMP Negeri 2 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2011. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 2 Bandar Lampung hingga tahun 2014.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2014 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dan berhasil lulus ujian komprehensif pada tanggal 5 Juli 2018. Selama menjadi mahasiswi, penulis terdaftar sebagai pengurus AIESEC (*Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales*) dan menjadi Beswan Djarum 32 (Beasiswa Djarum Foundation 2016/2017). Pada tahun 2016 penulis ikut serta menjadi *Liaison Officer* dalam kegiatan Simposium Nasional Akuntansi XIX yang merupakan kegiatan tahunan

yang diselenggarakan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dan pada tahun 2017 terpilih kembali menjadi *Liaison O*fficer dalam kegiatan Seminar Nasional dan Sidang Pleno XIX yang diselenggarakan Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI).

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Karya ini kupersembahkan kepada:

Kedua orangtuaku, Bapak Ahmad Baharuddin Naim dan Ibu Erniyati Mariun yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat dan fasilitas untukku meraih pendidikan hingga saat ini. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan kepadaku. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberi kesehatan dan kebahagiaan.

Kakakku Bani Muhammad Alif, S.H, dan adik-adikku Azaria Nabila dan Azzahra Yuri Mahardika yang selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis dan selalu mengerti serta menerima keluh kesah penulis.

Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan motivasi dan doa.

Seluruh sahabat dan teman-temanku, untuk dukungan, keceriaan, dan nasihat yang selalu diberikan.

Almamater tercinta, Universitas Lampung.

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap"

(Qs. Al-Insyirah: 5-6)

"Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa pedihnya rasa sakit"

(Imam Ali Ibn Abi Thalib)

"Be thankful for what you have, you'll end up having more. If you concentrate on what you don't have, you will never, ever have enough"

(Oprah Winfrey)

"If you can't fly, then run. If you can't run, then walk. If you can't walk, then crawl. But whatever you do, you have to keep moving forward"

(Martin Luther King Jr.)

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"**Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Intervening**"**, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah diperoleh penulis dapat membantu mempermudah proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Farichah, S.E., M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Yuztitya Asmaranti, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

4. Bapak Drs. A. Zubaidi Indra, M.M., C.A., C.P.A., Akt., selaku Pembimbing Utama. Terimakasih atas bimbingan, saran, arahan dan nasihat yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ibu Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt., selaku Pembimbing Pendamping. Terima kasih atas bimbingan, masukan, arahan dan nasihat yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Ibu Susi Sarumpaet, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt., selaku Dosen Penguji, atas masukan, arahan dan nasihat yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Fajar Gustiawaty Dewi, S.E., M.Si., Akt., selaku Pembimbing Akademik, yang telah memberikan waktu, saran dan masukan selama penulis menjadi mahasiswa.
8. Seluruh Karyawan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis atas bimbingan dan bantuan selama ini.
9. Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak Ahmad Baharuddin Naim, S.H., M.H., dan Ibu Erniyati Mariun, A.Md., terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna, yang selalu mendoakan tanpa henti atas kesuksesan dan keberhasilanku, memberikan dukungan, mendengar keluh kesah anaknya dan menasihati dengan penuh cinta dan kasih sayang.
10. Kakakku Bani Muhammad Alif, S.H, dan adik-adikku Azaria Nabila dan Azzahra Yuri Mahardika atas keceriaan dan selalu memberikan semangat dalam keadaan suka dan duka.
11. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan doa yang selalu diberikan.

12. Sahabat terbaikku Cumi yaitu Aliva, Mutiara, Elfrisa, Ninda, Fadhil yang menjadi tempat berbagi dan berkeluh kesah. Terimakasih karena telah menjadi motivator untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita tetap menjaga komunikasi, bisa berteman sampai kapanpun dan menjadi orang sukses secepatnya.
13. Sahabat Ntah yaitu Dhissa, Fanisya, Sekar, Mutirara, Elfrisa, Nasa. Terimakasih atas kisah yang penuh warna selama perkuliahan, semoga kita tetap bisa berteman sampai kapanpun dan semoga kita diberikan kesuksesan dalam hidup kita.
14. Sahabat Skubal yaitu Ferly, Anis, Tegar, Aliva, Elfrisa. Terimakasih atas canda, tawa, saran, dan dukungan selama ini. Semoga kita tetap bisa berteman sampai kapanpun.
15. Sahabat Manis Manja yaitu Aliva, Elfrisa, Dhissa, Fanisya, Ulan, Zha, Eka, Nasa. Terimakasih atas canda, tawa, dan semangat yang diberikan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita tetap bisa berteman sampai kapanpun.
16. Seluruh teman AIESEC yaitu Kak Septian, Kak Deni, Kak Lia, Kak Faher, Kak Zaid, Kak Ucok, Kak Debo, Kak Saka, Kak Yezzie, Kak Alvin, Kak Mpit, Kak Sartika terimakasih untuk pembelajaran dan motivasi untuk mencapai cita-cita.
17. Seluruh teman perkuliahan yaitu Bella, Reka, Chaki, Naadhiya, Iroh, Atika, Anisa, Zelda, Chatia, Elsa, Dhana, Dilla, Yandi, Yuda, Dicky, Dani, Bipa, Iszen, Anggit, Amirul, Nabila, Ajeng, Ujo, Niken, Riska, Beka, Gilda, Ocha, Oftika, Amel, Umi terimakasih atas pertemanan, doa, dan

motivasinya selama perkuliahan, semoga kita semua kelak menjadi orang yang sukses.

18. Keluarga Beswan Djarum yaitu Ketut, Probo, Novy, Agung, Ghufron, Mas Wono, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas pembelajaran dan pengalaman yang tidak terlupakannya.
19. Untuk Reggy Indrawan, S.E., yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
20. Untuk sahabatku yaitu Arridho Rifaldo, yang telah menjadi sahabat yang setia. Terimakasih atas doa, dukungan, nasihat, dan waktunya.
21. Untuk temanku yaitu Nabil Abdurahman Jasir, yang telah mengingatkan penulis untuk selalu dekat dengan Allah SWT. Terimakasih atas motivasi, doa, canda dan tawa, serta waktu yang telah diluangkan untuk mendengarkan penulis bercerita.
22. Seluruh teman Akuntansi 14 yang ikut juga membantu penulis dengan memberikan ide dan semangat untuk memperlancar penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu mohon maaf atas segala kekurangannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Bandar Lampung, 5 Juli 2018

Penulis,

Arini Mega Puspita

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
ABSTRAK ..... **iii**
HALAMAN JUDUL ..... **iv**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **v**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **vi**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **vii**
RIWAYAT HIDUP ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **x**
MOTTO ..... **xi**
SANWACANA ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xx**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxi**

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Masalah Penelitian 7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
1.3.1 Tujuan Penelitian 7
1.3.2 Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory)* 9
2.1.2 Strategi Bisnis 10
2.1.2.1 Keunggulan Bersaing 10
2.1.2.2 Strategi Bisnis 11
2.1.2.3 *Prospector* dan *Defender* 13
2.1.3 Kinerja Perusahaan 15
2.1.4 Manajemen Laba 15
2.1.4.1 Pengertian Manajemen Laba 15
2.1.4.2 Pola Manajemen Laba 16
2.1.4.3 Motivasi Manajemen Laba 17
2.1.4.4 Pengukuran Manajemen Laba 19
2.2 Penelitian Terdahulu 21

2.3 Model Penelitian 24
2.4 Pengembangan Hipotesis 24
2.4.1 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan....24
2.4.2 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba 26
2.4.3 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan27

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Populasi dan Sampel 29
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya 30
3.3.1 Variabel Independen 30
3.3.2 Variabel Dependen 33
3.3.3 Variabel Intervening.....33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....35
3.5 Teknik Analisis 35
3.5.1 Analisis Kluster (*Cluster Analysis*) 35
3.5.2 Statistika Deskriptif.....36
3.5.3 Uji Asumsi Klasik 37
3.5.3.1 Uji Normalitas 37
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....37
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas 38
3.5.3.4 Uji Autokorelasi 38
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....39
3.5.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....39
3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) 39
3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 39
3.5.4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*).....40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Pemilihan Sampel 42
4.2 Pengujian Pengelompokkan Perusahaan.....42
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....45
4.3.1 Statistik Deskriptif 45
4.4 Analisis Model dan Pembuktian Hipotesis 46
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....47
4.4.1.1 Uji Normalitas.....47
4.4.1.2 Uji Autokorelasi.....48
4.4.1.3 Uji Multikolinearitas 49
4.4.1.4 Uji Heteroskedastisitas.....50
4.4.2 Pembuktian Hipotesis 51
4.4.2.1 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba.....51
4.4.2.2 Pengaruh Strategi Bisnis dan Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan 52
4.4.2.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....55
4.4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R2) 56

4.5 Pembahasan dan Hasil Analisis 57
4.5.1 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan 57
4.5.2 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba.....59
4.5.3 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan.....59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 61
5.2 Implikasi Penelitian.....62
5.2.1 Implikasi Teoritis 62
5.2.2 Implikasi Praktis.....63
5.3 Keterbatasan Penelitian.....62
5.4 Saran.....63
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 21
Tabel 4.1 Proses Pemilihan Sampel Penelitian 42
Tabel 4.2 Penentuan Kriteria Cluster 43
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif 45
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi Model Regresi 1 49
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi Model Regresi 2 49
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas 50
Tabel 4.7 Hasil Uji Spearman's rho Model 1 51
Tabel 4.8 Hasil Uji Spearman's rho Model 2 51
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba 52
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Strategi Bisnis dan Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan 53
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) Model Regresi 1 56
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) Model Regresi 2 56
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Regresi 1 57
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Regresi 2 57

