

**STRATEGI TINGKAT BISNIS, PERSAINGAN
PASAR, DAN MANAJEMEN LABA**
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :
NOVIA YULIANA DEWI
12030112130090

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Novia Yuliana Dewi
Nomor Induk Mahasiswa : 12030112130090
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi
Judul Skripsi : **STRATEGI TINGKAT BISNIS, PERSAINGAN PASAR, DAN MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)**
Dosen Pembimbing : Dr. P. Th Basuki Hadiprajitno, MBA, MSAcc, Ak, CA

Semarang, 16 Maret 2016

Dr. P. Th Basuki Hadiprajitno, MBA, MSAcc, Ak, CA
NIP 19610109 198803 1001

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Novia Yuliana Dewi

Nomor Induk Mahasiswa : 12030112130090

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **STRATEGI TINGKAT BISNIS, PERSAINGAN PASAR, DAN MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 April 2016

Tim Penguji

1 Dr. P. Th Basuki Hadiprajitno, MBA, MSAcc, Ak, CA (.....)

2 Drs. Agustinus Santosa Adiwibowo, M.Si., Akt. (.....)

3 Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, S.E., M.Si., Akt., Ph.D (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Novia Yuliana Dewi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **STRATEGI TINGKAT BISNIS, PERSAINGAN PASAR, DAN MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 16 Maret 2016
Yang membuat pernyataan,

Novia Yuliana Dewi
NIM : 12030112130090

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the relationships among business strategy, market competition and earnings management. This study uses Porter's typology of business strategies; cost leadership and differentiation. First, it examines the relationships between business strategy and earnings management. Further, it analyzes the joint effect of business strategy and market competition to earnings management.

This study uses secondary data. The population consists of manufacturing firms listed in Indonesia Stock Exchange. This study uses purposive sampling and takes some criterias. Firms included in this study are being listed in IDX before 2010 and also provides annual reports from 2011 until 2014. The samples consists of 180 observations. In this research Ordinary Least Square used to be analysis technique.

The result of this study show that firms that follow cost leadership strategy (cost leaders) are more likely to have a higher level of real earnings management and firms that follow differentiation strategy (differentiators) are less likely to use real earnings management. Further, for cost leaders in the high level of market competition are more likely to have a higher level of earnings management, whereas the level of earnings management of differentiators is not significantly impacted by the market competition.

Keywords : Business strategy, cost leadership, differentiation, market competition, earnings management

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dampak dari strategi tingkat bisnis dan persaingan pasar terhadap praktik manajemen laba. Penelitian ini menggunakan tipologi strategi organisasi Porter; kepemimpinan biaya dan diferensiasi. Pertama, peneliti menguji hubungan antara strategi tingkat bisnis terhadap praktik manajemen laba. Selanjutnya, peneliti melakukan pengujian lebih mendalam dengan menguji dampak dari hubungan antara strategi tingkat bisnis dan persaingan pasar terhadap praktik manajemen laba.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metoda *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum tahun 2010 dan menyajikan laporan keuangan selama tahun 2011 sampai 2014 secara lengkap dengan menggunakan mata uang rupiah. Jumlah total sampel dalam penelitian ini sebanyak 180 perusahaan dari empat tahun periode pengamatan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *Ordinary Least Square (OLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi kepemimpinan biaya memiliki kemungkinan yang lebih tinggi dalam melakukan praktik manajemen laba dan perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi cenderung untuk tidak melakukan praktik manajemen laba. Lebih lanjut, hasil penelitian mengindikasikan bahwa perusahaan dengan strategi kepemimpinan biaya dan berada dalam suatu lingkungan persaingan yang ketat cenderung untuk melakukan praktik manajemen laba. Di sisi lain, tingkat praktik manajemen laba dari perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi tidak dipengaruhi secara signifikan oleh persaingan pasar.

Kata kunci : Strategi tingkat bisnis, kepemimpinan biaya, diferensiasi, persaingan pasar, manajemen laba

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Bukan dikatakan berilmu apabila tidak disertai ketaqwaan, dan bukanlah dinamakan berakal apabila tidak dihiasi adab serta budi pekerti .“

(Habib Abdulloh bin Abdulqodir Bilfaqih)

“Faedah ilmu terletak pada pengamalan dan pencatatannya ”

(Habib Ali bin Muhammad Al-Habsyi)

“Rencanakan sesuatu itu dengan baik, lalu kerjakanlah. Pikirkan semua itu lebih dahulu, baru kemudian katakanlah.”

