

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai Pengaruh Strategi Bisnis dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai variabel Intervening pada perusahaan Manufaktur. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018. Adapun pemilihan sampel ini menggunakan metode *purposive sampling* yang telah ditetapkan dengan beberapa kriteria. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah program *SPSS 20.0*.

Tabel 4.1

Prosedur Dan Hasil Pemilihan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang konsisten menerbitkan laporan keuangan (audit) dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 dan memiliki periode akhir laporan per 31 Desember.	137
2	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data-data yang diperlukan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 untuk keseluruhan variabel.	(80)
3	Mata uang pelaporan yang digunakan dalam laporan keuangan bukan mata uang rupiah.	(17)
Jumlah Sampel Perusahaan		40
Jumlah Sampel X 3 Tahun Penelitian		120

Dari tabel diatas dapat diketahui perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara konsisten menerbitkan laporan keuangan (audit) dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 dan memiliki periode akhir laporan per 31 Desember berjumlah 137 perusahaan. Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data-data yang diperlukan dari tahun 2016 sampai dengan tahun

2018 untuk keseluruhan variabel berjumlah 80 perusahaan. Mata uang pelaporan yang digunakan dalam laporan keuangan bukan mata uang rupiah berjumlah 17 perusahaan. Jadi perusahaan yang menjadi sampel penelitian sebanyak 40 perusahaan dengan periode penelitian 3 tahun, sehingga total sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 perusahaan.

4.1.2. Deskripsi Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini sampel dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan. Sampel dipilih dari perusahaan yang menyediakan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

4.2. Hasil Analisis Data

4.2.1. Analisis Kluster (*Cluster Analysis*)

Untuk menghasilkan analisis yang akurat guna menunjukkan perbedaan masing-masing perusahaan sampel berdasarkan proksi (variabel pengukuran) dalam penelitian ini, maka diperlukan pengelompokan perusahaan-perusahaan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Pengelompokan perusahaan sampel dalam satu kelompok tertentu didasarkan atas rasio jumlah karyawan terhadap total penjualan (EMPSAL), total hutang terhadap total ekuitas (DER), dan total deviden terhadap laba bersih (DPR).

Perusahaan sampel dikelompokkan ke dalam dua kelompok, yaitu perusahaan berstrategi *prospector* dan *defender* berdasarkan proksi-proksi tersebut di atas. Pengelompokan perusahaan dilakukan dengan analisis multivariate menggunakan model cluster analysis. Terdapat 40 perusahaan sampel yang telah sesuai dengan kriteria target populasi yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil olah data pada tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 1 perusahaan sampel yang masuk ke dalam cluster-1 yaitu perusahaan berstrategi *defender* dan 39 perusahaan sampel yang masuk ke dalam cluster-2 yaitu perusahaan berstrategi *prospector*. Untuk mengetahui cluster-1 dan cluster-2 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 4.2
Penentuan Kriteria Cluster

Initial Cluster Centers

	Cluster	
	1	2
Zscore(DPR)	-.15471	10.37810
Zscore(EMPSAL)	6.92247	-.15584
Zscore(DER)	-.15471	10.37810

Sumber: Data Olahan SPSS 23

4.2.2. Analisis Deskriptif

Setelah melalui berbagai tahapan penelitian yang telah direncanakan, penelitian ini menghasilkan berbagai hal yang terkait dengan masalah yang diajukan pada bagian awal. Hasil statistika deskriptif akan memberikan gambaran umum terhadap data yang digunakan dalam penelitian ini. Sebelum melaksanakan pengujian hipotesis melalui pengujian model statistik, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian terhadap kualitas data yang digunakan.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data dari 105 perusahaan sampel melalui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi. Berikut ini akan disajikan analisis statistik deskriptif masing masing variabel yaitu Strategi Bisnis (SB), Ukuran Perusahaan (UP), Kinerja Perusahaan (KP), dan Manajemen Laba (ML).