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian 24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Model Regresi 1 47
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Model Regresi 2 48
Gambar 4.3 Hasil Uji *Path Analysis* 54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Data Sampel Perusahaan
Lampiran 2 : Data Analisis Pengelompokkan Sampel Perusahaan Tahun 2013 – 2015 Berdasarkan *Cluster Analysis*
Lampiran 3 : Data Hasil Strategi Bisnis, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan
Lampiran 4 : Penentuan Kriteria *Cluster*
Lampiran 5 : Statistik Deskriptif
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik Model 1
Lampiran 6.1 : Uji Normalitas
Lampiran 6.2 : Uji Autokorelasi
Lampiran 6.3 : Uji Multikolinearitas
Lampiran 6.4 : Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik Model 2
Lampiran 7.1 : Uji Normalitas
Lampiran 7.2 : Uji Autokorelasi
Lampiran 7.3 : Uji Multikolinearitas
Lampiran 7.4 : Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 8 : Uji Hipotesis
Lampiran 8.1 : Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)
Lampiran 8.2 : Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)
Lampiran 8.3 : Uji Koefisien Determinasi (R^2)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Indonesia pun sudah mulai masuk ke dalam era digitalisasi, yang ditandai dengan kemajuan teknologi, lingkungan yang cepat berubah dan semakin sulit untuk diprediksi. Hal ini berdampak pada konsumsi masyarakat yang diakibatkan persaingan bisnis semakin ketat. Persaingan yang ketat dan terus meningkat tersebut akan mempengaruhi kinerja perusahaan, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya perusahaan yang mengalami peningkatan kinerja dan penurunan kinerja.

Kinerja perusahaan adalah hasil dari kinerja manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah memberikan keuntungan yang adil bagi pemiliknya sambil menjaga modal yang diinvestasikan (Tamalee, 2008). Kinerja perusahaan memiliki hubungan yang erat dengan laba. Perusahaan yang dinilai berkinerja baik memiliki laba yang tinggi, sedangkan perusahaan yang memiliki kinerja yang buruk dianggap memiliki laba yang rendah. Baik buruknya kinerja perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah

strategi. Strategi bisnis termasuk hal yang mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut.

Strategi menurut Kotler dan Keller (2009) adalah rencana pelaksanaan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi bisnis adalah sekumpulan tindakan terintegrasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi para pesaing (Ward dan Peppard, 2002). Strategi bisnis itu seperti sebuah dasar, karakteristik spesifik perusahaan dari informasi lingkungan perusahaan. Miles dan Snow (1978) membagi strategi bisnis menjadi empat tipe yaitu *prospector, defender, analyzer,* dan *reactor*.

Tipe strategi pertama adalah *prospector*, perusahaan berstrategi *prospector* adalah perusahaan yang secara kontinu mencari peluang-peluang pasar baru dan secara regular bereksperimen dengan melakukan respon-respon potensial terhadap kecenderungan lingkungan yang timbul. Dengan demikian perusahaan yang termasuk dalam kategori ini sering merupakan *creator* perubahan dan ketidakpastian sehingga kompetitornya harus senantiasa merespon. Strategi yang kedua adalah *defender*, perusahaan yang menerapkan strategi *defender* biasanya lebih menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih rendah dari pesaingnya. Penekanan pada efisiensi terlihat pada pengontrolan biaya secara ketat (Porter, 1980).

Strategi yang ketiga yang dikemukakan Miles dan Snow (1978) adalah strategi *analyzer*. Perusahaan berstrategi *analyzer* adalah perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam dua tipe domain produk market yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Strategi yang terakhir adalah tipe strategi

reactor, perusahaan bersrtategi *reactor* adalah perusahaan yang manajer puncaknya seringkali mempersepsikan bahwa telah terjadi perubahan dan ketidakpastian dalam lingkungan operasionalnya, tetapi tidak dapat merespon secara efektif.

Strategi bisnis yang dikemukakan oleh Miles dan Snow (1978) ini didasarkan pada tingkat perubahan produk maupun pasar yang dialami oleh perusahaan akibat strategi yang diterapkannya. Menurut Miles dan Snow (1978) *prospector* dan *defender* adalah strategi yang paling dominan dan strategi yang sangat berbeda. Dikarenakan strategi merupakan hal yang mendasar bagi suatu perusahaan sehingga penting untuk dipahami dan diterapkan secara tepat. Apabila salah menerapkan strategi akan berpengaruh terhadap kinerja, akibatnya tujuan utama perusahaan adalah memberikan keuntungan yang adil bagi pemiliknya sambil menjaga modal yang diinvestasikan akan terganggu. Namun, pemilihan strategi yang baik pun belum menjamin akan meningkatnya kinerja perusahaan karena pelaporan kinerja perusahaan berupa laporan keuangan disusun oleh pihak manajemen yang bisa dimanipulasi oleh pihak manajer dengan manajemen laba.

Manajemen laba merupakan suatu kebijakan akuntansi untuk mencapai sebuah tujuan yang dikehendaki, baik dalam peningkatan laba maupun mengurangi laba yang dilaporkan sebagai sebuah keputusan dari manajer, tujuannya untuk mengelabui *stakeholder* (Scott, 2012). Manajemen laba dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan, sebab pada komponen akrual dapat dilakukan permainan angka melalui metode akuntansi yang digunakan sesuai dengan keinginan orang yang melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan (Sulistyanto, 2008). Makin besar

manajer melakukan manajemen laba, akan membuat kinerja perusahaan yang ditampilkan di laporan keuangan semakin baik di mata pemegang saham.

Kasus kecurangan laporan keuangan merupakan isu yang marak terjadi di Indonesia, salah satunya adalah kasus kecurangan laporan keuangan yang menimpa PT. Indofarma. PT Indofarma adalah sebuah BUMN yang sahamnya telah diperdagangkan dibursa sehingga menjadi perusahaan publik. Pada tahun 2013 PT Indofarma mengalami kerugian milyaran rupiah. Padahal di tahun sebelumnya perseroan ini sempat meraup laba sebesar 23,3 milyar rupiah. Kinerja perusahaan yang terus menerus menurun dari tahun 2011 hingga tahun 2013, dan pada tahun 2014 laba meningkat positif. Hal ini menimbulkan kecurigaan bagi Bapepam, dan berdasarkan indikasi oleh Kementerian BUMN dan pemeriksaan Bapepam ditemukan adanya salah saji dalam laporan keuangan yang mengakibatkan lebih saji (*overstatement*) laba bersih untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 (Sindonews, 2015).

Manajemen laba yang banyak dilakukan perusahaan tersebut dalam jangka pendek mungkin akan meningkatkan kinerjanya, namun untuk jangka panjang akan menimbulkan penurunan dalam kinerja. Berdasarkan hasil penelitian Gill (2013), Waseemullah (2015), dan Salim (2015) mengenai manajemen laba dan kinerja perusahaan. Ditemukan hasil dari penelitiannya bahwa semakin kuat praktik manajemen laba, semakin besar dampak buruknya terhadap ROA perusahaan di tahun berikutnya, dan semakin intensif aktivitas manajemen laba, semakin besar pula dampak negatif dari tindakan tersebut terhadap nilai perusahaan (Gill, 2013). Berbeda dengan penelitian Waseemullah (2015) dan Salim (2015) yang berpendapat bahwa tindakan manajemen laba memiliki dampak positif yang

signifikan terhadap ROA, tindakan manajemen laba yang semakin tinggi akan mempengaruhi tingkat profitabilitas sehingga perusahaan akan terlihat lebih menarik pihak investor untuk menanamkan modalnya.

Bagi pemegang saham informasi mengenai kinerja perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Pihak manajer pun menganggap bahwa apabila mereka membuat pelaporan kinerja perusahaan yang baik akan menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, dan akan memberikan penliaian kinerja yang baik yang ditunjukkan dengan perolehan laba yang terus meningkat sehingga dapat meningkatkan insentif mereka. Hal ini dijelaskan dalam teori keagenan (*agency theory*) bahwa pihak manajemen memiliki perbedaan kepentingan dengan pemegang saham. Hal ini bisa disimpulkan bahwa strategi bisnis yang dipilih perusahaan akan mempengaruhi seberapa besar manajemen laba yang dilakukan perusahaan untuk memanipulasi laporan keuangan perusahaannya agar dinilai berkinerja baik.

Penelitian mengenai strategi bisnis dan kinerja perusahan telah dilakukan Oyedijo dan RO (2012), Hambrick (1983), dan Sarac (2014). Hasil penelitian Oyedijo dan RO (2012) memberikan bukti bahwa perusahaan berstrategi *prospector* memiliki kinerja perusahaan terbaik, sedangkan perusahan berstrategi *defender* memiliki kinerja perusahaan terburuk. Berbeda dengan penelitian Hambrick (1983) yang mengindikasikan bahwa perusahaan *defender* lebih bagus daripada perusahaan berstrategi *prospector* dalam hal arus kas dan profitabilitas. Penelitian Sarac (2014) menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada perusahaan

berstrategi *prospector*, *defender*, dan *analyzer* terhadap kinerja perusahaan, yang artinya ketiga strategi tersebut memiliki kinerja yang sama bagusnya.