(Habib Abdulloh bin Alwi Al-Haddad)

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Bapak, Ibu, dan kakakku tercinta

Sahabat dan teman-temanku tersayang

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI TINGKAT BISNIS, PERSAINGAN PASAR, DAN MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, saran dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Fuad, S.E.T, M.Si., Ph.D. selaku Kepala Jurusan Akuntansi, Universitas Diponegoro.
3. Dr. Darsono, S.E., MBA, Akt. selaku dosen wali penulis selama menempuh jenjang perkuliahan.
4. Dr. Paulus Th Basuki Hadiprajitno, MBA., M.Acc., Akt., CA. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, nasihat, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membagikan ilmunya selama proses belajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Seluruh Staf TU Fakultas Ekonomika dan Binsis Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan dan bantuan.
7. Kedua orang tua penulis, Ibu Harnati dan Bapak Abdullah Saubari yang tiada hentinya mengalirkan kasih sayang, doa, dan dukungan.
8. Basis Ardian selaku kakak yang menjadi alasan dan motivasi untuk melakukan yang terbaik.
9. Kedua sahabat kecilku tersayang Nuri Septifani dan Tesalonika Tyas Sari yang senantiasa menyayangi, menghibur, dan mendukung.
10. Rifqi Aditya Faisal sebagai sahabat yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa.
11. Tim Hore Desita Nurwigati, Carolina Kartika, Lailatul Khasanah, Rizky Cahya, Cindy Farah, Bernadet Krisma yang telah menjadi saudara perantauan dan selalu siap sedia untuk direpotkan.
12. Yunita, Venny, Asih, Fajar, Rhona, Tika, dan Dewi yang selalu mengingatkan dalam kebaikan dan menghilangkan kejenuhan selama ini.
13. Kawan magelang Yudhi Catur, Yusti Mahanu, dan Yoga Adi sebagai teman seperjuangan dari awal perkuliahan.
14. Faiq Fuadi atas dukungan dan ilmunya.
15. Keluarga Besar Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM FEB UNDIP).

16. Teman-teman KKN Desa Bandungharjo: Enggal, Nimas, Dinda, Jakula, Etna, Dita, Enlia, Agit, Arba, dan Hasya atas pengalaman dan kerjasamanya dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat.
17. Teman-teman bimbingan Pak Basuki yang saling mendukung dan mendoakan.
18. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dan kelemahan pada skripsi ini. Oleh karena itu, segala bentuk kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis untuk menjadikan karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan wawasan dan ilmu pengetahuan. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang, 16 Maret 2016

Penulis

Novia Yuliana Dewi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Keagenan	11
2.1.2 Teori Kontinjensi.....	12
2.1.3 <i>Pecking Order Theory</i>	13

2.2 Manajemen Laba	14
2.3 Persaingan Pasar	18
2.4 Strategi Tingkat Bisnis	19
2.4.1 Strategi Kepemimpinan Biaya.....	20
2.4.2 Strategi Diferensiasi	20
2.5 Variabel Kontrol.....	21
2.5.1 <i>Return on Assets</i>	21
2.5.2 <i>Debt-to Assets Ratio</i>	22
2.5.3 <i>Firm Size</i>	23
2.5.4 <i>Growth</i>	24
2.6 Penelitian Terdahulu.....	25
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.1.1 Variabel Penelitian	34
3.1.2 Definisi Operasional.....	35
3.1.2.1 Manajemen Laba.....	35
3.1.2.2 Strategi Kepemimpinan Biaya	38
3.1.2.3 Strategi Diferensiasi.....	39
3.1.2.4 Persaingan Pasar	40
3.1.2.5 <i>Return on Assets</i>	40
3.1.2.6 <i>Debt-to Assets Ratio</i>	41

3.1.2.7 <i>Firm Size</i>	41
3.1.2.8 <i>Growth</i>	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	44
3.5.2 Regresi	44
3.6 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.1 Uji Normalitas	46
3.6.2 Uji Multikolonieritas	46
3.6.3 Uji Autokorelasi	47
3.6.4 Uji Heteroskedastisitas	48
3.7 Pengujian Statistik	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek	53
4.2 Statistik Deskriptif.....	54
4.3 Uji Asumsi Klasik	56
4.3.1 Normalitas	56
4.3.2 Multikolonieritas	58
4.3.3 Autokorelasi	59
4.3.4 Heteroskedastisitas	61
4.4 Analisis Regresi.....	63