Tabel 4.3
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STRATEGI BISNIS	120	-1.30	10.80	.0000	1.75944
UKURAN PERUSAHAAN	120	12.48	31.34	23.0754	5.67348
MANAJEMEN LABA	120	-2315.96	34.08	-20.1449	211.93355
KINERJA PERUSAHAAN	120	-11255.64	9931.23	288.5778	1864.38775

Valid N (listwise)	120				
--------------------	-----	--	--	--	--

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai 2018 yang dipilih dengan metode *purposive sampling* yang berjumlah 40 perusahaan. Sedangkan jumlah sampel pengamatan mulai dari tahun 2016 sampai 2018 berjumlah 120 sampel penelitian. Hasil deskripsi statistic menggambarkan bahwa:

- Nilai rata-rata Strategi Bisnis (SB) pada tahun 2016-2018 yaitu sebesar 0.000 sedangkan standar deviasi sebesar 1,75944. Nilai terkecil dari strategi bisnis sebesar -1,30 dan nilai tertinggi sebesar 10,80.
- Nilai rata-rata Ukuran Perusahaan (UP) pada tahun 2016-2018 yaitu sebesar 23,0754 sedangkan standar deviasi sebesar 5,67348. Nilai terkecil dari ukuran perusahaan sebesar 12,48 dan nilai tertinggi sebesar 31,34.
- Nilai rata-rata Manajemen Laba (ML) pada tahun 2016-2018 yaitu sebesar -20,1449 sedangkan standar deviasi sebesar 211.93355. Nilai terkecil dari kinerja perusahaan sebesar -2315,96 dan nilai tertinggi sebesar 34,08.
- Nilai rata-rata Kinerja Perusahaan (KP) pada tahun 2016-2018 yaitu sebesar 288,5778 sedangkan standar deviasi sebesar 1864,38775. Nilai terkecil dari kinerja perusahaan sebesar -11255,64 dan nilai tertinggi sebesar 9931,23.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Path Analysis Model*. Analisis jalur diuji dengan menggunakan bantuan SPSS untuk meneliti hubungan antara variabel.

1. Uji Normalitas Data

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas Model Regresi 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	203.37057322
	<i>Absolute</i>	.434
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	.292
	<i>Negative</i>	-.434
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		4.749
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Model Regresi 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	1811.13275999
	<i>Absolute</i>	.291
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	.291
	<i>Negative</i>	-.266
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		3.189
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Hasil uji Normalitas data dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov* tampak pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel dependen K-Z sebesar 4,749 dan

3,189 dengan tingkat signifikan keduanya sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa angka signifikan (*Sig*) untuk variabel dependen dan independen pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari tingkat *alpha* (α) yang ditetapkan yaitu 0,05 tingkat kepercayaan 95% yang berarti sampel terdistribusi secara tidak normal. Dengan demikian, untuk menormalkan data diatas menggunakan cara transform menggunakan *Square Root (SQRT)* seperti data dibawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas Model Regresi 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		24
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	1.32984472
	<i>Absolute</i>	.156
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	.156
	<i>Negative</i>	-.147
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.765
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.602

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas Model Regresi 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardize d Residual</i>
<i>N</i>		22
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	10.93903062
	<i>Absolute</i>	.270
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	.270
	<i>Negative</i>	-.213
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1.269

Asymp. Sig. (2-tailed)	.080
------------------------	------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Dari tabel diatas, besarnya *Kolmogorov-Smirnov Z* adalah 0,765 dan 1,269 dengan signifikan 0,602 dan 0,080 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikan diatas 0,05 (0.602 dan 0,080 > 0,05) Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai observasi data telah terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya. (Ghozali, 2011).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Tol > 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 (Ghozali, 2011). Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinieritas Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-47.047	83.211		-.565	.573		
STRATEGI BISNIS	-32.459	11.330	-.269	-2.865	.005	.890	1.124
UKURAN PERUSAHAAN	1.166	3.514	.031	.332	.741	.890	1.124