Penelitian mengenai strategi bisnis dan manajemen laba dilakukan oleh Houqe *et al*. (2013), dan Bentley *et al*. (2013). Hasil penelitian Houqe *et al*. (2013) menjelaskan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen laba dengan perusahaan berstrategi *defenfer* lebih banyak melakukan manajemen laba daripada perusahaan berstrategi *prospector*. Berbeda dengan penelitian Bentley *et al.* (2013) yang mngindikasikan perusahaan bersrtategi *prospector* lebih banyak melakukan manajemen laba daripada perusahaan berstrategi *defender.*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel intervening. Strategi bisnis diukur dengan mengelompokkan perusahaan berstrategi *prospector* dan *defender*. Penggunaan perusahaan berstrategi *prospector* dan *defender* tersebut karena *prospector* dan *defender* adalah strategi yang paling dominan dan strategi yang sangat berbeda (Miles dan Snow, 1978). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan proksi *Return On Assets* (ROA). ROA digunakan dalam penelitian ini karena ROA lebih mecerminkan kinerja suatu organisasi seperti strategi dan kontrol internal pada perusahaan, sedangkan pengukuran berbasis pasar dipengaruhi oleh faktor yang kompleks termasuk kepercayaan investor (Simamora, 2000). Penelitian ini juga memiliki variabel intervening yaitu manajemen laba yang diukur dengan *discretionary accrual* yang dinilai sebagai model yang memberikan hasil paling kuat dalam mendeteksi manajemen laba. Alasannya model empiris ini sejalan dengan akuntansi berbasis akrual yang dipergunakan oleh dunia usaha dan model

empiris ini menggunakan semua komponen laporan keuangan untuk mendeteksi rekayasa keuangan (Aryani, 2011).

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Hambrick (1983) yaitu "*Some Test od The Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow's Strategy Types*". Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dengan menambahkan variabel intervening guna mengetahui pengaruh dengan adanya variabel yang memediasi strategi terhadap kinerja perusahaan. Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah Manajemen Laba (Houqe, 2013).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Intervening".

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan yang dimiliki penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah manajemen laba berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan.

2. Mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap manajemen laba.
3. Mengetahui pengaruh manajemen laba terhadap kinerja perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis maupun analitis dari permasalahan ini. Manfaat yang diharapkan dapat diterima oleh berbagai pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi Investor

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif pilihan dalam mengambil keputusan investasinya pada perusahaan dalam hal pemilihan strategi bisnis perusahaannya dalam hubungannya dengan manajemen laba dan kinerja perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi perusahaan untuk mempertimbangkan hubungan antara strategi bisnis perusahaan, tindakan manajemen laba dan kinerja perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya yang bersifat melanjutkan maupun yang bersifat melengkapi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara satu orang atau lebih pemilik (*principal*) yang menyewa orang lain (*agent*) untuk melakukan beberapa jasa atas nama pemilik yang meliputi pendelegasian wewenang dan pengambil keputusan kepada agen. Pemegang saham merupakan *principal* yaitu pemilik perusahaan dan manajer selaku manajemen perusahaan (*agent*) yang diberi wewenang untuk menjalankan perusahaan secara langsung. Pemilik maupun manajer memiliki tujuan yang sama yaitu ingin memaksimumkan kepentingannya masing-masing. Menurut Gitman dan Zutter (2015) terkadang manajer membuat keputusan yang tidak konsisten dengan tujuan perusahaan, yaitu memaksimumkan kesejahteraan pemegang saham. Misalnya, manajer perusahaan menggunakan wewenang dan kekuasaan yang untuk membuat keputusan yang mungkin tidak sejalan dengan kepentingan pemilik.

Dalam hubungan antara *principal* dan *agent* akan menimbulkan masalah jika terdapat informasi yang asimetri (*information asymmetry*). Scott (2012)

menyatakan apabila beberapa pihak yang terkait dalam transaksi bisnis lebih memiliki informasi daripada pihak lainnya, maka kondisi tersebut dikatakan sebagai asimetri informasi. Asimetri informasi dapat berupa informasi yang terdistribusi dengan tidak merata diantara *principal* dan *agent*, serta tidak mungkinnya *principal* mengamati secara langsung usaha yang dilakukan oleh *agent*. Pihak manajemen tentu lebih mengetahui informasi lengkap mengenai perusahaan dibandingkan investor yang menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Kesempatan ini digunakan oleh pihak manajemen dengan menampilkan kinerja perusahaan yang baik di laporan keuangan yang tidak sesuai dengan kinerja perusahaan sesungguhnya.

2.1.2 Strategi Bisnis

2.1.2.1 Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk bekerja dalam satu cara atau lebih yang tidak dapat dilakukan atau disamai oleh perusahaan lain (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Lancaster (2004) keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Meningkatkan nilai pelanggan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dicapai melalui pemilihan strategi yang tepat (Mowen *et al*. 2014).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing dapat diciptakan dengan memiliki sumber daya dan kapabilitas yang khas atau

melakukan efisiensi pada sumber daya yang ada agar perusahaan dalam persaingan industri dapat lebih unggul daripada lainnya dalam hal mendapatkan tingkat keuntungan dan dalam mendapatkan laba yang lebih tinggi.

2.1.2.2 Strategi Bisnis

Strategi menurut Kotler dan Keller (2009) adalah rencana pelaksanaan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi bisnis adalah sekumpulan tindakan terintegrasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi para pesaing (Ward dan Peppard, 2002). Strategi bisnis perusahaan telah dipilih di awal dalam sejarah perusahaan dan biasanya stabil dari waktu ke waktu (Hambrick, 1983). Strategi bisnis itu seperti sebuah dasar, karakteristik spesifik perusahaan dari informasi lingkungan perusahaan.

Penerapan strategi bisnis merupakan tugas penting bagi manajerial dalam mencapai kesuksesan organisasi. Tugas manajerial dalam menerapkan dan melaksanakan pilihan strategi ini memerlukan penilaian yang akan mengembangkan kebutuhan kemampuan organisasi dan pencapaian sasaran yang ditargetkan (Thompson dan Strickland, 2003). Pilihan strategi yang tepat akan menciptakan kinerja yang superior bagi organisasi. Pilihan strategi ini menjadi bagian yang perlu diperhatikan dalam penciptaan nilai bagi konsumen dan menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Porter, 1980).

Miles dan Snow (1978) membagi strategi bisnis menjadi empat tipe yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor*. Tipe strategi bisnis yang dikemukakan oleh Miles dan Snow ini didasarkan pada tingkat perubahan produk maupun pasar yang dialami oleh perusahaan akibat strategi yang diterapkannya.

Prospector dan *defender* adalah strategi yang paling dominan dan strategi yang sangat berbeda.

Perusahaan berstrategi *prospector* secara kontinu mencari peluang-peluang pasar baru dan secara regular bereksperimen dengan melakukan respon-respon potensial terhadap kecenderungan lingkungan yang timbul. Dengan demikian perusahaan yang termasuk dalam kategori ini sering merupakan creator perubahan dan ketidakpastian sehingga kompetitornya harus senantiasa merespon. Perusahaan berstrategi *defender* adalah perusahaan yang memiliki domain produk-market yang sempit. Manajemen puncak dalam organisasi tipe ini sangat ahli dalam membatasi daerah operasinya karena tidak cenderung mencari peluang baru yang keluar dari domainnya. Sebagai suatu hasil yang berfokus sempit, perusahaan-perusahaan ini jarang membutuhkan penyesuaian penting dalam teknologinya, struktur, atau metode operasinya. Sebagai gantinya mereka mencurahkan perhatian utamanya kepada peningkatan efisiensi operasi.

Perusahaan berstrategi *analyzer* adalah perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam dua tipe domain produk market yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Dalam areanya yang stabil, perusahaan berstrategi ini beroperasi secara rutin dan efisien melalui penggunaan struktur-struktur dan proses-proses yang terformulasi. Dalam areanya yang lebih turbulen, manajer puncak memperhatikan secara dekat ide-ide baru pesaingnya dan kemudian secara cepat mengadopsinya.

Perusahaan bersrtategi *reactor* adalah perusahaan yang manajer puncaknya seringkali mempersepsikan bahwa telah terjadi perubahan dan ketidakpastian

dalam lingkungan operasionalnya, tetapi tidak dapat merespon secara efektif. Karena tipe organisasi itu kurang konsisten mengenai hubungan antara strategi dan struktur, maka yang membuat penyesuaian yang dapat memberi kekuatan untuk melakukan seperti yang dilakukan oleh lingkungannya.

2.1.2.3 Prospector dan *Defender*

Prospector dan *defender* merupakan tipe strategi bisnis yang berada pada dua titik ekstrim yang berbeda, bahkan cenderung bertolak belakang (Habbe dan Hartono, 2001). *Analyze*r berada diantara prospector dan defender, dimana mempunyai karakteristik strategi *prospector* dan *defender* (Miles dan Snow, 1978). Sedangkan *reactor* tidak memiliki karakteristik perusahaan yang khas. Sesuai penelitian sebelumnya dalam manajemen dan akuntansi (e.g., Ittner *et al*., 1997; Habbe, 2001; Bentley *et al*., 2013; Houqe, 2013) penelitian ini berfokus pada dua strategi yang berada pada dua titik ekstrim yang berbeda yaitu *prospector* dan *defender*.

