

**MENENTUKAN STRATEGI KOMPETITIF PENGGILINGAN PADI
(RICE MILLING UNIT) UD. TANI JAYA DENGAN
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DI DESA NYAMPLUNG
SARI, KECAMATAN PETARUKAN KABUPATEN PEMALANG,
JAWA TENGAH**

D a r y o dan Mahben Jalil
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti

ABSTRACT

Determining the Competitive Strategy of Rice Milling Unit UD. Tani Jaya Using SWOT Analysis in Nyamplung Sari Village, Petarukan District, Pemalang Regency, Central Java ". Essay. Tegal: Faculty of Economics, Pancasakti University Tegal. 2017. The purpose of the study was to analyze the UD strategy. Tani Jaya in achieving competitive advantage by using SWOT analysis. Data collection methods used in the study are interviews, documentation, literature. While the data analysis methods used are descriptive analysis, industry analysis, consumer valuation analysis, matrix analysis of internal strategy factors and external strategy factors (IFS-EFS) and SWOT Analysis Phase. From the results of rating (rating) the results of identification of strengths and weaknesses as internal strategic factors obtained a value of 2,922 with the criteria of being. The results of rating (rating) the results of identification of strengths and weaknesses as external strategic factors obtained a value of 2.896 with the criteria being. Total scores from internal and external factors are mapped into internal and external matrices, the current position of the company is in cell V, namely growth / stability.

Keywords: SWOT Analysis

A. PENDAHULUAN

Di abad 21 ini, dimana masing-masing Negara di dunia seolah tanpa ada sekat dan batas ruang maupun waktu, diprediksikan orientasi bisnis para pengusaha akan berubah. Jika sebelumnya orientasi bisnis yang berkembang adalah produsen dengan leluasa dapat memaksakan kehendaknya kepada konsumen dengan produk-produk hasil produksinya, yang terkadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka yang terjadi saat ini adalah kebalikannya. Pergeseran orientasi tersebut ialah para pengusaha telah menyadari sepenuhnya bahwa didalam

dunia industri saat ini, konsumenlah sebagai pemegang kendali atas produk yang akan dan ada dipasar, konsumen sangat menentukan jenis dan bentuk produk seperti apa yang dipasar, dengan demikian produsen seolah “dipaksa” untuk mengikuti dan menghasilkan produk yang sesuai dengan nilai dan keinginan konsumen

Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasikan kepada konsumen. Beberapa cara dalam pemasaran jasa menyatakan bauran pemasaran jasa adalah seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk menentukan karakteristik jasa yang

ditawarkan kepada pelanggan, dimana unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari: Product, price, promotion, place. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang teknik jangka pendek.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, banyak berdiri usaha penggilingan padi dan penjualan beras baik skala besar maupun kecil semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan konsumen, bagi perusahaan yang tidak meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan maka akan ditinggalkan oleh pelanggan.

Untuk dapat terus bertahan dalam industri dan mencapai tujuan yang diharapkan, salah satu faktor kunci yang perlu diperhatikan adalah pengembangan keunggulan kompetitif perusahaan. Keunggulan kompetitif merupakan suatu keunggulan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan hanya sedikit perusahaan lain yang dapat melakukan tindakan serupa. Untuk bisa menciptakan keunggulan kompetitif dalam bidang usahanya, perusahaan diharapkan dapat menggunakan perangkat-perangkat yang dimilikinya agar dapat menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya mampu mengintegrasikan strategi dan berbagai sumber daya yang dimiliki dalam rangka penciptaan keunggulan kompetitif.

Secara umum, implementasi teori perusahaan tentang bagaimana cara bersaing akan memiliki tiga implikasi terhadap posisi kompetitif perusahaan, yaitu:

1. Bersaing dengan sangat sukses untuk memperoleh competitive advantage (keunggulan kompetitif), yaitu jika tindakan perusahaan dalam suatu industri atau pasar mampu memberi nilai tambah dan

jika hanya ada beberapa (sedikit) perusahaan yang mampu melakukan tindakan serupa.

