

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI *COST LEADERSHIP* DAN
STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP MANAJEMEN LABA
DENGAN PERSAINGAN PASAR SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

NURUL FITRIANA ZULAIKHA

NIM. 12030112130269

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nurul Fitriana Zulaikha
Nomor Induk Mahasiswa : 12030112130269
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH STRATEGI *COST LEADERSHIP* DAN STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PERSAINGAN PASAR SEBAGAI VARIABEL MODERASI**
Dosen Pembimbing : Fuad, M.Si., Ph.D.

Semarang, 3 Mei 2016

Dosen Pembimbing

Fuad, M.Si., Ph.D.
NIP. 197909162008121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Nurul Fitriana Zulaikha
Nomor Induk Mahasiswa : 12030112130269
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH STRATEGI *COST LEADERSHIP* DAN STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PERSAINGAN PASAR SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 25 Mei 2016

Tim Penguji:

1. Fuad, M.Si.,Ph.D (.....)
2. Dr. Hj. Rr. Sri Handayani, S.E., M.Si., Akt (.....)
3. Drs. Agustinus Santosa Adiwibowo, M.Si., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya Nurul Fitriana Zulaikha, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH STRATEGI *COST LEADERSHIP* DAN STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PERSAINGAN PASAR SEBAGAI VARIABEL MODERASI”** 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 bentuk 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 itu, 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 disengaja atau 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 ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 03 Mei 2016

Yang membuat pernyataan,

Nurul Fitriana Zulaikha
NIM. 12030112130269

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore influences business strategy and market competition towards earning management. The population of this study is all manufacturing industries are listed in Indonesia Stock Exchange in 2011-2014.

Sample of this study selected by used purposive sampling method. There are 44 companies each year which fulfill criterion as the research sample. The data were analyzed using multiple linear regression with cost leadership strategy and differentiation strategy as independent variable, as well as the market competition as a moderating variable in relation to those strategy and earning management.

The results of this study are consistent with the existing literature, the cost leadership strategy have a positively effect to the earning management, as well as market competition can moderate the relationship between cost leadership strategy and earning management. While differentiation strategy have a negatively effect to the earning management, as well as market competition can not moderate the relationship between differentiation strategy and earning management.

Keyword: business strategy, cost leadership strategy, differentiation strategy, market competition, earnings management.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh strategi bisnis dan persaingan pasar terhadap manajemen laba. Populasi penelitian ini adalah industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada 2011-2014.

Sampel penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling*. Terdapat 44 perusahaan setiap tahun yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dengan strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi sebagai variabel independen, serta persaingan pasar sebagai variabel moderasi pada pengaruh strategi bisnis terhadap manajemen laba.

Hasil penelitian ini konsisten dengan literatur yang ada, strategi *cost leadership* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, serta persaingan pasar dapat memoderasi pengaruh strategi *cost leadership* terhadap manajemen laba. Sedangkan strategi diferensiasi berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, serta persaingan pasar tidak dapat memoderasi pengaruh strategi diferensiasi terhadap manajemen laba.

Kata kunci: strategi bisnis, strategi *cost leadership*, strategi diferensiasi, persaingan pasar, manajemen laba.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan kepunyaan Allah-lah apa yang ghaib di langit dan di bumi dan kepada-Nya-lah dikembalikan urusan-urusan semuanya, maka sembahlah Dia, dan bertawakalah kepada-Nya. Dan sekali-kali Rabb-mu tidak lalai dari apa yang kamu kerjakan”

(QS. Huud: 123)