Perusahaan berstrategi *prospector* dalam menghadapi persaingan melakukan inovasi produk-produk baru dan memanfaatkan peluang yang ada sehingga pengeluaran riset dan pengembangan (R&D) serta *capital expenditure* relatif lebih tinggi dibandingan perusahaan berstrategi *defender* (Ittner *et al*., 1997). Miles dan Snow (1978) mengemukakan bahwa ada dua karakteristik pertumbuhan perusahaan bertipologi *prospector*, yaitu pertama, pertumbuhan sebagai hasil dari lokasi pasar baru dan pengembangan produk, dan kedua, pertumbuhan dalam arti *rate of growth* yang tinggi, sedangkan perusahaan dengan strategi *defender* tidak secara cepat beradaptasi dengan lingkungan eksternalnya, sehingga perusahaan ini

tidak menerapkan *first to market* sebagaimana perusahaan berstrategi *prospector* (Ittner *et al*., 1997).

Perusahaan berstrategi *defender* adalah perusahaan yang berusaha menempatkan dan mengelola pasar yang aman dengan produk relatif lebih stabil atau area jasa. Mereka mencoba untuk melindungi domain produknya dengan menawarkan kualitas yang lebih tinggi, jasa yang superior atau harga yang lebih rendah. Mereka cenderung mengabaikan perubahan industri yang tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap area operasi perusahaan saat ini, serta memiliki produk terbatas dan kurang melakukan pengembangan produk atau pasar.

Perusahaan berstrategi *defender* biasanya lebih menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih rendah dari pesaingnya. Penekanan pada efisiensi terlihat pada pengontrolan biaya secara ketat, misalnya biaya-biaya riset dan pengembangan (R&D), pelayanan, dan biaya promosi diminimalisir, pencapaian *economic of scale production*, untuk mendapatkan kos per unit yang rendah (Porter, 1980).

Bila pemilihan strategi dihubungkan dengan teori *product life cycle*, maka perusahaan bertipologi *prospector* yang berkarakter inovator intensitasnya tinggi pada fase pertumbuhan. Sedangkan perusahaan bertipologi *defender* yang menekankan pada aspek efisiensi berada pada fase kematangan, sebab pada fase inilah sangat beralasan untuk diterapkan kebijaksanaan pengontrolan biaya secara ketat.

2.1.3 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah hasil dari kinerja manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah memberikan keuntungan yang adil bagi pemiliknya sambil menjaga modal yang diinvestasikan. *Returns* dapat diartikan melalui dividen yang berasal dari keuntungan (*profit*). Dengan demikian, profitabilitas selalu menjadi pengukuran yang penting dalam menentukan kinerja perusahaan karena tujuan perusahaan adalah melindungi modal yang diinvestasikan oleh pemilik modalnya (Tamalee *et al*., 2008). Profitabilitas dapat diukur dengan *Return on Assets* (ROA) yang megukur tentang profitabilitas keseluruhan aset (Kieso *et al*., 2011)

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) yang dihitung dengan membagi rasio laba bersih dengan total asset. Rasio ini lebih luas daripada *Return on Equity* (ROE) karena rasio ini membandingkan imbalan untuk para pemegang saham dan kreditor dengan jumlah asset (Simamora, 2000). Selain itu ROA lebih mecerminkan kinerja suatu organisasi seperti strategi dan kontrol internal pada perusahaan, sedangkan pengukuran berbasis pasar dipengaruhi oleh faktor yang kompleks termasuk kepercayaan investor.

2.1.4 Manajemen Laba

2.1.4.1 Pengertian Manajemen Laba

Scott (2012) menjelaskan bahwa manajemen laba adalah pilihan manajer dalam kebijakan akuntansinya untuk mencapai tujuan tertentu yang dapat meningkatkan kemampuannya sendiri dan meningkatkan harga pasar perusahaan. Menurut

Sulistyanto (2008) manajemen laba terjadi ketika menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan transaksi untuk mengubah laporan keuangan sebagai dasar penilaian kinerja perusahaan yang bertujuan menyesatkan pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang mengandalkan angka-angka akuntansi yang dilaporkan.

Dari kedua definisi manajemen laba tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen laba muncul sebagai konsekuensi langsung dari upaya-upaya manajer atau pembuat laporan keuangan untuk melakukan manajemen informasi akuntansi, khususnya laba, demi kepentingan pribadi dana atau perusahaan. Manajemen laba itu sendiri tidak dapat diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Pada prinsipnya manajemen laba merupakan suatu cara dalam menyajikan informasi laba kepada publik yang sudah disesuaikan dengan *interest* atau kepentingan dari pihak manajer itu sendiri atau menguntungkan perusahaan.

2.1.4.2 Pola Manajemen Laba

Menurut Scott (2012) pola manajemen laba dapat dilakukan dengan cara berikut :

1. *Taking a Bath*

Pola ini terjadi selama periode-periode sulit perusahaan maupun ketika terjadi reorganisasi. Hal ini dilakukan dengan cara mengakui biaya-biaya periode di masa mendatang dan melaporkan kerugian yang besar di periode berjalan. Dengan demikian, laba masa mendatang dapat diharapkan akan meningkat.

2. *Income Minimization*

Hal ini dilakukan pada saat perusahaan mengalami profitabilitas yang cukup tinggi. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi apabila laba pada tahun yang akan datang menurun secara drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya.

3. *Income Maximization*

Hal ini dilakukan pada saat laba menurun, dengan tujuan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar maupun memenuhi perjanjian utang.

4. *Income Smoothing*

Hal ini dilakukan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relative stabil.

2.1.4.3 Motivasi Manajemen Laba

Motivasi yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut (Scott, 2012) :

1. *Bonus scheme*

Manajer dengan rencana bonus akan menghindari metode akuntansi yang mungkin melaporkan net income lebih rendah dan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang dapat memaksimumkan laba.

2. *Debt covenant*

Semakin dekat perusahaan dengan pelanggaran perjanjian hutang maka manajer akan cenderung melakukan manajemen laba dengan memilih metode akuntansi

yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan sehingga dapat mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami pelanggaran kontrak.

3. *Political motivation*

Perusahaan seperti ini cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, khususnya selama periode dengan profitabilitas yang tinggi. Tindakan ini dilakukan untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah misalnya subsidi.

4. *Taxation motivation*

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama mengapa perusahaan mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Dengan mengurangi laba yang dilaporkan maka perusahaan dapat meminimalkan besarnya pajak yang harus dibayarkan ke pemerintah.

5. *Chief Excecutive Officer*

CEO yang akan pension atau masa kontraknya akan berakhir akan melakukan strategi memaksimalkan jumlah pelaporan laba guna meningkatkan jumlah bonus yang diterima. Hal yang sama dilakukan oleh manajer dengan kinerja yang buruk.

6. *Initial Public Offering*

Pada saat melakukan IPO, informasi keuangan sangatlah penting dan dijadikan sebagai sinyal untuk para investor potensial terkait nilai perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh para investor, maka manajer akan berusaha meningkatkan jumlah laba yang dilaporkan agar memperoleh harga yang lebih tinggi atas saham yang dijualnya.

2.1.4.4 Pengukuran Manajemen Laba

Manajemen laba dapat diukur dengan menghitung *discretionary accruals*. Pengukuran manajemen laba dapat dilakukan melalui berbagai model. Dechow *et al*. (1995) membagi *total accruals* menjadi dua, yaitu:

1. *Discretionary accruals* yaitu pengakuan akrual laba dan beban yang bebas, tidak diatur dan merupakan pilihan kebijakan manajemen.
2. *Non discretionary accruals* yaitu pengakuan akrual yang wajar, yang bila dilanggar akan memengaruhi kualitas laporan keuangan.

5 model yang digunakan dalam penelitian Dechow *et al*. (1995) adalah :

a. *The Healy Model* (1985)

Pengujian Healy untuk manajemen laba dengan cara membandingkan rata-rata total akrual (dibagi total aktiva periode sebelumnya). Healy menganggap *non discretionary accrual* (NDA) tidak dapat diobservasi.

$$NDA_t = \left(\frac{\sum TA_t}{T}\right)$$

b. *The DeAngelo Model* (1986)

Model Angelo menguji manajemen laba dengan menghitung perbedaan awal dalam total akrual dengan asumsi bahwa perbedaan pertama tersebut diharapkan nol. Model ini menggunakan total akrual periode terakhir (dibagi total akrual periode sebelumnya) untuk mengukur *non discretionary accrual*.

$$NDA_t = TA_{t-1}$$

c. *The Jones Model* (1991)

Jones mengajukan model yang menolak asumsi bahwa *non discretionary accrual* adalah konstan. Model ini mencoba mengontrol pengaruh perubahan keadaan ekonomi perusahaan pada non discretionary accrual sebagai berikut:

$$NDA_t = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{t-1}}\right) + \alpha_2(\Delta REV_t) + \alpha_3(PPE_t)$$

Keterangan :

ΔREV_t : penjualan bersih pada tahun t dikurangi t-1 dibagi total aktiva tahun t-1