2. Bersaing dengan sukses untuk memperoleh competitive parity (keunggulan paritas), yaitu jika tindakan perusahaan dalam suatu industri atau pasar mampu memberi nilai tambah dan cukup banyak perusahaan yang mampu melakukan tindakan serupa
3. Bersaing dengan tidak sukses untuk memperoleh competitive disadvantage, yaitu jika tindakan perusahaan dalam suatu industri atau pasar gagal memberi nilai tambah ekonomis.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman.

Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental dimana persaingan berlangsung. Selain itu teori pemasaran modern menyatakan bahwa kunci sukses sebuah perusahaan bersaing tergantung pada penyesuaian secara dinamis terhadap lingkungan yang kompleks dan selalu berubah-ubah.

Begitu pula yang terjadi di Desa Nyamplung Sari Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang, petani padi semakin banyak pilihan untuk dapat memanfaatkan jasa penggilingan padi. strategi kompetitif dapat digunakan agar perusahaan penggilingan padi bisa bersaing untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan kepercayaan konsumen, maka secara tidak langsung petani padi tidak akan berpaling dan pindah pada tempat penggilingan padi yang lain.

Melalui jasa yang diberikan, Usaha penggilingan padi UD. Tani Jaya melayani kebutuhan masyarakat petani serta melancarkan mekanisme kebutuhan bahan pangan khususnya beras. Oleh karena itu strategi kompetitif untuk mempertahankan atau meningkatkan jumlah pelanggan sangat diperlukan, supaya masyarakat petani di Desa Nyamplung Sari dan sekitarnya lebih mengenal penggilingan padi UD. Tani Jaya. UD. Tani Jaya selain melayani penggilingan padi juga menjual beras kepada konsumen.

Dengan meningkatnya persaingan bisnis dalam usaha penggilingan padi dan penjualan beras, maka perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan keadaan pasar dan bersaing lebih kompetitif dalam menentukan strategi. Strategi kompetitif merupakan salah satu cara untuk mengetahui daya saingnya disetiap kekuatan.

Penggunaan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and threat) yang efektif dapat memegang peranan penting dalam menentukan strategi kompetitif, agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidup dan kontinuitas perusahaan.

Maka, fungsi dari analisis SWOT dan strategi kompetitif adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan atau usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan

melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan.

Keadaan di Desa Nyamplungsai sekarang banyak bermunculan perusahaan penggilingan baru, sehingga menimbulkan konsumen (petani) pindah tempat dalam hal penggunaan jasa penggilingan padi yang berdampak pada menurunnya jumlah pelanggan di UD. Tani Jaya. Dengan menurunnya jumlah pelanggan secara otomatis juga akan mengurangi pendapatannya. Selain itu juga sekarang banyak dijual beras dengan berbagai merek dan juga berbagai varian, misalnya beras organik merupakan permasalahan yang dihadapi oleh UD. Tani Jaya.

Jika keadaan tersebut terus berlanjut maka tidak menutup kemungkinan UD. Tani Jaya akan kehilangan semua pelanggannya. Sehingga harus segera mungkin melakukan tindakan-tindakan untuk menyelamatkan perusahaan agar tidak mengalami kebangkrutan yaitu dengan menggunakan strategi kompetitif.