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2187.343	745.245		2.935	.004		
1 STRATEGI BISNIS	-113.127	104.827	-.107	-1.079	.283	.831	1.203
UKURAN PERUSAHAAN	-82.266	31.440	-.250	-2.617	.010	.889	1.125
MANAJEMEN LABA	.022	.827	.002	.026	.979	.921	1.086

a. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Keterangan	Variabel	Tolerance	VIF	Hasil
Model 1	Strategi Bisnis	0,890	1,124	Bebas Multikolinearitas
	Ukuran Perusahaan	0,890	1,124	Bebas Multikolinearitas
Model 2	Strategi Bisnis	0,931	1,203	Bebas Multikolinearitas
	Ukuran Perusahaan	0,889	1,125	Bebas Multikolinearitas
	Manajemen Laba	0,921	1,086	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Pada tabel di atas model 1 terlihat variabel Strategi Bisnis memiliki nilai *tolerance* $0,890 \geq 0,10$ dan nilai VIF $1,124 \leq 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi Strategi Bisnis memenuhi syarat untuk terbebas dari multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki *tolerance* $0,890 \geq 0,10$ dan nilai VIF $1,124 \leq 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi Ukuran Perusahaan memenuhi syarat untuk terbebas dari multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Model 2 terlihat variabel Strategi Bisnis memiliki nilai *tolerance* $0,931 \geq 0,10$ dan nilai VIF $1,203 \leq 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi Strategi Bisnis memenuhi syarat untuk terbebas dari multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki *tolerance* $0,889 \geq 0,10$ dan nilai VIF $1,125 \leq 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi Ukuran Perusahaan memenuhi syarat untuk terbebas dari multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Variabel Manajemen Laba memiliki nilai *tolerance* $0,921 \geq 0,10$ dan nilai VIF $1,086 \leq 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi Manajemen Laba memenuhi syarat untuk terbebas dari multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Berikut ini hasil uji autokorelasi menggunakan pengujian *Durbin-Watson* (*Dw_test*) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Uji Autokorelasi Model 1

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.281 ^a	.079	.063	205.10142	2.122

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS

b. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.12
Hasil Durbin-Watson Model 1

<i>Durbin-Watson</i>	2,122
----------------------	-------

Berdasarkan tabel diatas nilai durbin-watson sebesar 2,122 dengan nilai tabel menggunakan signifikan 5%, jumlah sampel sebanyak 40 perusahaan dengan obserbvasi 1 tahun dan jumlah variabel Independen sebanyak 2 (K=2 Jadi nilai K-1 = 1) maka table durbin Watson dL = 1,6853 dan dU = 1,7189.

Tabel 4.13
Perhitungan Autokorelasi Model 1

d	dL	dU	4-dL	4-dU
2,122	1,6853	1,7189	2,3147	2,2811

Dari hasil tabel di atas perhitungan autokorelasi model 1 diatas diperoleh kesimpulan bahwa uji korelasi yaitu $dU < d < 4-dU$ dimana $1,7189 < 2,122 < 2,2811$ yang artinya tidak ada autokorelasi yang bersifat positive mendukung terhindarnya autokorelasi pada model yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.14
Uji Autokorelasi Model 2

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.237 ^a	.056	.032	1834.40309	2.150

a. Predictors: (Constant), MANAJEMEN LABA, UKURAN PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS

b. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.15
Hasil Durbin-Watson Model 2

<i>Durbin-Watson</i>	2,150
----------------------	-------

Berdasarkan table di atas nilai durbin-watson sebesar 2,150 dengan nilai tabel menggunakan signifikan 5%, jumlah sampel sebanyak 40 perusahaan dengan obserbvasi 1 tahun dan jumlah variabel Independen sebanyak 3 (K=2 Jadi nilai K-1 = 2) maka table durbin Watson dL = 1.6684 dan dU = 1,7361.

