

ANALISIS STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA

NURUL HUDA

STAI Miftahul Ulum Tarate Pandian Sumenep

nurul.huda.macintosh@gmail.com

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh strategi bisnis, ukuran perusahaan, *leverage*, dan *profitabilitas* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur khusus di sektor barang konsumsi yang sudah terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) tahun 2020-2023. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) Versi 24. Penelitian ini juga menggunakan metode *purposive sampling* untuk penentuan sampel, dan diperoleh 48 sampel penelitian dengan total pengamatan dari perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).

Dari hasil analisis dan pembahasan bahwa variabel X_1 (Strategi Bisnis) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Manajemen Laba. Begitu juga Variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) juga berpengaruh positif tapi dari hasil analisis data tidak signifikan terhadap Manajemen Laba. Sedangkan Variabel X_3 (*Leverage*) dan Variabel X_4 (*Profitabilitas*) sama-sama berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Manajemen Laba

A. PENDAHULUAN

Lahirnya *Era Society 5.0* telah merubah tatanan dunia khususnya bisnis global, banyak perusahaan baik lokal, nasional, multinasional, regional dan global berlomba-lomba untuk berbenah diri dalam hal manajemen guna untuk memenangkan persaingan bisnis antar perusahaan yang mengalami perkembangan yang begitu cepat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, maka setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang jasa, dangang maupun industri dituntut untuk tetap berinovasi dengan segala keunggulannya dan juga mampu bertahan dalam setiap krisis yang dihadapinya sesuai dengan tantangan jaman agar perusahaan yang dikelolanya tidak tersingkir dengan persaingan yang begitu ketat. Dunia bisnis yang dikemas secara professional tentu saja membutuhkan seorang manajer perusahaan yang handal karena kunci sukses perusahaan itu sendiri ada dipundak para manajer perusahaan untuk dapat mencapai tujuannya, oleh karena itu tindakan yang dilakukan oleh para manajer dalam setiap mengambil keputusan dan kebijakan perusahaan sangatlah berpengaruh terhadap tercapainya tujuan perusahaan itu sendiri.

Sukses atau tidaknya suatu perusahaan adalah dari laporan keuangan perusahaan walaupun informasi keuangan yang berkaitan dengan laba tidak selalu menjadi ukuran dan tidak selalu benar, maka sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja para manajernya dalam memperjuangkan perusahaan dengan harapan akan lebih baik dan memenangkan persaingan bisnis. Sangat penting bagi perusahaan apabila konsep manajemen laba dapat diartikan sebagai strategi para manajer keuangan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi yang berkaitan dengan data laporan keuangan perusahaan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang secara dasar dalam naluri bisnis untuk mengukur sejauh mana *performance* perusahaan dan kondisi keuangan perusahaan yang dikembangkan oleh manajer keuangan. Ada beberapa motivasi yang dilakukan dan dikembangkan oleh para manajer untuk melakukan manajemen laba antara lain yaitu motivasi bonus, hipotesis perjanjian utang, meet investors earnings expectations and maintain reputation, dan IPO (Initial Public Offering).¹ Selain dari berbagai motivasi tersebut maka hal yang perlu diperhatikan para manajer adalah bagaimana mengembangkan strategi bisnis untuk mendorong para manajer keuangan dalam melakukan manajemen laba.

Selain menerapkan strategi bisnis, ada yang namanya karakteristik perusahaan dimana karakteristik perusahaan ini secara langsung dapat mempengaruhi terjadinya manajemen laba. Dalam penelitian ini untuk mengetahui besar kecilnya suatu perusahaan maka dapat diukur dari total nilai kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* merupakan rasio untuk menghitung sejauh mana perusahaan menggunakan utang yang mereka pinjam. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan bersih selama satu periode tertentu.²

Penelitian ini menggunakan salah satu perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar resmi di Bursa Efek Indonesia (BEI) khususnya sektor industri barang konsumsi. Seperti kita ketahui bahwa sektor industri barang konsumsi memiliki peranan sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi karena disektor industri konsumsi ini selain menarik perhatian masyarakat juga diminati dalam kehidupan sehari-hari mengingat barang konsumsi merupakan produk-produk kebutuhan primer masyarakat dunia.

¹ Agustia, D., "Pengaruh Faktor Good Corporate Governance, Free Cash Flow, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 15(1), 27–42, 2023, <https://doi.org/10.974/Jak.15.1.27-42>

² Susilowati, Y., Widyawati, R., & Nuraini, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Capital Intensity Ratio dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate", *Prosiding SENDI_U*, 2018, 2014, 796–804.

B. METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang sudah terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2020-2023. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 48 perusahaan.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu seluruh perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi yang sudah terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2020-2023.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data sekunder yang berasal dari *website www.idx.co.id* serta *website resmi* dari setiap perusahaan.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dari dokumentasi berupa laporan tahunan perusahaan yang terdaftar pada perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi periode 2020-2023 yang telah dipublikasi secara langsung oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) serta *official website* resmi dari setiap perusahaan.

5. Alat Analisis

Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *Statistical Program for Social Science* (SPSS Ver. 24). Penelitian ilmiah ini terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, uji kelayakan model, dan uji koefisien determinasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1.1

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Strategi Bisnis	48	0,00	1,00	0,6912	0,46544
Ukuran Perusahaan	48	27,53	31,60	29,4331	1,09483
Leverage	48	0,16	2,90	0,4720	0,38369
Profitabilitas	48	-0,21	0,92	0,1163	0,16596
Manajemen Laba	48	-0,03	0,01	0,0003	0,00660

Valid N (listwise)	45	Sumber : Data diolah, 2023
--------------------	----	----------------------------

2. Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 1.2

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,46544
Most Extreme Differences	Absolute	0,085
	Positive	0,089
	Negative	-0,075
Test Statistic		0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil diatas diperoleh nilai sebesar 0,075 dan nilai signifikan sebesar 0,200. Dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal, sehingga model regresi yang digunakan memenuhi syarat normalitas.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 1.3

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Strategi Bisnis	0,699	1,112
Ukuran Perusahaan	0,718	1,076
Leverage	0,559	1,023
Profitabilitas	0,539	1,024

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas terdapat dari setiap masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 1.4
 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
<i>Unstandardized Residual</i>	
Test Valuea	-0,00053
Cases < Test Value	24
Cases >= Test Value	24
Total Cases	48
Number of Runs	26
Z	0,244
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,807

a. Median

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan bahwa nilai nilai Asym sig (2-tailed) 0,807 > dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.5
 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Coefficientsa</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	-0,005	0,010		-0,143	0,609
Strategi Bisnis	0,000	0,001	0,020	0,165	0,592
Ukuran Perusahaan	,0000	0,001	0,032	0,264	0,345
Leverage	-0,005	0,001	-0,235	-4,413	0,000
Profitabilitas	-0,001	0,002	-0,023	-0,179	0,434

a. *Dependent Variable: Manajemen Laba*

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat menghasilkan persamaan regresi, yaitu:

$$Y = -0,005 + 0,000X_1 + 0,000X_2 - 0,005X_3 - 0,001X_4 + \varepsilon$$

Tabel 1.6
 Hasil Uji Hipotesis (Uji-t)

<i>Coefficientsa</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	-0,005	0,010		-0,143	0,609

Strategi Bisnis	0,000	0,001	0,020	0,165	0,592
Ukuran Perusahaan	,0000	0,001	0,032	0,264	0,345
Leverage	-0,005	0,001	-0,235	-4,413	0,000
Profitabilitas	-0,001	0,002	-0,023	-0,179	0,434

b. Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas maka didapatkan hasil pengujian hipotesis (uji-t) sebagai berikut:

1) Strategi Bisnis

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel strategi bisnis (X_1) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,592 > 0,05$ dan nilai koefisiensi regresi kearah positif $0,020$, maka variabel strategi bisnis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel manajemen laba.

2) Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel ukuran perusahaan (X_2) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,345 > 0,05$ dan nilai koefisiensi regresi kearah positif $0,032$, maka variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel manajemen laba.

3) Leverage

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel leverage (X_3) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi kearah negatif $0,235$, maka variabel leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel manajemen laba.

4) Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel profitabilitas (X_4) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,434 > 0,05$ dan nilai koefisien regresi kearah negatif $0,023$, maka variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel manajemen laba.

Tabel 1.7
Hasil Uji F (Uji Kelayakan Model)

ANOVA						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,001	4	0,000	4,623	0,001
	Residual	0,002	43	0,000		
	Total	0,003	47			

- c. Dependent Variable: Manajemen Laba Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Strategi Bisnis

Berdasarkan pada hasil uji kelayakan model diatas terdapat hasil signifikansi sebesar 0,001. Dari hasil nilai uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa $0,001 <$ dari tingkat alpha 0,05 yang menyatakan bahwa model regresi layak digunakan.