PPE_t : *Gross property, plant and equipment* tahun t dibagi total aktiva tahun t-1

d. *The Modified Jones Model* (1995)

Modifikasi model Jones dirancang untuk mengatasi kelemahan yang ada pada model Jones. Menurut Dechow *et al*. (1995) modifikasi model Jones diasumsikan bahwa perubahan yang terjadi dalam penjualan kredit pada periode berjalan merupakan objek manipulasi laba sehingga model Jones yang asli diperbaiki dengan menghilangkan variabel perubahan piutang dari variabel pendapatan untuk menghitung akrual nondiskrisioner. Model ini dianggap sebagai model paling baik dalam mendeteksi manajemen laba dibandingkan model lain dan memberikan hasil paling kuat (Dechow *et al*., 1995).

$$NDA_{it} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_t}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_t}{A_{it-1}}\right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{it-1}}\right) + e$$

Keterangan :

ΔREC_t : piutang bersih pada tahun t dikurangi t-1

PPE_t : aset tetap perusahaan pada tahun t dikurangi t-1

A_{it-1} : total aset perusahaan i pada periode t-1

e : error

e. *The Industry Model* (1991)

Model ini mengasumsikan bahwa variasi determinan dari *non discretionary accrual* adalah sama dalam jenis industri yang sama.

$$NDA_t = {}^{Y}1 + {}^{Y}1\, median_1\ (TA_T)$$

Keterangan :

$median_1\ (TA_T)$: nilai median dari total akrual yang diukur dengan aset yang tertinggal untuk semua perusahaan non-sampel dalam kode SIC sam 2 digit

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 akan menunjukkan penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang strategi bisnis, kinerja perusahaan, dan manajemen laba.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

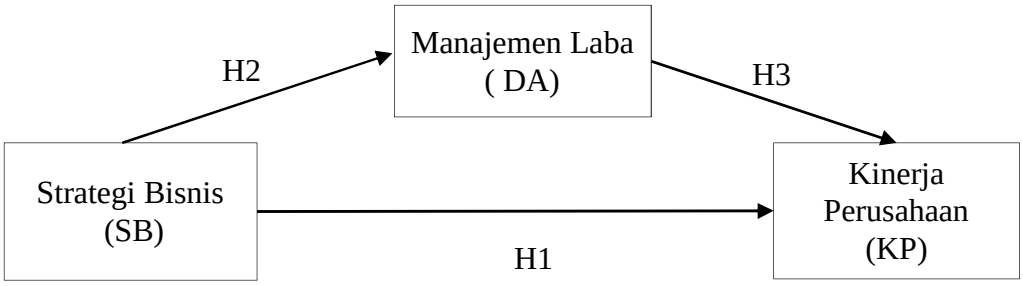
No.	Judul Penelitian	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	How Do Business Strategies Predict Firm Performance? An Investigation On Borsa Istanbul 100 Index	Sarac, Mehlika; Yasemin Ertan, Elif Yucel (The Journal of Accounting and Finance, 121-134, 2014)	1. Strategi perusahaan 2. Industri 3. Ukuran perusahaan 4. ROA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada tipe strategi bisnis yang berbeda pada kinerja perusahaan.
2.	Business strategy and firm performance: a multi-industry analysis	Hasnu, Jamil Anwar SAF (Journal of Strategy and Management, Vol. 9 Iss 3 pp, 2016)	1. Strategi perusahaan 2. Kinerja perusahaan	Perusahaan berstrategi *defender* dan *analyzer* berkinerja lebih baik di Pakistan di banding dengan perusahaan berstrategi *prospector*. Perusahaan berstrategi reactor juga terlihat lebih baik di beberapa industri.
3.	Business Strategy,	Houqe, Muhammad	1. Strategi 2. Manajemen	1. Perusahaan berstrategi prospector lebih

	Economic Growth, and Earning Quality	Nurul; Ryan Kerr, Reza Monem (Working Paper no. 92, 1-32, 2013)	laba 3. Akuntansi konservatisme	mengadopsi akuntansi konservatisme dibanding defender 2. Perusahaan berstrategi defender lebih banyak melakukan manajemen laba via discretionary accrual daripada perusahaan bersrategi prospector. 3. Dalam pertumbuhan yang lemah, perusahaan dengan strategi prospector lebih konservatif dalam membuat laporan dan perusahaan dengan strategi defender lebih agresif dalam melakukan manajemen laba. Bisa dirangkum bahwa perilaku perusahaan berstrategi prospector dan defender berbanding terbalik dengan tinggi rendahnya pertumbuhan ekonomi.
4.	Some Test of The Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow's Strategy Types	Hambrick, Donald C. (The Academy of Management Journal. Vol. 26 no.1 : 5-26, 1983)	1. Prospector 2. Defender 3. Performance	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi defender lebih bagus daripada prospector dalam hal arus kas dan profitabilitas di segala lingkungan kecuali dalam lingkungan mature-innovative.
5.	Business Strategy and Performance of Manufacturing Firms in Thailand	Tamalee, Kitima; Mohamed SUlaiman, Ishak Ismail (Oxford Business and Economics Conference Program, 1-13, 2008)	1. Strategies (prospector, defender, analyzer, reactor) *2.* Performance (ROA, sales growth)	Analisis diskriminan dan hasil Anova menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan strategi bisnis yang berbeda, namun kinerjanya tidak berbeda secara signifikan, namun perlu dicatat bahwa prospektor

				dan analyzer dapat mencapai kinerja yang lebih baik dalam hal ROA dan pertumbuhan penjualan.
6.	Earnings Management, Firm Performance, and the Value of Indian Manufacturing Firms	Gill, Amarjit; Nahum Biger, Harvinder S. Mand, Neil Mathur (International Research Journal of Finance and Economics, 2013)	1. Earnings management 2. ROA 3. Market value	Semakin kuat praktik manajemen laba, semakin besar dampak buruknya terhadap ROA perusahaan di tahun berikutnya. Semakin intensif aktivitas manajemen laba, semakin besar pula dampak negative dari tindakan tersebut terhadap nilai perusahaan karena pasar tidak menyukai praktik manajemen laba.
7.	Organizational Strategy And Firm Performance: A Test Of Miles And Snow's Model Using 34 Paint Manufacturing SMES In South-Western Nigeria	Oyedijo, Ade & Akewusola RO (Journal of Research in International Business and Mnaagement. Vol.2(6) : 170-178, 2012)	1. Performance (Gross revenue, number of customer) 1. Strategy (prospector, defender, analyzer, reactor)	Bukti keseluruhan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi organisasi memegang peranan penting dalam menjelaskan keberhasilan atau kegagalan relative UKM dan bahwa manajer UKM dapat membuat perbedaan yang signifikan terhadap kinerja organisasi mereka melalui jenis strategi yang mereka gunakan.

2.3 Model Penelitian

Model penelitian yang akan digunakan untuk menggambarkan hubungan variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Model Penelitian

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan uraian tentang latar belakang, tujuan, dan manfaat penelitian serta tinjauan pustaka, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan hipotesis serta akan dilakukan pengujian atas hipotesis tersebut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut terdukung atu tidak terdukung.

2.4.1 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

Manajer suatu perusahaan memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka mengungkapkan informasi yang lebih lengkap yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas. Informasi yang diterima oleh investor terlebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang jelek (*bad news*). Pihak-pihak yang berkepentingan tersebut menilai apabila kinerja perusahaan yang dilaporkan baik maka keadaan *internal* perusahaan pun dalam

keadaan yang baik. Keadaan internal perusahaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah strategi bisnis yang dipakai perusahaan.

Houqe *et al*. (2013) mendefinisikan strategi sebagai determinasi dari tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan. Beberapa pertanyaan belum terjawab mengenai mengapa beberapa perusahaan berkinerja lebih bagus daripada perusahaan lain sedangkan mereka dalam industri dan kondisi yang sama (Sarac *et al*., 2014). Oleh karena itu strategi bisnis perusahaan dan sumber daya mulai dipertimbangkan sebagai faktor penting dalam hal memperngaruhi kinerja perusahaan (Porter, 1980). Tipe strategi bisnis yang tepat akan menciptakan kinerja yang superior bagi perusahaan.

Hasil penelitian Oyedijo dan RO (2012) memberikan bukti bahwa perusahaan berstrategi prospector memiliki kinerja perusahaan terbaik, sedangkan perusahan berstrategi *defender* memiliki kinerja perusahaan terburuk. Hal ini dikarenakan perusahaan berstrategi *prospector* memanfaatkan pertumbuhan dengan lebih inovatif, berani berinvestasi pada risiko yang tinggi, dan memasuki pasar baru untuk meningkatkan pertumbuhan penjualannya yang akan mendorong kepada profitabilitas yang tinggi sehingga kinerja perusahaan juga akan tinggi.

Berbeda dengan penelitian Hambrick (1983) yang mengindikasikan perusahaan berstrategi *defender* lebih bagus daripada *prospector* dalam hal arus kas dan profitabilitas. Hal ini dikarenakan perusahaan bersrtategi *defender* lebih menekankan pada efisiensi sehingga akan membantu perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi.

Kedua penelitian tersebut berbeda dengan hasil dari penelitian Sarac (2014) yang menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada perusahaan berstrategi *prospector*, *defender*, dan *analyzer* terhadap kinerja perusahaan, yang artinya ketiga strategi tersebut memiliki kinerja yang sama bagusnya.