4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	64
4.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	65
4.5 Pengujian Hipotesis	66
4.6 Interpretasi Hasil	71
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Gap Penelitian terdahulu	4
Tabel 1.2 Klasifikasi Subsektor Industri Manufaktur	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Proses Seleksi Penentuan Jumlah Sampel	53
Tabel 4.2 Ringkasan Statistik Variabel Penelitian.....	55
Tabel 4.3 Rata-rata Variabel Masing-masing Subsektor	56
Tabel 4.4 Normalitas Kolmogorov-Smirnov	58
Tabel 4.5 Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi - Runs Test	60
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser.....	62
Tabel 4.8 Model Regresi	63
Tabel 4.9 Uji t	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
Gambar 4.1 Uji Normalitas Grafik Histogram	57
Gambar 4.2 Uji Normalitas Grafik Normal Plot.....	57
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perusahaan didirikan untuk dapat menjalankan suatu proses bisnis. Proses bisnis (*business process*) menurut Rama dan Jones (2011) adalah urutan aktivitas yang dilaksanakan oleh suatu bisnis untuk memperoleh, menghasilkan, serta menjual barang dan jasa. Dalam pelaksanaan proses bisnis, perusahaan didukung oleh suatu sistem yang disebut dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM). SIM adalah suatu sistem yang menangkap data tentang suatu organisasi, menyimpan dan memelihara data, serta menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen (Rama dan Jones, 2011). Dengan kata lain, SIM dapat dipandang sebagai suatu kumpulan subsistem yang menyediakan informasi untuk fungsi-fungsi seperti produksi, pemasaran, sumber daya manusia, serta akuntansi dan keuangan.

Salah satu subsistem dari SIM adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA). SIA menyediakan informasi mengenai akuntansi dan keuangan, juga informasi lain yang diperoleh dari pengolahan rutin atas transaksi akuntansi. Perusahaan menggunakan sistem informasi akuntansi untuk menghasilkan laporan-laporan khusus demi memenuhi kebutuhan informasi dari para investor, kreditor, dinas pajak, badan-badan pemerintah, dan pihak berkepentingan lainnya. Laporan-laporan ini mencakup laporan keuangan, SPT pajak, dan laporan yang diperlukan oleh lembaga lainnya.

Laporan-laporan tersebut mengandung berbagai macam informasi yang dapat mencerminkan kinerja perusahaan, seperti angka-angka yang tertera di dalam laporan keuangan. Informasi dari laporan keuangan tersebut nantinya akan digunakan oleh pihak-pihak berkepentingan seperti investor, kreditor ataupun para pesaingnya dalam menganalisis perusahaan dan untuk melakukan pengambilan keputusan, seperti investasi dan keputusan kredit. Mengingat pentingnya informasi yang terkandung di dalam laporan keuangan, manajemen termotivasi untuk mempercantik laporan keuangan perusahaannya demi menarik perhatian pihak-pihak berkepentingan. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, manajemen dapat melakukan intervensi dengan sengaja dalam proses penentuan laba yang biasanya dilakukan untuk memenuhi tujuan pribadi. Schipper (dikutip oleh Subramanyam, 2013) memperkenalkan intervensi ini dengan istilah manajemen laba.

Manajemen laba telah menjadi fenomena umum yang terjadi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu fenomena menarik di Indonesia adalah kasus tentang penggelembungan keuntungan salah satu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu PT Kimia Farma Tbk. Fenomena ini menunjukkan bahwa manipulasi laporan keuangan masih mungkin untuk dilakukan oleh manajemen. Hal ini dimungkinkan karena pihak yang memiliki tanggung jawab paling tinggi atas laporan keuangan yang wajar dan akurat adalah manajemen. Hal tersebut sejalan dengan Peraturan Bapepam no:VIII.G.1, pada Desember 2003 yang mengatur mengenai tanggung jawab direksi terhadap laporan keuangan. Tanggung

jawab tersebut dilakukan dengan cara menandatangani suatu pernyataan bahwa direksi bertanggung jawab terhadap kontrol internal perusahaan. Sehingga dalam praktik pelaporan keuangan, manajemen memiliki kebebasan dalam melakukan kontrol utama atas integritas penggunaan standar, sistem akuntansi, dan catatan keuangan yang dapat mempengaruhi laporan keuangan.