Tabel 4.16
Perhitungan Autokorelasi Model 2

d	dL	dU	4-dL	4-dU
2,150	1,6684	1,7361	2,3316	2,2639

Dari hasil tabel di atas perhitungan autokorelasi model 2 diatas diperoleh kesimpulan bahwa uji korelasi yaitu $dU < d < 4-dU$ dimana $1,7361 < 2,150 < 2,2639$ yang artinya tidak ada autokorelasi yang bersifat positive mendukung terhindarnya autokorelasi pada model yang digunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Heteroskedatisitas

Tabel 4.17
Uji Heteroskedatisitas Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	3.085	1.494		2.064	.052
1	SQRT_X1	-.394	.311	-.266	-1.265	.220
	SQRT_X2	-.380	.313	-.255	-1.213	.239

a. Dependent Variable: ares1

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Uji Heteroskedatisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakpastian varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak heteroskedastisiras (Ghozali, 2011). Adapun uji menggunakan model uji Glejer dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1

Model	T Statistik	
	t	Sig
SB	-1,265	0,220
UP	-1,213	0,239

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan dari tabel di atas terlihat bahwa variabel SB dan UP memiliki nilai signifikan $> 0,05$ yaitu (0,220) dan (0,239) $> 0,05$ yang artinya bahwa variabel diatas memenuhi syarat terhindar dari heteroskedastisitas.

Tabel 4.19
Uji Heteroskedastisitas Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	41.535	23.104		1.798	.089
1 SQRT_X1	-.879	4.497	-.044	-.196	.847
SQRT_X2	-6.949	4.733	-.332	-1.468	.159
SQRT_Z	-2.390	1.895	-.285	-1.261	.223

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Tabel 4.20

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2

Model	T Statistik	
	t	Sig
SB	-0,196	0,847
UP	-1,468	0,159
ML	-1,261	0,223

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan dari tabel di atas terlihat bahwa variabel SB, UP dan ML memiliki nilai signifikan $> 0,05$ yaitu (0,847), (0,159) dan (0,223) $> 0,05$ yang artinya bahwa variabel diatas memenuhi syarat terhindar dari heteroskedastisitas.

4.3. Hasil Pengujian Hipotesis

4.3.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

1. Pengaruh Strategi Bisnis dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Tabel 4.21
Hasil Uji T Model Regresi 1

<i>Coefficients^a</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>		
<i>(Constant)</i>	-47.047	83.211		-.565	.573
1 <i>STRATEGI BISNIS</i>	-32.459	11.330	-.269	-2.865	.005
<i>UKURAN PERUSAHAAN</i>	1.166	3.514	.031	.332	.741

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Dari hasil analisis data, maka hasil persamaan struktural adalah sebagai berikut:

$$ML = -47,074 + (-32,459) SB + 1,166 UP + \epsilon$$

Uji t digunakan untuk menjawab hipotesis yang disampaikan dalam penelitian.

Adapun kesimpulan jika:

- H_a diterima dan H_0 ditolak apabila t hitung $>$ dari t tabel atau $Sig < 0,05$
- H_a ditolak dan H_0 diterima apabila t hitung $<$ dari t tabel atau $Sig > 0,05$

Dari hasil persamaan model 1 tersebut dapat dilihat hasil sebagai berikut :

- a. Hipotesis pertama (H_{a1}) dalam penelitian ini adalah Strategi Bisnis. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak yang menyatakan bahwa Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba berpengaruh negatif.
- b. Hipotesis kedua (H_{a2}) dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,741 > 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a2} ditolak dan H_{o2} diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.