H1 : Strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

2.4.2 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba

Teori keagenan menjelaskan bahwa agen sebuah perusahan akan membuat keputusan yang cenderung menguntungkan kepentingan diri sendiri karena agen memiliki informasi yang lebih banyak dan lengkap tentang kondisi perusahaan. Manajer cenderung akan memaksimalkan kepentingan pribadinya dengan cara melakukan manajemen laba atau manipulasi laba dimana lingkungan dan strategi bisnis dapat memotivasi manajemen untuk melakukan hal itu (Bentley *et al.*, 1983). Hal ini membuktikan bahwa strategi bisnis mempengaruhi manajemen laba.

Miles dan Snow (1978) membagi 4 tipe strategi bisnis perusahaan, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor* dengan strategi *prospector* dan *defender* sebagai strategi yang ekstrim berbeda. *Prospector* adalah strategi yang mengembangkan produk dan inovasi produk baru serta memanfaatkan peluang pasar, sedangkan *defender* adalah strategi yang cenderung mempertahankan pasar dengan produk yang stabil dan harga yang murah. *Prospector* cenderung melakukan inovasi sedangkan *defender* cenderung melakukan efisiensi produk.

Penelitian Houqe *et al*. (2013) menyimpulkan bahwa perusahaan berstrategi *defender* lebih menginginkan ekspektasi yang tinggi agar laporan keuangan yang

disajikan terlihat bagus sehingga perusahaan akan menghasilkan laba perusahaan. Perusahaan berstrategi *defender* lebih dilihat investor sebagai perusahaan yang stabil dan memiliki risiko investasi lebih sedikit. Perusahaan berstrategi *defender* adalah perusahaan yang berusaha menempatkan dan mengelola pasar yang aman dengan produk yang relatif lebih stabil. Hal ini bisa memicu tindakan manajemen laba karena jika perusahaan gagal memenuhi target kinerja jangka pendeknya, perusahaan akan berusaha mencapai target tersebut dengan memanipulasi laba nya.

Berbeda dengan hasil dari penelitian Bentley *et al*. (2013) yang mengindikasikan bahwa perusahaan bersrtategi *prospector* lebih banyak melakukan penyimpangan pelaporan keuangan yang bisa dihubungkan kedalam penggunaan manajemen laba yang lebih banyak daripada perusahaan berstrategi *defender*. Hal ini dikarenakan *prospector* membutuhkan pertumbuhan yang cepat, modal yang lebih besar untuk mendanai R&D nya, dan atas ketidakstabilan dan kekompleksitasan perusahaan berstrategi *prospector* sehingga mendorongnya untuk melakukan manajemen laba yang lebih banyak.

H2 : Strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen laba

2.4.3 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Roychowdhury (2006) manajemen dapat melakukan manajemen laba melalui aktivitas yang sebenarnya menyimpang dari binis normal, namun terkesan sesuai operasi normal perusahaan. Manajemen laba dapat mempengaruhi laba perusahaan yang selanjutnya dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini didukung penelitian Gunny (2005) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

dari manajemen laba terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menemukan bukti bahwa manajemen laba akan mempunyai dampak negatif pada kinerja operasi masa depan. Menurutnya, tindakan manajemen laba riil dalam jangka pendek memang akan memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik, namun dalam jangka panjang akan merugikan perusahaan. Sejalan dengan penelitian Gill (2013) yang juga menemukan hasil dari penelitiannya bahwa semakin kuat praktik manajemen laba, semakin besar dampak buruknya terhadap ROA perusahaan di tahun berikutnya, dan semakin intensif aktivitas manajemen laba, semakin besar pula dampak negatif dari tindakan tersebut terhadap nilai perusahaan.

H3 : Manajemen laba berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian dengan menggunakan hipotesis yang menggunakan alat uji statistik untuk menyimpulkan hipotesis yang bersifat kausalitas. Kausalitas adalah penelitian yang menggambarkan variabel dependen dipengaruhi oleh banyak faktor dari variabel independen yang berbeda (Sekaran dan Bougie, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel independen yaitu Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan sebagai variabel dependen dengan Manajemen Laba sebagai variabel intervening pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Alasan dipilihnya perusahaan manufaktur dalam penelitian ini karena untuk meminimalisir perbedaan karakteristik perusahaan yang berada dalam industri yang berbeda agar pengolahan hasil data lebih representatif dan perusahaan manufaktur merupakan salah satu jenis industri yang transaksinya paling kompleks sehingga manajemen lebih mudah

memanfaatkan peluang untuk melakukan manajemen laba. Dipilihnya BEI sebagai tempat penelitian karena BEI adalah Lembaga di Indonesia yang memiliki data yang lebih lengkap dan teorganisir dengan baik.

Adapun teknik pemilihan sampel pada populasi perusahaan manufaktur yang digunakan adalah dengan pendekatan *non probability random sampling* dengan metode *purposive sampling*. Berikut penjelasan mengenai kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013-2015.
2. Perusahaan sektor manufaktur yang selalu memberikan dividen mulai tahun 2013 sampai dengan akhir tahun 2014.
3. Perusahaan manufaktur yang memiliki variabel yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

3.3.1 Variabel Independen

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen yang dipengaruhinya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah strategi bisnis (X). Strategi bisnis dalam penelitian ini meliputi 2 tipe yaitu strategi *prospector* dan strategi *defender*. Miles dan Snow (1978) menyimpulkan bahwa strategi *prospector* dan strategi *defender* adalah strategi yang ekstrim berbeda. *Prospector* adalah strategi yang mengembangkan produk dan inovasi produk baru serta memanfaatkan peluang pasar, sedangkan *defender* adalah strategi yang cenderung

mempertahankan pasar dengan produk yang stabil dan harga yang murah serta efisiensi. Tiga proksi yang digunakan untuk penentuan strategi bisnis adalah :

a. Rasio jumlah karyawan terhadap total penjualan (EMPSAL)

EMPSAL merupakan perbandingan antara jumlah karyawan dengan total penjualan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memproduksi dan mendistribusi barang dan jasa secara efisien (Ittner *et al*., 1997). Perusahaan berstrategi *defender* adalah perusahaan yang memaksimalkan efisiensi, sehingga perusahaan dengan strategi *defender* akan menghasilkan rasio EMPSAL yang rendah. Perusahaan dengan jumlah karyawan yang besar mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut banyak melakukan inovasi produk baru yang menyebabkan bertambahnya jumlah karyawan. Perusahaan dengan rasio EMPSAL yang tinggi menunjukkan perusahaan bertipologi *prospector*. Pengelompokkan perusahaan dengan rasio ini akan masuk ke dalam *cluster prospector* ketika menggunakan pengujian dengan analisis *k-mean cluster*, yang akan diukur menggunakan variabel dummy. Jika masuk cluster *prospector* akan diberi angka 1, sedangkan jika masuk *cluster defender* akan diberi angka 0. Rasio ini dapat dihitung dengan cara (Ittner *et.al*., 1997) :

$$EMPSAL = \frac{Jumlah\ Karyawan}{Total\ Penjualan}$$

b. Rasio *capital expenditure per total asset* (CAPTA)

Rasio *capital expenditure* terhadap toal asset (CAPTA) merupakan perbandingan antara belanja modal (*capital expenditure*) dengan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar *capital expenditure* yang digunakan menunjukkan perusahaan tersebut selalu berupaya untuk melakukan inovasi dan mengembangkan produk-produknya. Hal ini menunjukkan perusahaan dengan

rasio CAPTA tinggi merupakan perusahaan bertipologi *prospector*. Pengelompokkan perusahaan dengan rasio ini akan masuk ke dalam cluster *prospector* ketika menggunakan pengujian dengan analisis *k-mean cluster*, yang akan diukur dengan menggunakan variabel dummy. Jika masuk *cluster prospector* akan diberi angka 1, sedangkan jika masuk *cluster defender* akan diberi angka 0. Rasio ini dapat dihitung dengan cara (Kallapur dan Trombley, 1999) :

$$CAPTA = \frac{Capital\ Expenditure}{Total\ Asset}$$

c. *Dividend payout ratio* (DPR)

Dividend payout ratio merupakan perbandingan antara nilai dividen perlembar saham dengan laba perlembar saham. Rasio ini menggambarkan seberapa besar dividen yang dibayarkan kepada investor. Penggunaan rasio ini sesuai dengan penelitian Anthony dan Ramesh (1992) yang menyimpulkan bahwa perusahaan bertipologi *prospector* membagikan dividen kepada investor lebih kecil daripada perusahaan bertipologi *defender* dikarenakan untuk mengantisipasi reinvestasi, riset pengembangan, produk baru, dan pengembangan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan perusahaan dengan rasio DPR yang tinggi merupakan perusahaan bertipologi *defender*. Pengelompokkan perusahaan dengan rasio ini akan masuk ke dalam cluster defender ketika menggunakan pengujian dengan analisis *k-mean cluster*, yang akan diukur menggunakan variabel dummy. Jika masuk *cluster prospector* akan diberi angka 1, sedangkan jika masuk *cluster defender* akan diberi angka 0. Rasio ini dapat dihitung dengan cara (Kieso, 2011) :

$$DPR = \frac{Dividen\ Per\ Share}{Earning\ Per\ Share}$$

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian dimana variabel dependen akan dijelaskan oleh variabel-varibel lain yang terkait (Sekaran dan Bougie, 2013). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan (Y). Kinerja perusahaan adalah kemampuan kerja manajemen dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan adalah melindungi modal yang diinvestasikan oleh pemilik modalnya. Ketika kinerja perusahaan meningkat maka akan menarik perhatian investor untuk melakukan investasi ke dalam perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan salah satunya dapat dilihat dari rasio profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan rasio (ROA) yang sesuai dengan penelitian Sarac (2014). Semakin meningkat nilai ROA, maka semakin meningkat pula kinerja perusahaan, karena return yang didapat perusahaan semakin besar. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut :

$$Return\ on\ Assets\ (ROA) = \frac{Laba\ bersih}{Total\ asset}$$

3.3.3 Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang membantu mengonsepkan dan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2013). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah manajemen laba (Z). Manajemen laba diukur dengan menggunakan *discretionary accrual* dengan pendekatan modifikasi Jones. Menurut Dechow *et al*. (1995) yang menghitung beberapa alternatif model akrual menyatakan bahwa modifikasi Jones merupakan salah satu model yang paling baik dalam mengukur manajemen laba.