Dalam literatur sebelumnya yang berkaitan dengan praktik manajemen laba juga mempertimbangkan bagaimana faktor kelembagaan seperti tata kelola perusahaan dapat mendorong timbulnya manajemen laba. Hal ini disebabkan karena tata kelola perusahaan tidak dapat dipisahkan dari pengendalian manajemen. Terdapat banyak faktor yang secara bersama-sama mempengaruhi proses pengendalian manajemen di dalam suatu perusahaan. Studi-studi penelitian yang dilakukan oleh Jaggi, Jensen, Saudagaran dan Diga, Eisenberg *et al.*, serta Wei *et al.* (dikutip oleh Peng Wu *et al.*, 2015) telah banyak mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi desain sistem pengendalian di antaranya adalah ukuran, lingkungan, teknologi, saling ketergantungan, dan strategi. Lingkungan persaingan sebagai salah satu faktor eksternal, memiliki peran besar dalam proses bisnis perusahaan. Lebih lanjut, lingkungan persaingan pasar diduga akan memberikan pengaruh terhadap tingkat praktik manajemen laba. Menariknya, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai dampak persaingan pasar terhadap praktik manajemen laba (Marciukaityte dan Park, 2009; Karuna *et al.*, 2012; Markarian dan Santalo, 2014).

Tabel 1.1**Gap Penelitian Terdahulu**

Semakin tinggi tingkat persaingan pasar akan meningkatkan praktik manajemen laba	<ul style="list-style-type: none"> • Karuna <i>et al.</i> (2012) • Markarian dan Santalo (2014)
Terdapat hubungan yang negatif antara persaingan pasar dengan praktik manajemen laba	<ul style="list-style-type: none"> • Marciukaiyte dan Park (2009) • Holmstrom (1982) • Scharfstein (1988)

Berdasar penelitian yang dilakukan oleh Peng Wu *et al.* (2015), salah satu alasan yang menjelaskan ketidak-konsistenan pengaruh persaingan pasar terhadap praktik manajemen laba dikarenakan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan tersebut mengabaikan bagaimana interaksi antara persaingan pasar sebagai faktor eksternal tata kelola perusahaan dan strategi tingkat bisnis sebagai faktor internal tata kelola perusahaan dapat secara bersama-sama mempengaruhi praktik manajemen laba. Strategi tingkat bisnis merupakan seperangkat tindakan yang terintegrasi bertujuan untuk memperoleh keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang berkesinambungan. Sebuah strategi mengikutsertakan banyak aktivitas untuk meraih sebuah tujuan tertentu di masa mendatang melalui keunggulan kompetitif di antara pesaing-pesaingnya.

Strategi tingkat bisnis merupakan faktor terpenting dan pemegang kunci utama dalam suatu proses bisnis. Tanpa adanya formulasi dan pengimplementasian strategi

tingkat bisnis yang efektif (hasil dari formulasi atas berbagai isu, diantaranya: isu-isu seputar pemasaran, keuangan/akuntansi, litbang, dan SIM), perusahaan tidak akan mampu memenuhi tujuan perusahaan yang salah satunya adalah memenuhi target laba. Diantara isu-isu keuangan/akuntansi yang menjadi pertimbangan diantaranya; penggalangan modal, perhitungan laporan keuangan, pembuatan anggaran, dan evaluasi nilai atau kelayakan bisnis.

Sebagaimana disampaikan oleh Zahra *et al.* (2005), penelitian mengenai akuntansi saat ini lebih berfokus dan menitikberatkan pada pengidentifikasian indikator-indikator potensial mengenai suatu peristiwa dibandingkan dengan mencari tahu lebih dalam mengenai penyebab langsungnya. Strategi tingkat bisnis, sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi mekanisme tata kelola internal perusahaan (Miles dan Snow, 1978, 2003; Ittner *et al.*, 1997) hanya mendapat sedikit perhatian atas pengaruhnya terhadap praktik manajemen laba.

Pada umumnya, strategi tingkat bisnis yang diterapkan oleh satu perusahaan berbeda dengan perusahaan lain berdasarkan keunggulan kompetitifnya masing-masing. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, peneliti menggunakan tipologi strategi organisasi Porter (1980) dan menfokuskan pada dua *generic strategies*, yaitu strategi kepemimpinan biaya dan strategi diferensiasi. Michael A. Hitt (2001, h.162) mendefinisikan strategi kepemimpinan biaya sebagai serangkaian tindakan integratif yang dirancang untuk memproduksi barang atau jasa pada biaya terendah. Sedangkan strategi diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang dirancang untuk

memproduksi barang atau jasa yang dianggap oleh pelanggan berbeda dalam hal-hal yang dianggap penting bagi mereka. Kedua macam strategi ini akan menentukan kebijakan yang akan diambil oleh manajemen. Manajemen dengan strategi tingkat bisnis yang berbeda akan memiliki kebutuhan yang berbeda pula terkait dengan cara pencapaian tujuan perusahaan. Manajemen akan melakukan kinerja yang optimal demi berjalannya kegiatan operasional perusahaan melalui strategi yang diterapkan, baik strategi kepemimpinan biaya maupun strategi diferensiasi.