2. Pengaruh Strategi Bisnis, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan

Tabel 4.22
Hasil Uji T Model Regresi 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2187.343	745.245		2.935	.004
	STRATEGI BISNIS	-113.127	104.827	-.107	-1.079	.283
	UKURAN PERUSAHAAN	-82.266	31.440	-.250	-2.617	.010
	MANAJEMEN LABA	.022	.827	.002	.026	.979

a. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Dari hasil analisis data, maka hasil persamaan struktural adalah sebagai berikut:

$$KP = 2187.343 + (113.127) SB + (-82.266) UP + 0,22 ML + \epsilon$$

Dari hasil persamaan model 2 tersebut dapat dilihat hasil sebagai berikut :

- a. Hipotesis pertama (H_{a3}) dalam penelitian ini adalah Strategi Bisnis. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,283 > 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a3} ditolak dan H_{o3} diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan.

- b. Hipotesis kedua (H_{a4}) dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,010 < 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a4} diterima dan H_{o4} di tolak yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan berpengaruh negatif.
- c. Hipotesis kedua (H_{a5}) dalam penelitian ini adalah Manajemen Laba. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,979 > 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a5} ditolak dan H_{o5} diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan.

4.3.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4.23

Hasil Uji F Model Regresi 1

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	423192.292	2	211596.146	5.030	.008 ^b
<i>Residual</i>	4921791.216	117	42066.592		
<i>Total</i>	5344983.509	119			

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel di atas *ANOVA* diperoleh koefisien signifikan menunjukkan nilai signifikan 0,008 dengan nilai F_{hitung} 5,030 dan F_{tabel} 3,25. Artinya bahwa $Sig < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan bermakna bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Strategi Bisnis dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.

Tabel 4.24

Hasil Uji F Model Regresi 2

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	23293037.487	3	7764345.829	3.307	.040 ^b

<i>Residual</i>	390344023.042	116	3365034.681		
<i>Total</i>	413637060.529	119			

a. *Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN*

b. *Predictors: (Constant), MANAJEMEN LABA, UKURAN PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS*

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel di atas *ANOVA* diperoleh koefisien signifikan menunjukkan nilai signifikan 0,040 dengan nilai F_{hitung} 3,307 dan F_{tabel} 2.87. Artinya bahwa $Sig < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan bermakna bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Strategi Bisnis, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

4.3.3. Uji Koefisien Deteminasi R^2

Tabel 4.25
Hasil Uji Deteminasi Model Regresi 1

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.281 ^a	.079	.063	205.10142	2.122

a. *Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS*

b. *Dependent Variable: MANAJEMEN LABA*

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Analisis regresi linier pertama pada tabel diatas menghasilkan *R Square* atau koefisien determinasi dengan variabel dependen manajemen laba sebesar 0.063. hal ini menunjukkan bahwa perubahan variabel manajemen laba yang disebabkan adanya strategi bisnis dan ukuran perusahaan sebesar 6,3 % sedangkan sisanya sebesar 93,7 % merupakan kontribusi dari variabel lain diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.26
Hasil Uji Deteminasi Model Regresi 2

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
--------------	----------	-----------------	--------------------------	-----------------------------------	----------------------

1	.237 ^a	.056	.032	1834.40309	2.150
---	-------------------	------	------	------------	-------

a. Predictors: (Constant), MANAJEMEN LABA, UKURAN PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS

b. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Sumber: Data Olahan SPSS 20

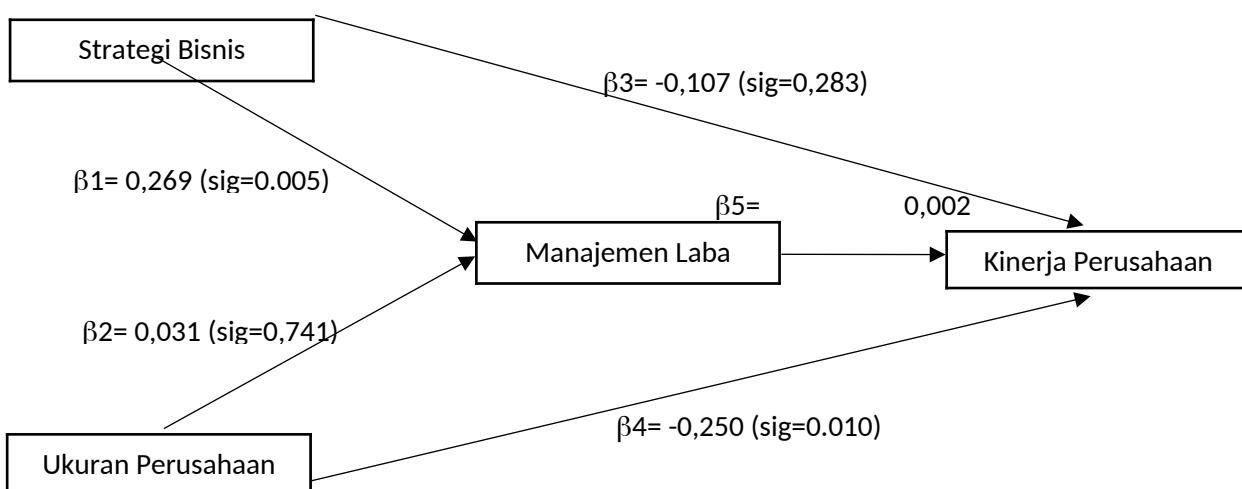
Analisis regresi linier kedua pada tabel diatas menghasilkan nilai *R Square* sebesar 0,032, hal ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel Strategi Bisnis, Ukuran perusahaan dan Manajemen Laba terhadap variabel Kinerja Perusahaan sebesar 3,2 % artinya strategi bisnis, ukuran perusahaan dan manajemen laba memiliki proporsi pengaruh terhadap kinerja perusahaan sebesar 3,2 % sedangkan sisanya 96,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi tersebut.

4.3.4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis Jalur (*Path Analysis*) biasa digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh langsung yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sementara, analisis jalur tidak hanya menguji pengaruh langsung saja, tetapi juga menjelaskan tentang pengaruh tidak langsung yang diberikan variable bebas melalui variabel intervening terhadap variabel terikat.

Gambar 4.1

Hasil Uji *Path Analysis*



Gambar di atas menunjukkan hasil uji path analysis yang terdapat nilai beta dan signifikansi antara variabel. Hasil uji path analysis menunjukkan adanya pengaruh

langsung antara strategi bisnis dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan dan manajemen laba tidak mampu memediasi variabel independen yaitu strategi bisnis dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu kinerja perusahaan. Syarat variabel intervening dapat memediasi variabel independen dan dependen adalah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan intervening, intervening dan dependen. Jika salah satu regresi antara variabel independen dan intervening atau intervening dan dependen terdapat pengaruh yang tidak signifikan, maka variabel intervening tidak mampu memediasi antara variabel independen dan variabel dependen. Manajemen laba tidak mampu memediasi antara strategi bisnis dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan berdasarkan hasil pengujian model regresi 2 dengan signifikan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan $\text{sig} = 0,979$ yang menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan. Untuk melihat besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dijelaskan dengan melihat besarnya nilai koefisien *unstandardized beta* sebagai berikut :

Hubungan langsung SB dan UP ke KP = - 0,107 x - 0,250

**Hubungan tidak langsung SB, UP = - 0,269 x 0,031 x 0,022 +
dan ML ke KP**

Total hubungan SB, UP dan DA ke KP = ~~(- 0,107 x - 0,250) + (- 0,269 x 0,031 x 0,022)~~

Total hubungan SB, UP dan DA ke KP = (0,02675 - 0,000183458)

Total hubungan SB, UP dan DA ke KP = 0,026933458

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari hasil Total Hubungan menunjukkan bahwa koefisien estimate sebesar 0,026933458 yang artinya nilai ini lebih baik daripada nilai pengaruh langsung strategi bisnis dan ukuran perusahaan ke kinerja perusahaan yang memiliki koefisien sebesar 0,02675. Hal ini berarti bahwa meskipun manajemen laba bukan merupakan variabel intervening bagi strategi bisnis dan ukuran perusahaan yang memengaruhi kinerja perusahaan, namun manajemen

laba bisa terjadi akibat strategi bisnis dan ukuran perusahaan yang diterapkan, hanya saja manajemen laba tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan sehingga manajemen laba tidak bisa dianggap sebagai variabel yang mengintervening pengaruh strategi bisnis dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil Hipotesis pertama (H_{a1}) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara strategi bisnis terhadap manajemen laba. Sesuai dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa agen sebuah perusahaan akan membuat keputusan yang cenderung menguntungkan kepentingan dirinya sendiri karena agen memiliki informasi yang lebih banyak dan lengkap tentang kondisi perusahaan. Manajer akan cenderung memaksimalkan kepentingan pribadinya dengan cara melakukan tindakan manajemen laba atau manipulasi laba dimana lingkungan dan strategi bisnis dapat memotivasi manajemen untuk melakukan hal ini (Bentley *et al*, 2013). Hal ini dikarenakan strategi bisnis sudah ditetapkan dalam sejarah, visi dan misi perusahaan.

Strategi bisnis yang diterapkan pada tiap perusahaan juga mempunyai karakteristik dan ciri yang berbeda tergantung dari tipe strategi yang digunakan. perusahaan dengan strategi bisnis defender memiliki besaran manajemen laba lebih besar dibanding dengan prospector. Hal ini sesuai dengan penelitian Houqe *et al*. (2014) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan strategi defender cenderung untuk melakukan manajemen laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Kristanto (2019) menunjukkan bahwa strategi bisnis perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Artinya, semakin besar perusahaan menerapkan atau menggunakan strategi kepemimpinan biaya maka tingkat kecenderungan manajemen laba perusahaan juga semakin besar.

4.4.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan hasil Hipotesis kedua (H_{a2}) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan merupakan mengklasifikasikan suatu perusahaan kedalam bentuk, perusahaan yang berukuran besar dan perusahaan berukuran kecil. Ukuran perusahaan disini sangat mempengaruhi terjadinya manajemen laba karena semakin besar suatu perusahaan harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Perusahaan cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan belum tentu dapat memperkecil kemungkinan terjadinya manajemen laba, karena perusahaan besar lebih banyak memiliki aset dan memungkinkan banyak aset yang tidak dikelola dengan baik sehingga kemungkinan kesalahan dalam mengungkapkan total aset dalam perusahaan tersebut (Gunawan *et al*, 2015) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dengan manajemen laba.

4.4.3. Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil Hipotesis ketiga (H_{a3}) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Bisa disimpulkan bahwa keunggulan bersaing diciptakan dengan memiliki sumber daya dan kapabilitas yang khas atau melakukan efisiensi pada sumber daya agar perusahaan dalam persaingan industri dapat lebih unggul daripada lainnya dalam hal meningkatkan keuntungan dan dalam mendapatkan laba yang di inginkan atau yang lebih tinggi. Jenis perusahaan berstrategi *prospector* memiliki kinerja perusahaan yang lebih rendah dari pada perusahaan *defender*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Strategi *Prospector* adalah perusahaan dengan pengembalian aset terendah dibandingkan dengan Strategi *Defender*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspita pada tahun 2018, yang menunjukkan bahwa strategi bisnis memiliki dampak pada kinerja perusahaan. Manajer dalam sebuah perusahaan melaporkan dalam laporan keuangan tahunan bahwa mereka mengungkapkan lebih banyak informasi yang mengarah pada pengembalian kualitas yang jauh lebih baik. Investor menerima informasi pertama-tama diterjemahkan sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*badnews*).

Pihak-pihak terkait menilai bahwa kondisi internal perusahaan dalam kondisi baik jika kinerja perusahaan yang dilaporkan baik. Kondisi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah strategi bisnis perusahaan. Strategi bisnis adalah strategi yang dikembangkan di tingkat unit bisnis. Strategi ini diutamakan untuk meningkatkan daya persaingan produk atau layanan perusahaan di industri atau segmen pasar tertentu.

4.4.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil Hipotesis keempat (H_{a4}) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan Penelitian sebelumnya yang menyatakan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan total aktiva sebagai proksi ukuran perusahaan tidak mempengaruhi kinerja perusahaan (Yus Epi, 2017).

Total asset dalam sampel penelitian ini mempengaruhi kinerja perusahaan berpengaruh terhadap kenaikan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar ukuran yang besar dan *go public* mempunyai akses yang besar ke sumber-sumber dana baik ke pasar modal maupun perbankan untuk membiayain investasinya dalam rangka meningkatkannya laba. Penelitian ini sama dengan peneliti sebelumnya yang mnegatakan bahwa peningkatan dan penurunan kinerja perusahaan dipengaruhi oleh besarnya ukuran perusahaan (Priyanto *et al*, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Destriansyah (2018) yang menyatakan ukuran perusahaan merupakan kekuatan finansial yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dimana semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin mendapat perhatian di mata masyarakat. Besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat dilihat dari banyaknya kantor cabang, banyaknya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham yang secara otomatis menciptakan citra dan reputasi yang baik di mata masyarakat. Dengan begitu, perusahaan akan termotivasi untuk selalu mempertahankan kinerja perusahaan.

4.4.5. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil Hipotesis kelima (H_{a5}) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara manajemen laba terhadap kinerja perusahaan. Manajemen selaku pengelola perusahaan memiliki informasi tentang perusahaan lebih banyak dan lebih dahulu daripada pemilik sehingga terjadi asimetri informasi yang memungkinkan manajemen melakukan praktek akuntansi dengan orientasi pada laba untuk mencapai suatu kinerja tertentu. Penelitian ini didukung oleh Santoso *et al* (2015) yang mengatakan Hasil penelitian ini menunjukkan praktek manajemen laba (DA) atau kecenderungan untuk melakukan manipulasi laba tidak dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, dikarenakan kinerja perusahaan (ROA) yang baik akan mengurangi risiko dalam praktek manipulasi laba.

4.4.6. Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai variabel Intervening

Berdasarkan hasil Hipotesis keenam (H_{a6}) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel intervening. Hal ini menyatakan manajemen laba merupakan variabel intervening bagi strategi bisnis dan kinerja perusahaan. Selain itu, ada beberapa hal yang memotivasi individu atau perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Termasuk, motivasi bonus, motivasi utang, motivasi pajak, motivasi penjualan saham, motivasi untuk mengubah dewan direksi dan motivasi politik. Memilih strategi bisnis yang baik tidak dapat menjamin akan

meningkatkan kinerja perusahaan karena pelaporan kinerja perusahaan adalah dalam bentuk laporan keuangan yang disiapkan oleh akuntan namun dapat dimanipulasi oleh manajer melalui manajemen laba.

4.4.7. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai variabel Intervening

Berdasarkan hasil Hipotesis ketujuh (H_{a7}) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel intervening. Hal ini menyatakan manajemen laba merupakan variabel yang mengintervening bagi ukuran perusahaan dan kinerja perusahaan. Kondisi ini menggambarkan bahwa dalam pengukuran perusahaan akan menyebabkan terjadinya penurunan manajemen laba. Basis pemegang kepentingan yang dimiliki oleh perusahaan yang berukuran besar akan lebih luas, sehingga kebijakan-kebijakan yang dilakukan akan berdampak besar bagi kepentingan masyarakat luas daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk meminimalisir praktik manajemen labanya. Hal ini terjadi karena pemegang saham dan pihak luar di perusahaan besar dianggap lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga tekanan yang lebih besar akan dihadapi perusahaan besar untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih akurat.