Model modifikasi Jones digunakan karena dapat memberikan kekuatan statistik yang tinggi untuk mendeteksi adanya manajemen laba (Dechow *et al*., 1995).

Langkah-langkah dalam mengukur manajemen laba dengan Model Modifikasi Jones adalah :

a) Menentukan nilai total akrual, yang merupakan selisih antara laba bersih dan arus kas operasi :

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

b) Menentukan nilai parameter 1, 2, dan 3 dengan Jones Model (1991) :

$$TA_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 \Delta REV_{it} + \alpha_3 PPE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Untuk menskala data, semua variabel di atas dibagi dengan aset tahun sebelumnya, sehingga rumus menjadi :

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}}\right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}\right) + \varepsilon_{it}$$

Nilai parameter 1, 2, dan 3 diestimasi dengan persamaan regresi *Ordinary Least Square* (OLS).

c) Dengan menggunakan parameter 1, 2, dan 3, nilai *non-discretionary accrual* dapat dihitung dengan rumus:

$$NDA_{it} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}}\right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}\right) + \varepsilon_{it}$$

d) Total akrual juga merupakan penjumlahan dari discretionary accrual dan *non-discretionary accrual*. Untuk menghitung nilai *discretionary accrual* (DA) yang merupakan indicator manajemen laba akrual dilakukan dengan cara mengurangi total akrual dengan *non-discretionary accrual* :

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Keterangan :

TA_{it}	=	total akrual untuk perusahaan i dalam periode t
NI_{it}	=	laba bersih perusahaan i pada periode t
CFO_{it}	=	arus kas operasional perusahaan i pada periode t
NDA_{it}	=	*non-discretionary accruals* perusahaan i pada periode t
DA_{it}	=	*discretionary accruals* perusahaan i pada periode t
A_{it-1}	=	total aset perusahaan i pada periode t-1
ΔREV_{it}	=	perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode t
ΔREC_{it}	=	perubahan piutang perusahaan i pada periode t
PPE_{it}	=	property, plant, and equipment (aset tetap) perusahaan i pada periode t
$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$	=	parameter yang diperoleh dari persamaan regresi
ε_{it}	=	*error term* perusahaan i pada periode t

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan data penelitian yang bersifat data sekunder dimana data tersebut dapat diambil dan dikumpulkan dari sumber-sumber lain tanpa harus meninjau secara langsung ke sumbernya. Pengumpulan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang telah di audit periode 2013 sampai 2015 yang dijadikan obyek penelitian berasal dari *Indonesia Stock Exchange* (IDX) dan Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.5 Teknik Analisis

3.5.1 Analisis Kluster (*Cluster Analysis*)

Cluster atau kluster dapat diartikan sebagai kelompok, dengan demikian pada dasarnya analisis *cluster* akan menghasilkan sejumlah *cluster* (kelompok). Analisis ini diawali dengan pemahaman bahwa sejumlah data tertentu sebenarnya mempunyai kemiripan diatara anggotanya; karena itu, dimungkinkan untuk

mengelompokkan anggota-anggota yang mirip atau mempunyai karakteristik yang serupa tersebut dalam satu atau lebih dari satu *cluster* (Santoso, 2014).

Penelitian ini menggunakan metode *non-hierarchical* method atau biasa disebut dengan *K-Means Cluster*. Menurut Santoso (2014) metode ini dimulai dengan menentukan terlebih dahulu jumlah *cluster* yang diinginkan (dua *cluster*, tiga *cluster*, atau yang lain).

Tiga proksi yang dipakai untuk menentukan strategi bisnis dan menggolongkan ke perusahaan berstrategi *prospector* dan *defender*, yaitu jumlah karyawan dibagi total penjualan (EMPSAL), *capital expenditure* dibagi total aset (CAPTA), dan *dividend payout ratio* (DPR). Ketiga proksi tersebut kemudian akan diklasifikasikan untuk membentuk kelompok dengan menggunakan analisis *cluster*. Ada dua *cluster* yang dibentuk untuk menentukan mana perusahaan berstrategi *prospector* dan mana perusahaan berstrategi *defender*. *Cluster* yang memiliki nilai EMPSAL dan CAPTA diatas rata-rata dan nilai DPR yang dibawah rata-rata masuk ke golongan perusahaan berstrategi *prospector* dan *cluster* yang memiliki nilai DPR diatas rata-rata dan nilai EMPSAL dan CAPTA dibawah rata-rata masuk ke golongan perusahaan berstrategi *defender*.

3.5.2 Statistika Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2016). Statistika deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan profit data dan sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah uji P-P Plot.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016). Multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (VIF=1 atau *Tolerance*). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya Multikolinearitas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.05 atau sama dengan nilai VIF ≥ 5.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan uji Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai *unstandardized residual.* Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual di dapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sebaliknya apabila di dapat signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa telah terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3.5.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Pada penelitian ini Uji Autokorelasi yang digunakan adalah dengan Run Test yang memiliki dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi
2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi

3.5.4 Pengujian Hipotesis

3.5.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Untuk dapat meramalkan pengaruh variabel indepnden terhadap variabel dependen dengan tingkat kepercayaan 95% atau α = 5%. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan tingkat signifikansi dimana yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Jika tingkat signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak. Jika tingkat signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima (Ghozali, 2016).

3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji keterandalan model atau uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut dengan Uji F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak atau andal disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 10% atau 0,10. Apabila nilai prob. F hitung lebih kecil dari tingkat kesalahan atau error 0,10 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak, sedangkan apabila nilai prob. F hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,10 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.

3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya

kontribusi variabel X terhadap naik turunnya Y harus dihitung dengan rumus koefisien determinasi ($R^2 \times 100\%$) dengan syarat $0 \leq R^2 \leq 1$.

3.5.4.4 Analisis Jalur (Path Analysis)

Ghozali (2016) mengemukakan analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Hubungan langsung terjadi jika satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi (intervening) hubungan kedua variabel tadi. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ketiga yang memediasi hubungan kedua variabel ini. Penelitian ini akan menggunakan bantuan dari software SPSS versi 23. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Dalam hal ini ada dua persamaan :

Persamaan regresi (1) yang digunakan adalah :

$$\mathbf{DA = \alpha + \beta_2 SB + e}$$

Persamaan regresi (2) yang digunakan adalah :

$$\mathbf{KP = \alpha + \beta_1 SB + \beta_3 DA + e}$$

Total hubungan dari SB ke KP (korelasi antara SB dan KP) sama dengan hubungan langsung SB ke KP (koefisien path atau regresi β_1) ditambah hubungan tidak langsung yaitu koefisien path dari SB ke DA yaitu β_2 dikalikan dengan koefisien path dari DA ke KP yaitu β_3.

Hubungan langsung SB ke KP $= \beta_1$

Hubungan tidak langsung SB ke KP $= \beta_2 \times \beta_3$

+

Total hubungan SB ke KP $= \beta_1 + (\beta_2 \times \beta_3)$

Dimana :

KP = Kinerja Perusahaan

SB = Strategi Bisnis

DA = *Discretionary Accrual*/Manajemen Laba

α = Kontsanta dari persamaan regresi

e = Residual atau kesalahan prediksi

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan pada bab empat, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sesuai dengan keunggulan bersaing (Porter, 1985) bahwa keunggulan bersaing adalah keunggulan posisi dalam persaingan industri. Strategi bisnis adalah alat yang tepat dalam menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing diciptakan dan memiliki sumber daya khas dan efisiensi sumber daya agar perusahaan dapat lebih unggul daripada pesaingnya dalam hal mendapatkan laba yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Matsuno dan Mentzer (2000).
2. Strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa agen sebuah perusahaan akan membuat keputusan yang cenderung menguntungkan kepentingannya sendiri karena pihak perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak. Manajer akan cenderung memaksimalkan kepentingan pribadinya dengan melakukan manajemen laba dimana strategi bisnis memotivasi perusahaan untuk melakukan hal tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan Bentley, *et al*.

(2013) yang menunjukkan bahwa perusahaan berstrategi *prospector* lebih banyak melakukan manajemen laba dibandingkan dengan *defender*.

3. Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan, sehingga baik perusahaan yang melakukan tindakan manajemen laba maupun perusahaan yang tidak melakukan tindakan manajemen laba tetap akan mengalami peningkatan ataupun penurunan kinerja perusahaan.
4. Manajemen laba bukan merupakan variabel intervening bagi strategi bisnis yang memengaruhi kinerja perusahaan. Meskipun nilai koefisien total pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja setelah adanya variabel manajemen laba menjadi lebih baik yaitu sebesar -0,0524 dibandingkan dengan pengaruh langsung strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan yang memiliki koefisien sebesar -0,056 namun berdasarkan pengujian H3 manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, karena syarat suatu variabel bisa mengintervening adalah apabila terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel intervening, dan variabel intervening terhadap variabel dependen, sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen laba tidak bisa mengintervening pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Jenis strategi *defender* memiliki kinerja perusahaan yang lebih tinggi daripada perusahaan berstrategi

prospector. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa perusahaan berstrategi defender merupakan perusahaan yang mendapatkan keuntungan dalam *return on asset* yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan *prospector*, dan berdasarkan hasil *cluster analysis* didapatkan hasil bahwa lebih banyak perusahaan yang menggunakan strategi *defender* dibandingkan strategi *prospector*. Hal ini sejalan dengan pendapat Matsuno dan Mentzer (2000) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan berstrategi *defender* lebih tinggi daripada *prospector*.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Nilai koefisien beta yaitu sebesar 0,029 menunjukkan bahwa strategi *prospector* lebih banyak melakukan manajemen laba dibandingkan dengan strategi *defender*. Hal ini sejalan dengan pendapat Bentley, *et al.* (2013) yang mengindikasikan bahwa *prospector* lebih banyak melakukan penyimpangan pelaporan keuangan dibandingkan dengan *defender*.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Bagi Perusahaan

Manajemen perusahaan diharapkan dapat lebih memahami tentang jenis strategi yang akan digunakan perusahaan dalam menjalankan operasinya sehingga perusahaan bisa mengurangi praktek manajemen laba dan perusahaan mampu untuk bersaing dengan pesaingnya dan menghasilkan kinerja yang superior bagi perusahaan.

2. Bagi Investor

Investor diharapkan menggunakan penelitian ini sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan dapat memberikan informasi bagaimana strategi bisnis yang digunakan perusahan sehingga investor bisa mempertimbangkan apakah kinerja perusahaan nantinya akan meningkat atau menurun sebelum melakukan investasi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Proksi kinerja perusahaan hanya menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan ROA.
2. Strategi bisnis menggunakan model Miles dan Snow (1978) yang hanya terdiri dari strategi bertipe *propector* dan *defender* dan sudah terlalu lama untuk terus digunakan untuk menklasifikasi strategi bisnis.
3. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan yang selalu memberikan dividen selama tiga tahun periode penelitian dikarenakan apabila nilai DPR adalah 0 akan sulit untuk meng-*cluster*kan jenis strategi bisnisnya.

5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, hasil, pembahasan, dan simpulan pada penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan rasio *leverage*, rasio aktivitas, maupun rasio likuiditas dalam mengukur kinerja suatu perusahaan.

2. Mencari jenis strategi bisnis yang lebih baru dan mengikuti perkembangan zaman sehingga bisa mengklasifikasi jenis strategi bisnis yang digunakan perusahaan saat ini.
3. Menggunakan perusahaan yang memberikan dividen maupun yang tidak memberikan dividen secara terus menerus selama tahun penelitian.
4. Mencari variabel lain yang mampu mengintervening pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, Dwi Septa. 2012. Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius) Vol. 1, No.2.*

Bentley, Kathleen A., Thomas C. Omer & Nathan Y. Sharp. 2013. Business Strategy, Financial Reporting Irregularities and Audit Effort. *Contemporary Accounting Research*. *Vol.30 No.2: 780-817*

Brigham, Eugene F. dan Joel E. Houston. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan : Essentials Of Financial Management*. Buku 2. Edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.

Dechow, P., Sloan, R. & Sweeney, A. (1995) Detecting earning management. *The Accounting Review, 70(2), 193-225.*

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.* Cetakan Kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gill, Amarjit., Nahum Biger., Harvinder S. Mand. & Neil Mathur. 2013. Earnings Management, Firm Performance, and the Value of Indian Manufacturing Firms. *International Research Journal of Finance and Economics, ISSN 1450-2887*.

Gitman, Lawrence J and Chad J. Zutter. 2015. *Principles of Managerial Finance*. 14th edition. USA: Pearson.

Habbe, A.H & J. Hartono. 2001. Studi terhadap Pengukuran Kinerja Akuntansi Perusahaan Prospector dan Defender dan Hubungannya dengan Harga Saham. Analisis dengan Pendekatan Life Cycle Theory. *Jurnal Akuntansi dan Riset Indonesia. Vol.4 No.1:111-132.*

Hambrick, D.C. 1983. Some Test of The Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow's Strategy Types. *The Academy of Management Journal. Vol.26 no.1 : 5-26.*

Hasnu, Jamil Anwar SAF. 2016. Business Strategy and Firm Performance: A Multi Industry Analysis. *Journal of Strategy and Management, Vol. 9 Iss 3 pp.*

Houqe, Muhammad Nurul, Ryan Kerr & Reza Monem. 2013. Business Strategy and Earning Quality. *Working Paper no.92, 1-32.*

Ittner, Christopher D., David F. Larcker, Madhav V. Rajan. 1997. The Choice of Performance Measures in Annual Bonus Contract. *The Accounting Review, Vol.72 No.2, 231-255.*

Jensen, M. & Meckling, W. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360.*

Kallapur, Sanjay & Mark A. Trombley. 1999. The Association Between Investment Opportunity Set Proxies and Realized Growth. *Journal of Business Finance & Accounting, 26 (3) & (4), 505-519.*

Kieso, Donald E, Jerry J. Weygandt & Terry D. Warfield. 2011. *Intermediate Accounting*. Vol.1. Hoboken:John Willey & Sons, Inc.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lancaster, Geoff and Lester Massingham. 2004. *Marketing Management*. 3rd Edition, McGraw-Hill.

Matsuno, Ken & John T. Mentzer. 2000. The Effects of Strategy Type on the Market Orientation-Performance Relationship. *Journal of Marketing. Vol.64 No.4 : 1-16.*

Miles, R., Snow C., Meyer, A. & Coleman, H. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *The Academy of Management Review, 3(3), 546-562.*

Mowen, Maryane M., Don R. Hansen, dan L.Heitger. 2014. *Cornerstones of Managerial Accounting*. 5th edition. South-Western:Cengange Learning.

Porter, Michael E. 1980. *Competitive Strategy – Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* The Free Press: 137-145.

Roychowdhury, Sugata. 2003. Management of Earningss through the Manipulation of Real Activities that Affect Cash Flow from Operation. *Paper Work. Sloan School of Management MIT.*

Salim, Hasan. 2015. Analisis Pengaruh Manajemen Laba terhadap Profitabilitas Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi: Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Jurnal Manajemen, Vol 12 No. 1 Mei 2015: 68-92.*

Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Multivariat*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Sarac, Mehlika, Yasemin Ertan & Elif Yucel. 2014. How Do Business Strategies Predict Firm Performance? An Investigation on Borsa Istanbul 100 Index. *The Journal of Accounting and Finance. 121-134.*

Scott, Willian R. 2012. *Financial Accounting Theory 6th Ed*. Canada: Pearson Prentice Hall.

Sekaran, Uma and Roger Bougie. 2013. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 6th Edition. New York: Wiley.

Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Siregar, Sylvia Veronica & Sidharta Utama. 2008. Type of Earnings Management and the Effect of Ownership Structure, Firm Size, and Corporate-Governance Practices: Evidence from Indonesia. *The International Journal of Accounting 43 (2008) 1–27.*

Sudaryati, Erina & Farida Amelia. 2015. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Prospector dan Defender. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta Volume 1 No. 2.*

Sulistyanto, Sri. 2008. *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris.* Jakarta: Grasindo.

Tamalee, Kitima, Mohamed Sulaiman & Ishak Ismail. 2008. Business Strategy and Performance of Manufacturing Firms in Thailand. *Oxford Business & Economic Conference Program, 1-13.*

Thompson, Arthur A Jr. & A.J. Strickland III. 2003. *Strategic Management – Concept and Case*. 13th Edition. Richard D. Irwin. Inc.

Oyedijo, Ade & Akewusola RO. 2012. Organizational Strategy and Firm Performance: a Test of Miles and Snow's Model Using 34 Paint Manufacturing SMES in South-western Nigeria. *Journal of Research in International Business and Management. Vol.2(6) : 170-178.*

Ward, John and Peppard, Joe. 2004. *Strategic Planning for Information Systems*. Third Edition, John Wiley & Sons, Ltd, 1989.

Watts, R.L., and J.L. Zimmerman. 1990. *Positive Accounting Theory : A Ten Years Perspective*. The Accounting Review. Vol 65. No.1 : 131 – 156.

Waseemullah. Isamil Safi., and Anam Shehzadi. 2015. Earnings Management and Firm Performance: A Case of Karachi Stock Exchange Listed Firms in Pakistan. *International Journal of Economics and Empirica Research : 278-285.*

https://ekbis.sindonews.com/read/980283/32/indofarma-rilis-surat-utang-rp160-miliar-1427105119 diakses pada 05-12-2017