

**PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP MANAJEMEN
LABA DENGAN *PRODUCT MARKET COMPETITION*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA AKUNTANSI**



Oleh:

THEAHANA ZATA YUMNI

NIM: 041411331153

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

**THE EFFECT OF BUSINESS STRATEGY ON EARNINGS
MANAGEMENT WITH PRODUCT MARKET COMPETITION
AS A MODERATING VARIABLE**

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF ACCOUNTING**



by:

THEAHANA ZATA YUMNI

NIM: 041411331153

ACCOUNTING STUDY PROGRAM

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

SURABAYA

2022

Surabaya, 17 Februari 2022

Skripsi ini telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ar' with a stylized flourish.

Amalia Rizki, SE., M. Si., Ak.

NIP. 197604122003122003

SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP MANAJEMEN LABA
DENGAN *PRODUCT MARKET COMPETITION* SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

**DIAJUKAN OLEH
THEAHANA ZATA YUMNI
NIM: 041411331153**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



**AMALIA RIZKI, SE., M. Si., Ak.
NIP. 197604122003122003**

TANGGAL 17 FEBRUARI 2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



ALFIYATUL QOMARIYAH, S. Ak., MBA., Ph. D TANGGAL 19 FEBRUARI 2022
NIP. 198909142016113201

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Theahana Zata Yumni, 041411331153), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 17 Januari 2022



Theahana Zata Yumni

NIM.: 041411331153

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memlimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, “PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN *PRODUCT MARKET COMPETITION* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, motivasi, bantuan, fasilitas, beserta kritik dan saran dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Dian Agustia, SE., M. Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
2. Ibu Dr. Wiwik Supratiwi, Dra., MBA., Ak., CMA., CA selaku Ketua Departemen Akuntansi Universitas Airlangga.
3. Ibu Alfiyatul Qomariyah, S. Ak, MBA., Ph. D. selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
4. Ibu Amalia Rizki, SE., M. Si., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, kritik, nasehat, dan saran hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Ibu Niluh Putu Dian Rosalina Handayani Narsa, S. Ak., M. Sc. selaku dosen wali yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, dan saran-saran akademis.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, utamanya dosen Program Studi Akuntansi yang membantu penulis dari awal masuk kuliah agar dapat menimba ilmu dengan baik di Universitas Airlangga.
7. Keluarga tercinta, khususnya kepada Bapak, Bunda, adik Yossy, dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan motivasi, dukungan moril, materiil, dan doa demi selesainya skripsi ini.
8. Sahabat penulis sejak duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 15 Surabaya, Bagi-Bagi Family, Almedista dan Cintya yang selalu memberi dukungan serta tawa-canda.
9. Sahabat penulis Ciwi-Ciwi Squad, Juliana, Wilda, Lulut, dan Sindy. Terimakasih atas sharing dan supportnya selama ini.
10. Teman-teman BWS, khususnya Gladys, Remy, Rahmat Fathony, Dina, Anggia, mas Danny, Huda, Reza, Affandi, Caesar, dan Yafits yang telah menemani belajar dari masa mahasiswa baru hingga mahasiswa tua.
11. Teman-teman S1 Akuntansi Universitas Airlangga Angkatan 2014 “Jagoan Jeh”. Terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembaca dan digunakan dengan sebaik mungkin.

Surabaya, 17 Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap manajemen laba. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *product market competition* dapat memoderasi pengaruh strategi bisnis terhadap manajemen laba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 305 data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Data sampel penelitian ini diolah menggunakan *software SPSS version 20 for windows*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *cluster*, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan *moderated regression analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *prospector* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, strategi *defender* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, *product market competition* tidak mampu memoderasi pengaruh strategi *prospector* terhadap manajemen laba, dan *product market competition* tidak mampu memoderasi pengaruh strategi *defender* terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, *Defender*, *Prospector*, *Product Market Competition*, Persaingan Pasar Produk, Manajemen Laba

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of business strategy on earnings management. In addition, this study also aims to determine the extent to which product market competition can moderate the effect of business strategy on earnings management. This study uses a quantitative approach. This research is an explanatory research. The sample used in this study was 305 data on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2018 period. Determination of the sample of this study using purposive sampling method. The sample data of this study were processed using SPSS version 20 software for windows. This study uses cluster analysis techniques, descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, and moderated regression analysis (MRA). The results of this study indicate that the prospector strategy has no significant effect on earnings management, the defender strategy has a significant positive effect on earnings management, product market competition is unable to moderate the effect of the prospector strategy on earnings management, and product market competition is unable to moderate the effect of the defender strategy on earnings management.