B. PERUMUSAN MASALAH

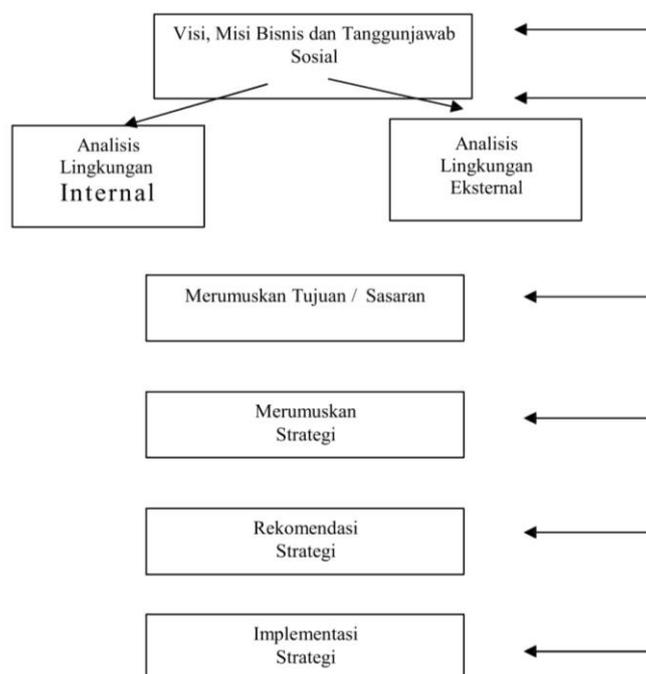
Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana strategi UD. Tani Jaya dalam mencapai keunggulan kompetitif dengan menggunakan analisis SWOT?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi UD. Tani Jaya dalam mencapai keunggulan kompetitif dengan menggunakan analisis SWOT.

D. KERANGKA BERPIKIR PENELITIAN

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian

E. ANALISIS DATA

Penelitian ini mengambil sampel perusahaan yang tergabung dalam perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 21 yang mempunyai data yang lengkap yang diperlukan dalam penelitian ini. Data sampel dan tabulasi data yang digunakan dalam penelitian ini beserta deskripsi dari masing-masing variabel akan disajikan berikut ini:

1. Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak tindakan penstrukturan yang terkait dengan konsekuensi potensi pajaknya, yang tekanannya kepada pengendalian setiap transaksi yang ada konsekuensi pajaknya (Suandy, 2011:18). Pada umumnya, perencanaan pajak merujuk kepada proses merekayasa

usaha transaksi wajib pajak agar utang pajak berada dalam jumlah yang minimal, tetapi masih dalam bingkai peraturan perpajakan. Variabel perencanaan pajak diukur dengan menggunakan rumus *tax retention rate* (tingkat retensi pajak), yang menganalisis suatu ukuran dari efektivitas manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan tahun berjalan. Ukuran efektivitas manajemen pajak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ukuran efektivitas perencanaan pajak. Berikut ini adalah data mengenai perencanaan pajak perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015.

Tabel 4.3 Data Perencanaan Pajak Perusahaan Perdagangan Besar Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015

Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean
Pajak_X1	84	,04	7,87	,9018
Valid N (listwise)	84			

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui perencanaan pajak yang diukur dengan *tax retention rate* (tingkat retensi pajak) pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012- 2015. *Tax retention rate* (tingkat retensi pajak) tertinggi pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012- 2015 adalah sebesar 7,87 yaitu PT. Enseval Megatrading. Sedangkan *tax retention rate* (tingkat retensi pajak) terendah adalah PT. Evergreen Invesco sebesar 0,04 dan rata-rata *tax retention rate* (tingkat retensi pajak) perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012- 2015 sebesar 0,9018. *Tax retention rate* (tingkat retensi pajak) yang tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan lebih efektif dalam melakukan manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan tahun berjalan. Sedangkan *Tax retention rate* (tingkat retensi pajak) yang trendah dapat diartikan bahwa perusahaan kurang efektif dalam melakukan manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan tahun berjalan.

2. Aset Perusahaan

Aset perusahaan pada dasarnya adalah semua hak yang dapat digunakan dalam operasi perusahaan (Dewi dan Ulupui, 2014:254).

Dalam penelitian ini skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan. Berikut ini adalah data mengenai aset perusahaan yang tergabung dalam perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015.