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Ibu dan Bapak tercinta, yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dengan ketulusan hati.
- Nenek yang senantiasa mendoakan penulis.
- Kakak yang selalu memberi motivasi kepada penulis.
- Adik yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wa rahmatullah wa barakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala karena dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH STRATEGI *COST LEADERSHIP* DAN STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PERSAINGAN PASAR SEBAGAI VARIABEL MODERASI”** dapat terselesaikan.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat menyelesaikan Program Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari terselesaikannya skripsi ini tidak mungkin terjadi tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, serta saran dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rezeki, rahmat, serta pertolongan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Orang tua tersayang, Ibu Nuriyah dan Bapak Ngusman, yang selalu mendoakan dan mencurahkan tetes keringat serta dukungan kepada penulis.
3. Keluarga tercinta, Yudhi Faisal Rachman dan Ana Setyaningrum yang selalu memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis .
4. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Bapak Fuad, M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Akuntansi dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran kepada penulis selama penulisan skripsi.
6. Bapak Anis Chariri, S.E., M.Com., Ph.D., Akt., selaku dosen wali.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.

8. Seluruh karyawan dan staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bantuan selama kuliah kepada penulis.
9. Sahabat “Fastabiq”, Hanan, Lintang, Mba Yulia, Mahmudah, Annisa, Shinta, Damai, Nia, Belly, Mba Dewi, Mba Brilly, Ngesti.
10. Sahabat dekat penulis, Nurinda, Anut, Gita, Intan, Aisyah, Juwita, Gina, Agsari, Septika. Sahabat dari awal perkuliahan hingga selesai menempuh pendidikan di kampus.
11. Sahabat “Dien”, Hymas, Ajeng, Ikah, Rima, Dita, Siti, Mba Yuli, Dek Tya.
12. Para Ummahat Al Barokah, Al Iman, dan Sahabat Iman.
13. Diah Dwi dan Yuyun Murti yang memberikan masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
14. Teman satu bimbingan Pak Fuad, Gita, Dede, Novi, Dista, Gina atas masukan dan perjuangan bersama untuk lulus bersama.
15. Keluarga KKN Tim II Desa Blingoh, Donorojo, Jepara yaitu Dinka, Mba Nisa, Mba Dini, Ami, Emi, Rahma, Putra, Hadi, Ojan, dan Ikbal, atas pengalaman baru selama satu bulan.
16. Teman-teman Akuntansi 2012, terimakasih atas kebersamaannya selama kuliah.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai penyempurnaan dan perbaikan bagi peneliti selanjutnya. Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat untuk penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 03 Mei 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	vxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori <i>Managerial Myopia</i>	9
2.1.2 Manajemen Laba Riil.....	10
2.1.3 Strategi Bisnis	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran	18

2.4 Pengembangan Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	23
3.1.1 Variabel Dependen	23
3.1.1.1 Manajemen Laba Riil melalui Biaya Produksi	24
3.1.1.2 Manajemen Laba Riil melalui Arus Kas.....	25
3.1.1.3 Manajemen Laba Riil melalui Biaya Diskresioner	27
3.1.1.4 Manajemen Laba Riil secara Bersamaan	28
3.1.2 Variabel Independen.....	29
3.1.2.1 Strategi Kepemimpinan Biaya	29
3.1.2.2 Strategi Diferensiasi.....	30
3.1.3 Variabel Moderasi	31
3.1.4 Variabel Kontrol.....	31
3.1.4.1 ROA	32
3.1.4.2 <i>Leverage</i>	32
3.1.4.3 Ukuran Perusahaan	33
3.1.4.4 <i>Growth</i>	33
3.2 Populasi dan Pemilihan Sampel.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5 Metode Analisis	35
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	35
3.5.2.2 Uji Multikolonieritas.....	35
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas	36
3.5.2.4 Uji Autokorelasi.....	36

3.5.3 Analisis Regresi Berganda	36
BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2 Analisis Data.....	43
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas	50
4.2.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas	51
4.2.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51
4.2.2.4 Hasil Uji Autokorelasi	52
4.2.3 Analisis Uji Hipotesis.....	52
4.2.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
4.2.3.2 Hasil Uji F.....	54
4.2.3.3 Hasil Uji Signifikansi t.....	56
4.3 Interpretasi Hasil.....	59
4.3.1 Pengaruh Strategi Kepemimpinan biaya terhadap Manajemen Laba.....	59
4.3.2 Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Manajemen Laba.....	60
4.3.3 Moderasi Pengaruh Persaingan Pasar pada Pengaruh Strategi Kepemimpinan Biaya dan Strategi Diferensiasi terhadap Manajemen Laba.....	62
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Keterbatasan	66
5.3 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Jenis Variabel Moderator	39
Tabel 4.1 Objek Penelitian	42
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Analisis Statistik	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel.....	70
Lampiran B Statistik Deskriptif	72
Lampiran C Hasil Regresi.....	73
Lampiran D Uji Normalitas	81
Lampiran E Uji Multikolinieritas.....	84
Lampiran F Uji Heterokedastisitas	87
Lampiran G Uji Autokorelasi.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

Bab pendahuluan terdiri atas beberapa subbab yakni latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan. Subbab latar belakang masalah menjelaskan penyebab dilakukannya penelitian. Subbab tujuan dan kegunaan penelitian menjelaskan apa yang ingin dicapai dan manfaat yang akan diperoleh dari dilakukannya penelitian. Sistematika penulisan berisi penjabaran hal-hal yang ditulis dalam penelitian.

1.1 Latar Belakang Masalah

Laba merupakan alat untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan selama periode tertentu yang pada umumnya menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan, serta dapat digunakan untuk memprediksikan prospek masa depan (Tsani, 2011).

Manajemen laba menurut Schipper (1989) dalam Subramanyam dan Wild (2011) adalah intervensi manajemen yang dilakukan dengan sengaja dalam proses penentuan laba untuk memenuhi tujuan pribadi.

Manajemen laba menjadi menarik untuk diteliti karena memberikan gambaran perilaku manajer dalam melaporkan kinerja perusahaannya. Manajemen laba menjadi isu krusial dan fenomena umum yang terjadi di sejumlah perusahaan di Indonesia. Fenomena adanya kecurangan akuntansi yang mengindikasikan adanya manajemen laba diantaranya, kasus PT. Kimia Farma Tbk dan PT.

Indofarma Tbk. PT. Kimia Farma Tbk pada tahun 2002 melakukan manajemen laba dengan menaikkan labanya hingga Rp 31,7 milyar. PT. Indofarma Tbk pada tahun 2004 melakukan manajemen laba dengan menyajikan laba yang menaikkan *overstated* laba bersih hingga Rp 28,780 milyar. Selain itu kasus manajemen laba juga terjadi pada PT Sinar Mas Group Tbk, PT Indomobil, dan PT Lippo Bank Tbk.

Menurut studi komparatif internasional oleh Leuz (2002) mengenai manajemen laba dan proteksi investor menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan ke 15 dari sampel 31 negara. Apabila dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya seperti Thailand, Malaysia, dan Filipina, Indonesia menempati urutan tertinggi tingkat manajemen laba.

Adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN sejak tahun 2015 dinilai semakin meningkatkan tingkat persaingan. Risiko persaingan akan semakin meningkat dengan banyaknya barang impor yang mengalir yang akan mengancam industri lokal dalam bersaing dengan produk-produk luar negeri yang lebih berkualitas.

Tekanan persaingan mendorong meningkatnya *myopic* dalam perusahaan seperti memotong biaya penelitian dan pengembangan atau tindakan lainnya untuk meningkatkan profitabilitas jangka pendek (Karuna *et al.*, 2012). Dimana tindakan-tindakan tersebut merupakan manajemen laba.

Setiap perusahaan perlu menerapkan strategi bisnis sesuai karakter perusahaan agar dapat bertahan di industrinya. Menurut Simons (2000) dalam Arieftiara *et al.* (2015) strategi bisnis berhubungan dengan bagaimana perusahaan dapat bersaing pada produk atau jasa yang telah diputuskan untuk dimasuki.

Menurut Bourgeois III (1980) dalam Arieftiara *et al.* (2015) strategi bisnis sebagai senjata kompetitif perusahaan yaitu strategi tiap unit dalam organisasi yang berfokus pada bagaimana posisi perusahaan diantara para pesaing.

Strategi bisnis menurut Arieftiara *et al.* (2015) merupakan salah satu keputusan yang dibuat oleh manajer sebelum proses bisnis perusahaan dilakukan. Strategi bisnis mempengaruhi seluruh aktivitas proses bisnis, kegiatan operasional, dan transaksi yang dilakukan serta semua keputusan bisnis yang dibuat oleh manajer harus sejalan dengan strategi bisnis.

Menurut Porter (1980) dalam Aulia (2010) tiap fase dalam *product life cycle* akan berpengaruh terhadap strategi, persaingan, dan kinerja perusahaan. Pada fase pengenalan dan pertumbuhan menciptakan peluang pasar yang tinggi, maka strategi diferensiasi merupakan faktor kunci sukses. Pada fase kematangan dan penurunan menyebabkan pembayaran dividen tinggi dan munculnya produk pengganti yang baru, maka strategi *cost leadership* menjadi faktor kunci sukses.

Menurut klasifikasi Govindarajan dan Gupta (1985) dalam Aulia (2010) strategi diferensiasi merupakan strategi *build* yakni bertujuan untuk mengembangkan pangsa pasar. Sedangkan strategi *cost leadership* merupakan strategi *harvest* yakni perusahaan berupaya untuk memaksimalkan laba jangka pendek dan arus kas.

Penelitian ini menggunakan tipologi Porter untuk menguji apakah perusahaan menggunakan strategi bisnis yang berbeda akan menunjukkan tingkat manajemen laba yang berbeda pula.

Menurut Porter (1980) dalam Pearce dan Robinson (2013) terdapat tiga bentuk strategi bisnis yang dapat digunakan yaitu *cost leadership*, diferensiasi, dan fokus. Ketiga bentuk strategi bisnis tersebut dapat digunakan strategi jangka panjang untuk *positioning* dalam industrinya dan mencapai keunggulan kompetitif.

Penelitian ini meneliti pengaruh strategi *cost leadership* terhadap manajemen laba. Strategi *cost leadership* berfokus pada efisiensi dalam produksi dan distribusi barang dan jasa. Pengguna strategi *cost leadership* berupaya agar skala ekonomi maksimal, penerapan teknologi penghematan biaya, penekanan pada pengurangan biaya *overhead* dan administrasi, serta penggunaan teknik volume penjualan.

Menurut Miles dan Snow (1978) tujuan utama strategi *cost leadership* adalah meningkatkan efisiensi kegiatan operasi, hal ini berhubungan erat dengan ukuran kinerja keuangan jangka pendek. Strategi *cost leadership* lebih berfokus pada kinerja keuangan jangka pendek sebagai ukuran kinerja manajerial. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *cost leadership* yang diimplementasikan oleh perusahaan memiliki orientasi *myopia*.

Penelitian ini juga meneliti pengaruh strategi diferensiasi terhadap tingkat manajemen laba. Strategi diferensiasi bertujuan untuk menciptakan dan memasarkan produk-produk unik dalam industrinya. Perusahaan yang sukses dalam melakukan diferensiasi berupaya untuk memperoleh kepemimpinan teknologi atau menciptakan hubungan dekat dengan pelanggan.

Menurut Ittner *et al.* (1997) perusahaan yang melakukan strategi diferensiasi dengan peningkatan pangsa pasar atau pengembangan produk baru, akan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk membuktikan keberhasilan implementasi strategi tersebut, terutama apabila dibuktikan dalam bentuk informasi laporan keuangan.

Strategi fokus mengacu pada implementasi *cost leadership* atau diferensiasi pada segmen pelanggan spesifik. Pengguna strategi fokus akan memperoleh laba dari kesediaannya dalam pemberian pelayanan terhadap segmen konsumen yang umumnya diabaikan.

Penelitian ini hanya berfokus pada strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi, karena kedua strategi tersebut secara umum digunakan oleh perusahaan yang melayani berbagai segmen pasar. Penelitian ini tidak memasukkan strategi fokus, karena secara lebih lanjut strategi fokus dibagi menjadi fokus berdasarkan *cost leadership* atau fokus berdasarkan diferensiasi.

Menurut Karuna *et al.* (2012) persaingan pasar akan meningkatkan orientasi *myopic* dalam perusahaan, hal ini terjadi karena beberapa alasan, yakni persaingan dapat meningkatkan risiko (Raith, 2003). Manajer yang menghindari risiko akan menjadi lebih konservatif dengan menunda investasi jangka panjang. Selain itu menurut Tirole (2006) dalam Karuna *et al.* (2012) persaingan pasar yang lebih tinggi juga akan mengurangi kekuatan pasar dan menurunkan tingkat profitabilitas atau arus kas. Sehingga penelitian ini juga akan meneliti bagaimana tingkat persaingan pasar memoderasi pengaruh strategi *cost leadership* dan diferensiasi terhadap tingkat manajemen laba.

Pada penelitian ini proksi manajemen laba menggunakan aktivitas manipulasi aktivitas riil, yang melibatkan keputusan manajemen pada pemotongan beban *research and development* (R&D) atau beban penjualan, serta beban administrasi dan umum. Menurut Cohen *et al.* (2008) manajemen laba riil memiliki risiko terdeteksi yang lebih kecil dan mendapat pengawasan yang lebih longgar dari auditor dan regulator daripada manajemen laba berbasis akrual. Namun, manipulasi aktivitas riil memiliki dampak negatif yang jelas pada kinerja masa depan (Gunny, 2010).

Penelitian ini menggunakan penelitian Wu *et al.* (2015) sebagai acuan. Namun terdapat perbedaan dalam hal populasi penelitian. Wu *et al.* (2015) menggunakan populasi perusahaan bersaham A yang terdaftar dalam *China Stock Market* tahun 2010 hingga 2012, sedangkan penelitian ini menggunakan populasi perusahaan sektor industri dan manufaktur menurut klasifikasi JASICA yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011 hingga 2014.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi terhadap manajemen laba. Adapun rumusan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi *cost leadership* berpengaruh positif terhadap manajemen laba?
2. Apakah strategi diferensiasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba?
3. Apakah persaingan pasar memperlemah pengaruh strategi biaya *cost leadership* terhadap manajemen laba?

4. Apakah persaingan pasar memperkuat pengaruh strategi diferensiasi terhadap manajemen laba?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh strategi *cost leadership* terhadap manajemen laba.
2. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh strategi diferensiasi terhadap manajemen laba.
3. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh persaingan pasar terhadap pengaruh strategi *cost leadership* terhadap manajemen laba.
4. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh persaingan pasar terhadap pengaruh strategi diferensiasi terhadap manajemen laba.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat termasuk:

1. Dapat digunakan oleh manajemen, pemegang saham, dan regulator untuk menilai kualitas laba perusahaan.
2. Dapat memberikan kontribusi terhadap literatur penelitian akuntansi khususnya mengenai strategi bisnis, persaingan pasar, dan manajemen laba.
3. Bagi perusahaan, dapat memberikan gambaran dan bahan pertimbangan dalam melakukan strategi bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif di dunia bisnis.
4. Bagi akademisi, bisa menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Bab pertama penelitian ini adalah pendahuluan. Bab ini menjelaskan latar belakang masalah dilakukan penelitian, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan dan kegunaan dilakukan penelitian, serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

Bab kedua penelitian ini adalah telaah pustaka. Bab ini menjelaskan landasan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini, kerangka pemikiran serta hipotesis yang mendasari penelitian ini.

Bab ketiga penelitian ini adalah metode penelitian. Bab ini menjelaskan variabel dalam penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel dalam penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis yang digunakan.

Bab keempat penelitian ini adalah hasil dan analisis data. Bab ini menjelaskan gambaran atas objek penelitian, analisis data, serta interpretasi berdasarkan pada hasil analisis data.

Bab kelima penelitian ini adalah penutup. Bab ini menjelaskan simpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.