Keywords: Business Strategy, Defender, Prospector, Product Market Competition, Earnings Management

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Kesenjangan Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Ringkasan Metode Penelitian	9
1.6 Ringkasan Hasil Penelitian	9
1.7 Kontribusi Riset.....	9
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Keagenan	12
2.1.2 Teori Akuntansi Positif.....	14
2.1.3 Keunggulan Kompetitif	15
2.1.4 Strategi Bisnis.....	16
2.1.5 <i>Defender</i> dan <i>Prospector</i>	18
2.1.6 Manajemen Laba	20
2.1.7 <i>Product Market Competition</i>	22
2.2 Penelitian Sebelumnya	23
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	26
2.3.1 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba	26

2.3.2 <i>Product Market Competition</i> Memoderasi Hubungan Strategi Bisnis dan Manajemen Laba	29
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Jenis dan Sumber Data	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.4 Periode Data Penelitian	34
3.5 Model Empiris	34
3.6 Definisi Operasional Variabel	36
3.6.1 Variabel Independen.....	36
3.6.1.1 Strategi Bisnis	36
3.6.2 Variabel Dependen	37
3.6.2.1 Manajemen Laba	37
3.6.3. Variabel Moderasi	39
3.6.3.1 <i>Product Market Competition</i>	39
3.6.4 Variabel Kontrol.....	41
3.6.4.1 <i>Return on Asset (ROA)</i>	41
3.6.4.2 <i>Leverage</i>	42
3.6.4.3 Ukuran Perusahaan (Size)	42
3.6.4.4 Pertumbuhan Penjualan Perusahaan (Sales Growth)	43
3.7 Teknik Analisis.....	43
3.7.1 Analisis Kluster (<i>Cluster Analysis</i>)	44
3.7.2 Statistik Deskriptif.....	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.3.1 Uji Normalitas	45
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	45
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas	46
3.7.3.4 Uji Autokorelasi	46
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.7.5 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	47
3.7.6 Uji Hipotesis.....	48
3.7.6.1 Uji t Statistik.....	48
3.7.6.2 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	49
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Analisis <i>Cluster</i>	50

4.3 Analisis Deskriptif.....	52
4.3.1 Strategi Bisnis.....	53
4.3.2 Manajemen Laba	53
4.3.3 <i>Product Market Competition</i>	54
4.3.4 <i>Return on Asset (ROA)</i>	54
4.3.5 Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>).....	55
4.3.6 <i>Leverage</i>	55
4.3.7 Pertumbuhan Penjualan Perusahaan (<i>Sales Growth</i>).....	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1 Uji Normalitas	56
4.4.2 Uji Multikolinieritas	58
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.4.4 Uji Autokorelasi	60
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.5.1 Hasil Uji t Statistik Model Regresi 1 (Tanpa Moderasi).....	63
4.5.2 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) Model Regresi 1 (Tanpa Moderasi)	64
4.6 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	65
4.6.1 Hasil Uji t Statistik Model Regresi 2 (dengan Moderasi)	68
4.6.2 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) Model Regresi 2 (dengan Moderasi)	69
4.7 Pembahasan	70
4.7.1 Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba.....	71
4.7.2 Pengaruh <i>Product Market Competition</i> dalam Memoderasi Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba.....	73
BAB 5 SIMPULAN SARAN	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	78
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kerangka Sampel Penelitian	33
Tabel 4.1 Hasil Analisis <i>Cluster Prospector</i>	51
Tabel 4.2 Hasil Analisis <i>Cluster Defender</i>	52
Tabel 4.3 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian Periode 2016-2018.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi (Uji Durbin – Watson)	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model Regresi 1 (Tanpa Moderasi).....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>R Square (Adjusted R²)</i> Model Regresi 1 (Tanpa Moderasi)...	64
Tabel 4.8 Hasil <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> Model Regresi 2 (dengan Moderasi).....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>R Square (Adjusted R²)</i> Model Regresi 2 (dengan Moderasi)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hubungan antar Variabel	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Grafik P-Plot) Model Regresi 1 (Tanpa Model)	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Grafik P-Plot) Model Regresi 2 (dengan Moderasi	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 1 (Tanpa Moderasi)....	59
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 2 (dengan Moderasi) ..	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	86
Lampiran 2 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur.....	99
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Daftar Sampel.....	103
Lampiran 4 Hasil Analisis <i>Cluster</i>	116
Lampiran 5 Hasil Olah Data	117