6. Hasil Uji F (Uji Kelayakan)

Tabel 1.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,516	0,267	0,220	0,00583	2,222

Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Strategi Bisnis

- a) Dependent Variable: Manajemen Laba

Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi pada tabel 1.8 dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,267 atau 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel strategi bisnis, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas memiliki persentase sebesar 26,7% terhadap variabel manajemen laba dalam perusahaan sektor barang konsumsi yang tercatat pada perusahaan BEI, sedangkan sisanya 73,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba

Melihat dan memahami hasil dari hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini dapat terjadi karena disebabkan oleh strategi *prospector* dan strategi *defender* dari setiap perusahaan yang memiliki perbedaan tipe strategi bisnis yang diterapkan oleh beberapa perusahaan. Perusahaan yang beroperasi di Indonesia rata-rata belum dapat menentukan tipe strategi yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan usahanya. Strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan terkadang juga tidak mempengaruhi manajemen laba karena strategi atau perencanaan yang telah disusun matang oleh perusahaan mengalami perubahan

yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa baik perusahaan yang menerapkan strategi bisnis maupun perusahaan yang tidak menerapkan strategi bisnis belum tentu dapat mempengaruhi tindakan para manajer perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Strategi bisnis yang diterapkan oleh para manajer perusahaan diharapkan mampu memberikan laba yang tinggi bagi perusahaan yang dikelolanya. Akan tetapi kebanyakan perusahaan mengalami kesulitan untuk mendapatkan laba yang tinggi tetapi perusahaan juga selalu menghindari laba yang rendah, karena dalam ilmu manajemen keuangan yang diterapkan oleh beberapa perusahaan lebih mementingkan efektivitas daripada efisiensi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Hasil daripada hipotesis kedua dalam analisis ini telah menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Ini artinya bahwa ukuran perusahaan tidak ada kaitan sama sekali dengan manajemen laba perusahaan. Karena manajemen laba dikelola oleh manajer bukan berdasarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dikelolanya. Hasil dari analisis penelitian ini telah membuktikan bahwa ukuran perusahaan baik besar maupun kecil belum tentu dapat mempengaruhi atau menurunkan tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba perusahaan. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap manajemen laba perusahaan bisa disebabkan karena pengawasan yang dilakukan oleh para investor dan pemerintah, sehingga manajer tidak memiliki keberanian untuk melakukan manajemen laba. Pengawasan yang ketat akan berdampak dan akan menghambat para manajer dalam melakukan manajemen laba, karena aktivitas yang dikelola kemungkinan besar akan diketahui oleh investor atau oleh pemerintah, sehingga reputasi manajer dalam perusahaan tersebut dipertaruhkan nama baiknya.

Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba

Analisis hasil hipotesis ketiga dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba perusahaan. Ini menunjukkan bahwa apabila *leverage* dalam suatu perusahaan mengalami kenaikan atau tinggi maka tindakan yang harus dilakukan oleh para manajer dalam manajemen laba dalam perusahaan tersebut akan rendah, begitu pula sebaliknya. Hal ini akan terjadi apabila nilai utang yang ada dalam perusahaan rendah tentu saja disebabkan oleh tingginya tingkat manajemen laba yang

dilakukan para manajer dengan tujuan agar laporan keuangan yang disusun terlihat baik untuk meyakinkan penanam modal (investor).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Hasil analisis hipotesis keempat dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Ini menunjukkan bahwa baik perusahaan besar atau perusahaan kecil yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maupun rendah kemungkinan kecil untuk melakukan manajemen laba. Hal ini dapat terjadi karena para investor lebih cenderung untuk melupakan informasi yang berkaitan dengan ROA (*Return On Assets*) yang ada, sehingga para manajer tidak tertarik untuk melakukan manajemen laba melalui variabel profitabilitas.

Untuk mengukur profitabilitas dalam suatu perusahaan yang semakin meningkat dapat dilihat dari kinerja yang ada dalam perusahaan tersebut yang semakin membaik, termasuk para pemegang saham yang selalu mendapatkan keuntungan atas meningkatnya kinerja perusahaan. Selain itu para manajer perusahaan juga dapat memperoleh keuntungan jika kinerja perusahaan yang dikelolanya semakin produktif atau semakin meningkat, sehingga para manajer tidak tertarik untuk melakukan manajemen laba.

D. SIMPULAN

Hasil analisis penelitian yang sudah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa: Strategi bisnis dapat berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI); begitu juga ukuran perusahaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI); *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI); dan Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).



DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, D. (2013). Pengaruh Faktor Good Corporate Governance, Free Cash Flow, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 15(1), 27–42. <https://doi.org/10.9744/Jak.15.1.27-42>
- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 387–401. <https://doi.org/10.37932/Ja.V10i2.437>
- Susilowati, Y., Widyawati, R., & Nuraini. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate. *Prosiding SENDI_U 2018, 2014*, 796–804.
- Wanri, H. D., & NR, E. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis, Financial Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(1), 203–217. <https://doi.org/10.24036/Jea.V3i1.342>
- Widyasari, P. A., Harindahyani, S., & Rudiawarni, F. A. (2017). Strategi Bisnis Dalam Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(3), 397–411. <https://doi.org/10.26905/Jkdp.V21i3.1179>