Tabel 4.4 Data Aset Perusahaan Perdagangan Besar Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015

Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean
Aset_X2	84	4,321	7,790	6,150
Valid N (listwise)	84			

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui aset perusahaan yang diukur dengan total aset pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015. Total aset tertinggi dari perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015 adalah sebesar 61.715.399,00 yaitu total aset dari PT.United Tractors Tbk. Sedangkan total aset terendah dari perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015 sebesar 20.937 yaitu total aset dari PT. Akbar Indo Makmur Stimec dan rata-rata total aset perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012- 2015 sebesar 5.845.820,9286. Perusahaan yang memiliki aset tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan mempunyai total aktiva yang besar, yang dapat dijadikan modal kerja untuk memperoleh laba. Perusahaan yang memiliki aset rendah dapat diartikan bahwa perusahaan mempunyai total aktiva yang terbatas,

sehingga modal kerja untuk memperoleh laba juga terbatas.

3. Manajemen Laba

Manajemen laba adalah suatu tindakan yang terjadi ketika manajer menggunakan kebijakan dalam pelaporan keuangan dan dalam menyusun transaksi untuk mengubah laporan keuangan dan menyesatkan *stakeholders* mengenai kinerja ekonomi perusahaan, atau untuk mempengaruhi *contractual outcomes* yang tergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan (Sulistyanto, 2009: 13). Dari kaca mata etika, dapat dianalisis sebab-sebab manajer melakukan manajemen laba, sementara itu dari kaca mata teori akuntansi positif dapat dianalisis dan diidentifikasi sebagai bentuk praktek manajemen laba yang dilakukan oleh manajer perusahaan. Esensi dari pendekatan moral atau etika adalah mencapai keseimbangan antara kepentingan individu (manajer) dengan kewajiban terhadap pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan kepentingan principal dan akhirnya menjadi insentif bagi manajer untuk melakukan manajemen laba. Manajemen laba diukur dari distribusi laba, dimana bila nilai distribusi laba (ΔE) adalah nol atau positif, maka perusahaan menghindari penurunan laba dan melakukan manajemen laba. Bila nilai distribusi laba (ΔE) adalah negatif, maka perusahaan menghindari pelaporan kerugian.

Berikut ini adalah data mengenai manajemen laba dari perusahaan yang tergabung dalam sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015.

Tabel 4.5 Data Manajemen Laba Perusahaan Perdagangan Besar Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015

	N	Minimum	Maximum	Mean
Manajemen Laba_Y	84	-131,84	95,71	-1,3002
Valid N (listwise)	84			

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui data indeks manajemen laba pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015. Indeks manajemen laba tertinggi dari perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015 sebesar 95,71 yaitu indeks manajemen laba PT. Wicaksana Overseas. Sedangkan indeks manajemen laba terendah dari perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015 adalah sebesar -131,84 yaitu indeks manajemen laba PT. Wicaksana Overseas perusahaan. Rata-rata indeks manajemen laba dari perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di BEI untuk periode 2012-2015 adalah -1,3002. Perusahaan yang memiliki indeks manajemen laba tinggi (nilai indeks manajemen laba positif dan lebih dari 1) dapat diartikan bahwa perusahaan tidak melakukan manajemen laba namun jika manajemen laba rendah (nilai indeks manajemen laba negatif dan kurang dari 1) dapat diartikan bahwa perusahaan cenderung melakukan manajemen laba dengan menghindari cara penurunan laba.

4. Pengujian Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Suatu model regresi yang baik adalah model regresi yang memenuhi asumsi klasik yaitu, asumsi normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan uji statistik, yaitu dengan analisis uji statistik non parametrik *one sample kolmogorov smirnov*. Ketentuan pengambilan keputusan pada uji *one sample kolmogorov smirnov* adalah bahwa jika probabilitas signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Sebaliknya jika signifikansi di atas 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut normal (Ghozali, 2011:140).

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.77715710
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.083
	Negative	-.143
Kolmogorov-Smirnov Z		.781
Asymp. Sig. (2-tailed)		.575

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi *kolmogorov smirnov* dengan unstandardized residual diperoleh nilai sebesar 0,575. Perbandingan antara *probability* dengan standar signifikansi yang sudah ditentukan diketahui bahwa nilai *probability* lebih besar dari 0,05. Sehingga menunjukkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini normal.

b. Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2011).

Variabel yang menyebabkan multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance maupun VIF (*Variance Inflation*

Factor). Model regresi yang bebas multikolinieritas mempunyai nilai $VIF < 10$ dan mempunyai angka *tolerance* $> 0,1$ atau mendekati 1 (Ghozali, 2011:140).

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pajak_NML	1,000	1,000
Aset_X2	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Manaj.Laba NML

Dari hasil perhitungan uji asumsi klasik pada bagian *collinearity statistic* terlihat untuk kedua variabel independen, angka VIF yaitu masing-masing sebesar 1,000 yang lebih kecil dari 10 sehingga tidak melebihi batas nilai VIF yang diperkenankan yaitu maksimal sebesar 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas.

c. Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu dengan yang lain. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Dengan kata lain masalah ini seringkali ditemukan apabila kita menggunakan data runtut waktu. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi digunakan uji *Durbin Watson (DW Test)*.

Tabel 4.8. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,897 ^a

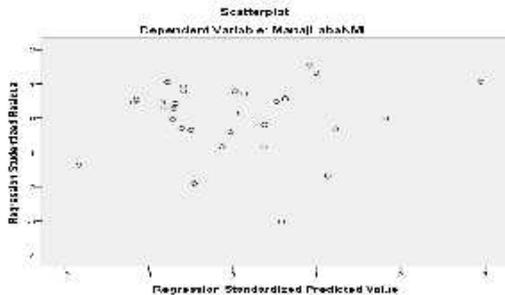
a. Predictors: (Constant), Aset_X2, Pajak_NML

b. Dependent Variable: Manaj. Laba NML

Uji autokorelasi menggunakan pengujian Durbin-Watson. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS 17.0 *for windows*, menunjukkan hasil sebesar 1,897 dengan jumlah variabel bebas sebanyak 2 dan tingkat signifikansi 0,05 atau $\alpha = 5\%$. Kriteria tidak adanya autokorelasi adalah jika $du < d < 4 - du$. Dengan 2 variabel bebas, dan $n = 84$ diketahui $du = 1,6942$, sedangkan $4 - du (4 - 1,6942) = 2,2418$. Sehingga hasil perhitungan uji durbin watson terletak pada $1,6942 < 1,897 < 2,2418$ yang berarti model regresi tidak ada masalah autokorelasi.

d. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya problem heteroskedastisitas pada model regresi dapat dideteksi dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu yang teratur pada grafik scatterplot serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2011).



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas diketahui bahwa tidak ada pola tertentu yang teratur pada grafik scatterplot serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,191	19,117		,062	,950
Pajak_X1	9,596	3,127	,325	3,068	,003
Aset_X2	-1,593	3,098	-,055	-,514	,608

a. Dependent Variable: ManajLaba_Y

Berdasarkan hasil perhitungan, estimasi model regresi linier berganda antara perencanaan pajak dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba diperoleh persamaan sebagai berikut: $\hat{Y} = 1,191 + 9,596 X_1 - 1,593 X_2 + e$

Dari model regresi dapat diartikan bahwa:

- Nilai a (konstanta) sebesar 1,191 dapat diartikan bahwa jika tidak ada perencanaan pajak dan aset perusahaan maka indeks manajemen laba akan bernilai sebesar 1,191%.
- Koefisien regresi untuk perencanaan pajak sebesar 9,596 dan bertanda positif, menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan perencanaan pajak maka akan meningkatkan manajemen laba sebesar 9,596%.
- Koefisien regresi untuk aset perusahaan sebesar 1,593 dan bertanda negatif, menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 juta ukuran perusahaan maka akan menurunkan manajemen laba sebesar 1,593%.

6. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Tingkat signifikansi atau probabilitasnya adalah sebesar 5% atau 0,05. Dasar penerimaan atau penolakan hipotesis adalah jika nilai signifikan $P < 0,05$ maka hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Namun jika nilai signifikan $P > 0,05$ maka hipotesis ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4994,263	2	2497,132	4,716	,012 ^b
	Residual	42887,891	81	529,480		
	Total	47882,154	83			

- a. Dependent Variable: ManajLaba_Y
 b. Predictors: (Constant), Aset_X2, Pajak_X1

Dari hasil perhitungan di atas diketahui nilai signifikansi simultan sebesar $0,012 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan perencanaan pajak dan aset perusahaan secara simultan terhadap manajemen laba pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015.

7. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tingkat signifikansi atau probabilitasnya adalah sebesar 5% atau 0,05. Dasar penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan adalah jika nilai signifikan $p < 0,05$ maka hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1,191	19,117			,062	,950
Pajak_X1	9,596	3,127	,325		3,068	,003
Aset_X2	-1,593	3,098	-,055		-,514	,608

- a. Dependent Variable: ManajLaba_Y

- a. Dari hasil perhitungan uji signifikan parameter individual (uji statistik t) perencanaan pajak terhadap manajemen laba didapat probabilitas nilai sig sebesar 0,003 maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan perencanaan pajak secara parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015.
- b. Dari hasil perhitungan uji signifikan parameter individual (uji statistik t) ukuran perusahaan terhadap manajemen laba didapat probabilitas nilai sig sebesar 0,603 maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan aset perusahaan secara parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015.

8. Koefisien Determinasi

Dalam uji regresi linier berganda dianalisis pula besarnya koefisien determinasi (r^2) keseluruhan. r^2 digunakan untuk mengukur ketepatan yang paling baik dari analisis regresi berganda. Jika r^2 mendekati 1 (satu) maka dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika r^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variabel bebas menerangkan variabel terikat.

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,323 ^a	,104	,082	23,01044

a. Predictors: (Constant), Aset_X2, Pajak_X1

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,082. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,082 tersebut mengandung arti bahwa perencanaan pajak dan aset perusahaan secara simultan memberikan pengaruh atau kontribusi kepada manajemen laba sebesar 8,2% dan sisanya 91,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan, misalnya variabel *good corporate governance* dan variabel struktur modal.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan perencanaan pajak dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil pengujian uji signifikan parameter simultan (uji statistik F) didapat probabilitas nilai sig sebesar 0,0012 yang lebih kecil dari nilai α yaitu sebesar 0,05.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan perencanaan pajak secara parsial terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil pengujian uji signifikan parameter individual (uji statistik t) perencanaan pajak terhadap manajemen laba didapat probabilitas nilai

sig sebesar 0,003 yang lebih kecil dari nilai α yaitu sebesar 0,05.

3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan secara parsial terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil pengujian uji signifikan parameter individual (uji statistik t) perencanaan pajak terhadap manajemen laba didapat probabilitas nilai sig sebesar 0,608 yang lebih besar dari nilai α yaitu sebesar 0,05.
4. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,082. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,082 tersebut mengandung arti bahwa perencanaan pajak dan ukuran perusahaan secara simultan memberikan pengaruh atau kontribusi kepada manajemen laba sebesar 8,2% dan sisanya 91,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan.

G. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran sehubungan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Pemerintah atau fiskus sebaiknya melakukan atau membuat peraturan yang ketat dari segi peraturan perpajakan, mengingat pajak merupakan pendapatan negara terbesar. Tentunya tujuan pembuatan peraturan yang ketat untuk mempersempit gerak perusahaan dalam melakukan manajemen laba dengan menurunkan jumlah laba perusahaan untuk menekan jumlah pajak yang dibayarkan.
2. Bagi perusahaan emiten baik perusahaan dengan ukuran yang besar atau kecil sebaiknya tidak melakukan manajemen laba, karena investor dan pemerintah memerlukan

informasi yang sebenarnya dan tidak menyesatkan dalam mengambil kebijakan atau keputusan.

3. Penelitian ini membuktikan bahwa perencanaan pajak dan ukuran perusahaan secara simultan memberikan pengaruh atau kontribusi kepada manajemen laba sebesar 8,2%. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan memasukkan atau menambah variabel lain yang dapat

mempengaruhi manajemen laba, ataupun memasukan variabel intervening sehingga dapat mengetahui faktor apa yang dapat memperkuat atau memperlemah manajemen laba misalnya variabel *good corporate governance* dan variabel struktur modal. Penelitian selanjutnya juga sebaiknya menambah periode penelitian dan menambah jumlah sampel.

H. DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Ferry dan Anna Purwaningsih. 2013. *Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan NonManufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Online. www.e-journal.uajy.ac.id.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2007. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: BP. UNDIP
- Dewi, Lindira Sukma dan I Gusti Ketut Agung Ulupui. 2014. *Pengaruh Pajak Penghasilan dan Asset Perusahaan terhadap Earning Management pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012*. Online. www.download.portalgaruda.org/article
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistik Induktif. Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPF E.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2012. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Hidayati, Siti Munfiah dan Zulaika. 2003. “Analisis Perilaku Earning Management: Motivasi Minimalisasi Income Tax”. *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Hal 526-537
- Husnan, Suad dan Eny Pudjiastuti. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Juniarti dan Carolina. 2005. "Analisa Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Perataan Laba (Income Smoothing) Pada Perusahaan- Perusahaan Go Public". *Jurnal Akuntansi & Keuangan*. Vol. 7 No. 2. Nopember. hal: 148- 162.
- Jogiyanto, 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Lestari, Nanik. 2014. *Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Corporate Governance*. Online. www.multi-paradigmalecture.ub.ac.id.
- Mardiasmo. 2013. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi. Muliati, Ketut. 2011. *Pengaruh Asimetri dan Ukuran Perusahaan Pada Praktek Manajemen Laba di Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI*. Tesis. Universitas Udayana.
- Muljono. Djoko. 2014. *Tax Planning Menyiasati Pajak Dengan Bijak*. Yogyakarta: Andi.
- Munawir, Slamet. 2010. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty.
- Nasution, Marihot dan Setiawan, 2007. "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi Volume 10 Juli:26-28*.
- Nasution, S. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Santana, Dewa Ketut Wira dan Made Gede Wirakusuma. 2016. *Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba*. Online. www.download.portalgaruda.org/article.php.
- Sartono, Agus. 2013. *Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Sawir, Agnes. 2013. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Suandy, Erly. 2016. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sulistiyanto, Sri. 2009. *Manajemen Laba*. Jakarta: Gramedia.

- Sumomba, Christina Ranty. 2012. *Pengaruh Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Online. www.e-journal.uajy.ac.id (23 Pebruari 2015).
- Trisnawati, Rina. 2012. *Pengukuran Manajemen Laba: Pendekatan Terintegrasi (Studi komparasi perusahaan manufaktur yang tergabung pada indeks JII dan LQ 45 Bursa Efek Indonesia periode 2004-2010)*. Online. www.asp.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2014/03/039-AKPM.
- Wijaya, Maxson dan Dwi Martani. 2011. *Praktik Manajemen Laba Perusahaan Dalam Menanggapi Penurunan tarif Pajak Sesuai UU NO. 36 Tahun 2008*. Online. www.mfile.narotama.ac.id
- Wiryardari Santi Aryn dan Yulianti. 2015. *Hubungan Perbedaan Laba Akuntansi dan laba Pajak Dengan perilaku Manajemen Laba dan Persistensi Laba*. Online. www.pdeb.fe.ui.ac.id
- Zain, Mohammad. 2008. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.