Strategi tingkat bisnis cenderung untuk diterapkan oleh perusahaan manufaktur didasarkan kesimpulan Li *et al.* (2007) bahwa perusahaan-perusahaan manufaktur lebih memperhatikan penggunaan strategi tingkat bisnis dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan dalam industri lain. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, terbagi ke dalam beberapa sektor dimana dari masing-masing sektor terdapat subsektor seperti yang disajikan pada Tabel 1.2.

Dari Tabel 1.2 terlihat berbagai macam jenis perusahaan yang berada dalam industri manufaktur. Perusahaan yang berada dalam satu subsektor yang sama cenderung memiliki strategi tingkat bisnis yang sama dikarenakan produk yang dihasilkannya sejenis. Dan dengan kondisi perusahaan-perusahaan yang digambarkan melalui tabel tersebut, pemilihan akan strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi

dinilai oleh peneliti mampu mencerminkan pilihan strategi tingkat bisnis yang mendukung penelitian ini.

Tabel 1.2

Klasifikasi Subsektor Industri Manufaktur

Sektor Industri Dasar dan Kimia	Sektor Aneka Industri	Sektor Industri Barang Konsumsi
1. Semen	1. Mesin dan Alat Berat	1. Makanan dan Minuman
2. Keramik, Porselen, dan Kaca	2. Otomotif dan Komponen	2. Rokok
3. Subsektor Logam dan Sejenisnya	3. Tekstil dan Garment	3. Farmasi
4. Subsektor Kimia	4. Alas Kaki	4. Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga
5. Subsektor Plastik dan Kemasan	5. Kabel	5. Peralatan Rumah Tangga
6. Pakan Ternak	6. Elektronika	
7. Subsektor Kayu dan Pengolahannya		
8. Subsektor Pulp dan Kertas		

Sumber: www.sahamok.com

Berdasar pemaparan di atas dan didukung dengan kondisi lapangan yang sesuai, peneliti bermaksud untuk menyajikan bukti empiris mengenai penyebab perbedaan hasil penelitian pengaruh persaingan pasar terhadap praktik manajemen laba. Perbedaan tersebut diduga karena para peneliti terdahulu mengabaikan strategi tingkat bisnis sebagai faktor internal tata kelola perusahaan. Adanya perbedaan strategi tingkat bisnis yang ditetapkan perusahaan yang berada dalam suatu lingkungan

persaingan, diduga akan memberikan dampak yang berbeda pula terhadap tingkat praktik manajemen laba.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka rumusan permasalahan yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah hubungan antara persaingan pasar dan strategi kepemimpinan biaya akan menunjukkan hubungan yang dapat mempengaruhi praktik manajemen laba?
2. apakah hubungan antara persaingan pasar dan strategi diferensiasi akan menunjukkan hubungan yang dapat mempengaruhi praktik manajemen laba?

1.3 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan persaingan pasar dan strategi tingkat bisnis perusahaan terhadap praktik manajemen laba. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan maka kegunaan penelitian yang diharapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori hubungan strategi tingkat bisnis yang diterapkan perusahaan dengan persaingan pasar terhadap praktik manajemen laba.

2) Manfaat Praktis

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan informasi kepada investor dan calon investor dalam melakukan strategi investasi di pasar modal. Dengan demikian para investor dan calon investor dapat mengambil keputusan investasi yang tepat dan dapat mendatangkan keuntungan.

2. Bagi Emiten

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan, khususnya yang berkaitan dengan masalah keterbukaan informasi mengenai laporan-laporan yang dihasilkan perusahaan untuk para penggunanya.

3. Bagi Kalangan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan wacana dan referensi serta literatur di bidang akuntansi dan keuangan, sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah yang merupakan landasan pemikiran secara garis besar, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II :TELAAH PUSTAKA

Pada bab telaah pustaka berisi tentang uraian dari landasan teori yang mendukung, pemaparan mengenai penelitian terdahulu, penjelasan mengenai kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III :METODE PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian berisi variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data

BAB IV :HASIL DAN ANALISIS

Pada bab hasil dan analisis akan dijelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan yang didasarkan atas hasil penelitian.

BAB V :PENUTUP

Bab penutup menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian.