

# Pengaruh Strategi Bisnis *Prospector* dan *Defender*, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Praktik Manajemen Laba dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan

Satriavi Finisya Putrianto<sup>1</sup>, MF Christiningrum<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Institut Bisnis Nusantara <sup>2</sup>Institut Bisnis Nusantara

\*[christiningrum@ibn.ac.id](mailto:christiningrum@ibn.ac.id)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah strategi bisnis *prospector* dan *defender*, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap praktik manajemen laba dengan ukuran perusahaan sebagai faktor pemoderasi. Sampel yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2018 sebanyak 48 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *prospector* dan *leverage* berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba. Selain itu, hasil uji juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh strategi bisnis, *leverage* dan profitabilitas terhadap manajemen laba. Kontribusi dari penelitian ialah mengisi *research gap* terkait faktor-faktor independen yang berpengaruh terhadap manajemen laba.

Kata kunci: Strategi *Prospector*, Strategi *Defender*, *Leverage*, *Profitabilitas*, Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan.

## 1. Pendahuluan

Zaman revolusi industri 4.0 berdampak pada perkembangan teknologi dan informasi yang juga menyebabkan semakin ketatnya persaingan bisnis antar perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut agar memberikan kinerja yang baik untuk mencapai tujuannya dalam memperoleh laba yang diharapkan. Upaya yang dikerahkan oleh perusahaan untuk mencapai target laba tertentu dapat dilakukan dengan melakukan praktik manajemen laba. Manajemen laba sendiri menurut Sulistyanto (2008)[1], didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi keuangan.

Beberapa faktor yang dapat memicu dilakukannya praktik manajemen laba yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah strategi bisnis *prospector* & *defender*, *leverage* dan profitabilitas, meskipun ada banyak sekali faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi praktik manajemen laba. Strategi bisnis sendiri merupakan suatu perencanaan untuk masuk ke dalam persaingan bisnis dengan teknologi dan informasi terbaru agar perusahaan dapat mencapai tujuannya. Setiap keputusan bisnis yang dibuat oleh manajer harus sejalan dengan strategi bisnis. Miles & Snow (1978)[2] menyebutkan bahwa strategi bisnis terdiri dari empat tipe, meliputi strategi *prospector*, *defender*, *analyzers* dan *reactors*. Strategi *prospector* dan *defender* dinilai sebagai strategi yang paling dominan, di mana pada strategi *prospector*, perusahaan lebih sulit untuk mendapatkan laba maksimum, namun selalu menghindari

profitabilitas yang rendah, sehingga manajer memiliki kemungkinan besar untuk melakukan praktik manajemen laba. Sedangkan penerapan strategi *defender* dinilai tidak mengeluarkan banyak biaya dalam pemenuhan kebutuhan produksi, sehingga menghasilkan laba yang relatif stabil dan mengakibatkan praktik manajemen laba pun berkurang.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi praktik manajemen laba adalah *leverage* yang merupakan rasio untuk mengukur tingkat ekuitas perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Semakin tinggi tingkat *leverage ratio*, maka semakin besar risiko yang harus ditanggung oleh pemilik modal dan kreditur. Oleh karena itu, untuk mengimbangi tingkat risiko yang tinggi, pihak manajemen akan melakukan manajemen laba agar dapat menarik minat investor untuk berinvestasi dan perusahaan mampu memenuhi perjanjian hutang (Widyasarie dalam Safitri, 2014)[3].

Selanjutnya, rasio profitabilitas yang diproksikan dengan ROA menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan cara memanfaatkan seluruh aset perusahaan dalam kegiatan operasionalnya (Kasmir, 2016)[4]. Menurut beberapa penelitian, apabila ROA perusahaan rendah, maka manajer akan cenderung melakukan praktik manajemen laba dengan mengelola dan mengatur laba pada tingkat pencapaian yang maksimal. Hal tersebut dilakukan manajer agar dapat menjaga kinerja perusahaan secara terus menerus.

Selain faktor-faktor di atas, manajemen laba juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu umur perusahaan yang dalam penelitian ini akan dijadikan sebagai variabel kontrol. Perusahaan yang telah lama berdiri, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam pengelolaan dan pemeliharaan operasional perusahaan. Namun, perusahaan yang telah lama berdiri cenderung melakukan praktik manajemen laba lebih tinggi, dibandingkan perusahaan yang baru berdiri. Hal tersebut terjadi karena perusahaan yang telah lama berdiri menghindari risiko fluktuasi yang tak terkendali di masa mendatang, begitupun dengan sebaliknya.

Pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap manajemen laba pada penelitian ini akan dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan besar diyakini memiliki ide dan pengalaman yang lebih banyak dalam mengembangkan bisnisnya, sehingga mampu mendukung perusahaan untuk memperoleh laba yang baik dan membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Hal tersebut membuat perusahaan besar akan lebih berhati-hati dalam melaporkan informasi laba, sehingga cenderung lebih rendah untuk melakukan praktik manajemen laba. Berbeda dengan perusahaan kecil yang memiliki kecenderungan untuk melakukan praktik manajemen laba lebih tinggi untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan (Arvitha Dinda, 2016)[5].

## **2. Metode Penelitian**

### **2.1. Persiapan Sampel**

Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan metode *purposive random sampling* atau berdasarkan pertimbangan/ kriteria tertentu. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam proses seleksi sampel hingga mendapatkan 48 perusahaan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018.

2. Perusahaan manufaktur yang secara konsisten dan lengkap menerbitkan laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 Desember.
3. Perusahaan manufaktur yang secara konsisten menggunakan mata uang Rupiah dalam pelaporan keuangan.

## 2.2. Operasional Variabel

### 1. Manajemen Laba

- a. Rumus *Total Accrual*

$$\text{Total Accrual (TAC)} = \text{NI} - \text{CFO}$$

Keterangan:

NI : Laba bersih setelah pajak (*Net income*)

CFO : Arus kas operasi (*Cash flow from operating*)

- b. Total *accruals* yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS:

$$\frac{\text{TACC}_{i,t}}{\text{TA}_{i,t-1}} = \alpha_1 \left[ \frac{1}{\text{TA}_{i,t-1}} \right] + \alpha_2 \left[ \frac{\Delta \text{REV}_{i,t} - \Delta \text{REC}_{i,t}}{\text{TA}_{i,t-1}} \right] + \alpha_3 \left[ \frac{\text{PPE}_{i,t}}{\text{TA}_{i,t-1}} \right] + e_{i,t}$$

Keterangan:

$\text{TAC}_{i,t}$  : Total akrual perusahaan i pada periode t

$\text{TA}_{i,t-1}$  : Total aset untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t<sub>1</sub>

$\Delta \text{Revenue}_{i,t}$  : Perubahan pendapatan perusahaan i dari tahun t<sub>1</sub> ke tahun t

$\Delta \text{REC}_{i,t}$  : Perubahan piutang perusahaan i dari tahun t<sub>1</sub> ke tahun t

$\text{PPE}_{i,t}$  : *Gross property plant and equipment* perusahaan tahun t

$\alpha$  : Koefisien regresi

$e_{i,t}$  : *Discretionary accrual* (Kesalahan residu)

### 2. Strategi Bisnis

- a. Kemampuan Produksi dan Distribusi Barang dan Jasa Secara Efisien

$$\text{KARPEN} = \frac{\text{Jumlah Karyawan}}{\text{Penjualan}}$$

- b. Tingkat Pertumbuhan Perusahaan

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Jumlah Modal/ Jumlah Saham}}$$

- c. Pemasaran dan Penjualan

$$\text{MARKET} = \frac{\text{Beban Iklan}}{\text{Total Penjualan}}$$

- d. Intensitas Aset Tetap

$$\text{PPEINT} = \frac{\text{Property, Plant and Equipment}}{\text{Total Aset}}$$

- e. Pemberian skor pada perusahaan sampel

Pemberian skor (1 'Terendah' – 5 'Tertinggi') direfleksikan dengan menjumlahkan skor yang sebelumnya diberikan dan kemudian ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

Skor Strategi	Kode	Strategi yang digunakan
Skor 4 - 10	0	Defender

Skor 11 - 20	1	Prospector
--------------	---	------------

3. *Leverage*

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. *Profitabilitas*

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Aset}}$$

5. *Umur Perusahaan*

$$\text{Umur Perusahaan} = \text{Tahun Terakhir Penelitian} - \text{Tahun Perusahaan Berdiri}$$

2.3. *Metode Analisis*

Metode analisis data yang dilakukan di dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif untuk mendeskripsikan objek yang diteliti, serta uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya (Ghozali, 2018)[6]

3. **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

3.1. *Statistik Deskriptif*

**Tabel 1.** Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>			
	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>
<b>DA</b>	0.00015	0.19345	0.03775
<b>STRATEGY</b>	0	1	0.68
<b>DER</b>	0.04001	2.99107	1.04345
<b>ROA</b>	-0.25488	0.26150	0.05559
<b>AGE</b>	10	55	40.10
<b>SIZE</b>	147,992,617,351	51,155,890,227,000	5,021,670,384,591
<b>Valid N (listwise)</b>	240		

3.2. *Hasil Uji Regresi dan Pembahasan Model 1*

**Tabel 2.** Hasil Regresi Model 1

$$DA = \alpha + \beta_1 STRATEGY_{it} + \beta_2 DER_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 AGE_{it} + \varepsilon$$

<b>Variabel Independen</b>	<b>Prediksi</b>	<b>Variabel Dependen = DA</b>	
		<b>Coef</b>	<b>p-Value</b>
Konstanta	?	0.2231	0.0147
<i>STRATEGY</i>	+	0.0372	0.0021***
DER	+	0.0461	0.0922*
ROA	-	-0.0163	0.0008***
<i>AGE</i>	+	0.0044	0.0420**
R-Square		0.9177	
Adjust R <sup>2</sup>		0.8953	
F-Statistik		22.674	
Sig (F-stat)		0.0000	
DW		1.9737	

\*\*\* ; \*\* ; \* tingkat signifikansi masing-masing pada level  $\alpha = 1\%$  ;  $5\%$  ;  $10\%$

Hasil regresi menunjukkan bahwa strategi bisnis *prospector* berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan strategi *prospector* cenderung akan melakukan praktik manajemen laba. Hal ini terjadi karena perusahaan yang menggunakan strategi *prospector* akan mencari peluang pasar dengan melakukan inovasi dan ekspansi, sehingga cenderung mengeluarkan biaya yang cukup besar dan mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan yang ingin labanya tetap terlihat baik di mata publik akan melakukan praktik manajemen laba, agar laba perusahaan terlihat stabil. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Intan, dkk (2019)[7] dan Bentley (2013)[8].

DER berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pendanaan perusahaan yang diperoleh dari hutang, maka semakin tinggi pula praktik manajemen laba. Perusahaan dengan tingkat penggunaan hutang yang tinggi akan menanggung beban bunga yang tinggi pula, sehingga menyebabkan laba yang diperoleh cenderung rendah yang akan berdampak buruk bagi perusahaan dan terancam melanggar perjanjian hutang. Maka dari itu, manajer akan termotivasi untuk menggunakan kebijakan akuntansi tertentu yang dapat menguntungkan perusahaan dan menepati perjanjian hutang (*debt covenant*). Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian Dewi Pipit (2017)[3].

Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba, artinya semakin rendah ROA suatu perusahaan, maka semakin tinggi praktik manajemen laba, dan sebaliknya. ROA yang rendah menunjukkan bahwa rendahnya kemampuan perusahaan dalam memutar asetnya. Kondisi tersebut akan membuat kinerja perusahaan akan dinilai buruk, sehingga mengurangi tingkat kepercayaan investor dalam menanamkan modal, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, manajer termotivasi untuk melakukan praktik manajemen laba, agar dapat menjaga kinerja perusahaan secara terus menerus. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi dan Khairunnisa (2015)[9].

Pengaruh umur perusahaan (*AGE*) terhadap praktik manajemen laba menunjukkan hasil bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap praktik manajemen laba. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian Savitri (2014)[10]. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama umur perusahaan, maka tingkat praktik manajemen laba akan semakin tinggi pula. Perusahaan yang telah lama berdiri dinilai dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang baru berdiri. Selain itu, perusahaan yang telah lama berdiri memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mengelola operasional perusahaan, sehingga termotivasi untuk melakukan praktik manajemen laba, guna mengurangi risiko fluktuasi yang tak terkendali di masa yang akan datang.

### **3.3. Hasil Uji Regresi dan Pembahasan Model 2**

Berdasarkan hasil uji, strategi bisnis setelah dimoderasi oleh ukuran perusahaan menjadi tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada perusahaan besar yang menggunakan strategi *prospector*, kurang memotivasi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba. Hal ini terjadi, karena pada umumnya perusahaan besar sudah memiliki aset atau kekayaan yang cukup besar, sehingga tidak akan menurunkan kinerja perusahaan, walaupun perusahaan melakukan inovasi dan ekspansi yang cenderung mengeluarkan banyak biaya.

**Tabel 3.** Hasil Regresi Model 2

$$DA = \alpha + \beta_1 STRATEGY_{it} * SIZE + \beta_2 DER_{it} * SIZE + \beta_3 ROA_{it} * SIZE + \beta_4 STRATEGY_{it} + \beta_5 DER_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \varepsilon$$

Variabel Independen	Prediksi	Variabel Dependen = DA	
		Coef	p-Value
Konstanta	?	0.1071	0.0396
<i>STRATEGY*SIZE</i>	+/-	0.0034	0.4097
<i>DER*SIZE</i>	+/-	0.0016	0.2008
<i>ROA*SIZE</i>	+/-	-0.4511	0.0007***
<i>STRATEGY</i>	+	1.4203	0.0288**
DER	+	1.2023	0.0771*
ROA	-	-0.4278	0.0898*
<i>AGE</i>	+	0.0030	0.0092***
R-Square		0.9243	
Adjust R <sup>2</sup>		0.9022	
F-Statistik		25.492	
Sig (F-stat)		0.0000	
DW		1.9828	

\*\*\* ; \*\* ; \* tingkat signifikansi masing-masing pada level  $\alpha = 1\%$ ,  $5\%$ ,  $10\%$

DER setelah dimoderasi oleh ukuran perusahaan juga menjadi tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Pada perusahaan-perusahaan besar, penggunaan hutang kurang memotivasi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba, dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini terjadi karena perusahaan yang memiliki aset atau kekayaan yang besar dinilai mampu untuk membayar hutang dan beban bunga, serta memiliki jaminan aset untuk hutang dengan komposisi yang aman. Selain itu, perusahaan besar lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan besar lebih dipercayai oleh kreditur dan dinilai telah beberapa kali melakukan perjanjian hutang.

ROA setelah dimoderasi oleh ukuran perusahaan tetap berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Pada perusahaan kecil dengan tingkat ROA yang rendah, manajer akan semakin tinggi untuk melakukan praktik manajemen laba. Hal ini terjadi, agar perusahaan kecil mampu menarik perhatian pihak eksternal dengan kinerja yang dihasilkan. Pada kondisi tersebut manajer akan mengelola dan mengatur laba pada tingkat pencapaian yang maksimal untuk memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik. Sebaliknya, pada perusahaan besar dengan tingkat ROA yang tinggi, pihak manajer akan membatasi praktik manajemen laba. Kondisi tersebut disebabkan karena perusahaan besar cenderung menjadi

sorotan publik, sehingga berusaha untuk tidak melakukan tindakan yang dapat membahayakan kredibilitas perusahaan.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil pengukuran model 1, strategi *prospector* berpengaruh positif signifikan pada  $\alpha=1\%$  terhadap praktik manajemen laba. *Leverage* berpengaruh positif signifikan pada  $\alpha=10\%$  terhadap praktik manajemen laba. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan pada  $\alpha = 1\%$  terhadap praktik manajemen laba.
2. Pada hasil pengukuran model 2, keberadaan ukuran perusahaan memperlemah pengaruh strategi bisnis terhadap praktik manajemen laba. Keberadaan ukuran perusahaan memperlemah pengaruh *leverage* terhadap praktik manajemen laba. Keberadaan ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap praktik manajemen laba.

#### 5. Referensi

- [1] Sulistyanto, S. H. *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*. 2008 Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta.
- [2] Miles, R. E., and Snow, C. C. *Organizational Strategy, Structure and Process*. 1978 McGraw-Hill: New York.
- [3] Dewi Kusuma Wardani dan Pipit Dayu Isbela. *Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba*. 2017 *Jurnal Akuntansi*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa-Yogyakarta, Volume 13.
- [4] Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. 2016 Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- [5] Arvitha Dinda, dkk. *Pengaruh Kualitas Audit Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi*. 2016 *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti (e-journal)*. Volume 3 Nomor 1.
- [6] Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. 2018 Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- [7] Intan, dkk. *Pengaruh Strategi Bisnis Dan Kinerja Keuangan Terhadap Income Smoothing dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017*. 2019 *Prosiding Seminar Nasional Pakar ke-2*. ISSN (P): 2615 – 2584.
- [8] Bentley, K. A., Omer, T. C., & Sharp, N. Y. *Business Strategy, Financial Reporting Irregularities, and Audit Effort*. 2013 *Contemporary Accounting Research*. 780-817.
- [9] Desi Nur Aprina dan Khairunnisa. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kompensasi Bonus Terhadap Praktik Manajemen Laba*. 2015 *e-Proceeding of Management*. Vol. 2, No. 3.
- [10] Savitri, Enni. *Analisis Pengaruh Leverage Dan Siklus Hidup Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 2014 *Jurnal Akuntansi FE Univ. Riau*, Vol. 3, No. 1, Oktober 2014.