

PENGARUH STRATEGI BISNIS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Raudatul Jannah¹, Wia Rizqi Amalia², Novika Rosari³, Nor Hikmah⁴, Dahliana Iskandar⁵
^{1,2,3,4,5}Program Studi Akuntansi, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
e-mail: Ichikaraa14@gmail.com

Abstract: *This study examines the effects of business strategy, company growth, and earnings management on the performance of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2023 period. The study employed a quantitative approach using multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics version 23. The population consisted of all manufacturing companies listed on the IDX, while the sample comprised 32 companies selected using purposive sampling. Business strategy was classified into two categories, namely prospector and defender. Company performance was measured using Return on Assets (ROA), whereas earnings management was measured using the Modified Jones Model. The results indicate that business strategy has a significant effect on company performance, while company growth and earnings management do not have a significant effect on company performance. The novelty of this study lies in the research period and the research object, which extend previous studies by providing evidence from Indonesian manufacturing companies during the 2021–2023 period.*

Keywords: *business strategy; company growth; company performance; earnings management*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis, pertumbuhan perusahaan, dan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 23. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan sampel penelitian terdiri atas 32 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Strategi bisnis diklasifikasikan ke dalam dua tipe, yaitu prospector dan defender. Kinerja perusahaan diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), sedangkan manajemen laba diukur menggunakan *Modified Jones Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Kebaruan penelitian ini terletak pada periode penelitian dan objek penelitian yang memperluas bukti empiris mengenai pengaruh strategi bisnis, pertumbuhan perusahaan, dan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia selama periode 2021–2023.

Kata Kunci: strategi bisnis; pertumbuhan perusahaan; kinerja perusahaan; manajemen laba

Pendahuluan

Sektor manufaktur merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, dalam beberapa tahun terakhir perusahaan manufaktur menghadapi tantangan berupa meningkatnya persaingan bisnis, perubahan kondisi ekonomi, perkembangan teknologi, serta dinamika permintaan pasar. Kondisi tersebut

menuntut perusahaan untuk mampu meningkatkan kinerja agar tetap kompetitif dan mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Kinerja perusahaan menjadi indikator penting karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif serta menghasilkan nilai bagi pemegang saham.

Menurut *Agency Theory* yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976), hubungan antara *principal* dan *agent* berpotensi menimbulkan konflik kepentingan akibat adanya asimetri informasi. Konflik tersebut dapat memengaruhi berbagai keputusan manajemen yang berkaitan dengan upaya peningkatan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan kebijakan yang tepat agar tujuan manajemen sejalan dengan kepentingan pemegang saham.

Beberapa faktor yang diduga memengaruhi kinerja perusahaan antara lain strategi bisnis, ukuran perusahaan, dan manajemen laba. Strategi bisnis menentukan arah perusahaan dalam menghadapi persaingan sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif (Miles *et al.*, 1978). Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mendukung aktivitas operasional, sedangkan manajemen laba berkaitan dengan tindakan manajemen dalam menyusun pelaporan keuangan yang dapat memengaruhi penilaian terhadap kinerja perusahaan.

Meskipun hubungan ketiga variabel tersebut terhadap kinerja perusahaan telah banyak diteliti, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian Revindaliza (2021), Natapermana *et al.* (2020), dan Puspita (2018) menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun, penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan masih menghasilkan temuan yang beragam. Sebagian penelitian menyatakan kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan tidak adanya pengaruh. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih terdapat *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan adanya inkonsistensi hasil penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis, ukuran perusahaan, dan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih mutakhir mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan sekaligus memperkaya pengembangan *Agency Theory* dalam konteks perusahaan manufaktur di Indonesia.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori keagenan adalah rencana yang menunjukkan bagaimana seorang *principal* (pemilik) dan seorang agen harus bekerja sama, seperti bagaimana dua orang atau lebih, kelompok, atau organisasi harus bekerja sama.

Konsep *agency theory* menurut Nyberg *et al.* (2010) adalah keterkaitan antara seorang pemimpin dan seorang agen. Pemilik menugaskan seorang agen untuk memberikan yang terbaik bagi *principal*. Ini termasuk memberikan agen kekuasaan untuk membuat keputusan alih-alih *principal*. Pemegang saham adalah pemilik perusahaan yang kekayaannya terdiri dari

saham. *Chief Executive Officer* (CEO) adalah perwakilan mereka. CEO dipekerjakan oleh pemegang saham untuk menjaga kepentingan terbaik perusahaan.

Kinerja perusahaan

Seberapa baik kinerja perusahaan bergantung pada seberapa baik para manajernya mencapai tujuannya. Tujuan utama bisnis adalah memberikan pengembalian investasi yang baik kepada pemiliknya sambil mempertahankan uang yang mereka investasikan. Dividen yang berasal dari keuntungan dapat digunakan untuk menghitung pengembalian. Karena tujuan bisnis adalah untuk melindungi uang yang telah dikeluarkan pemiliknya, kesuksesan tetap menjadi cara penting untuk menilai kinerjanya (Kieso *et al.*, 2019).

Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah perencanaan gabungan yang mempertimbangkan faktor-faktor strategis dalam suatu perusahaan (Ariefiara *et al.*, 2015). Segala sesuatu yang dilakukan perusahaan dipengaruhi oleh strategi bisnisnya. Hal ini karena semua proses bisnis, tugas operasional, transaksi, dan pilihan manajerial harus selaras dengan strategi bisnis (Ariefiara *et al.*, 2015).

Menurut Miles *et al.* (1978) bahwa ada empat jenis strategi bisnis yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor*. Perusahaan yang menggunakan strategi *prospector* selalu mencari peluang pasar baru dan mencoba berbagai cara untuk menanggapi tren baru di lingkungan. Perusahaan yang menggunakan pendekatan pertahanan hanya menjual beberapa produk kepada sekelompok kecil orang. Perusahaan yang menggunakan pendekatan analisis bekerja di dua pasar produk yang cukup stabil dan selalu berubah. Strategi *reaktor* digunakan oleh perusahaan yang manajer puncaknya sering menyadari bahwa lingkungan kerja mereka berubah dan tidak jelas tetapi tidak dapat menemukan cara untuk menanggapi secara efektif. Pencari peluang dan pembela adalah dua jenis rencana bisnis yang sangat berbeda satu sama lain dan sering kali saling bertentangan (Habbe & Hartono, 2001) *Analyzer* berada di tengah, antara pencari *prospector* dan *defender*. Mereka memiliki ciri-ciri dari kedua jenis rencana tersebut. *Reactor* tidak memiliki ciri perusahaan yang unik (Bentley *et al.*, 2013).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah angka yang mengelompokkan bisnis berdasarkan seberapa besar perusahaan tersebut. Pendapatan, total aset, jumlah pekerja, dan total modal suatu perusahaan menunjukkan seberapa besar dan seberapa kuat perusahaan tersebut (Hidayat *et al.*, 2019). Menurut Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, terdapat tiga jenis perusahaan: perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan melakukan lebih banyak hal, yang berarti akan memiliki lebih banyak risiko dan tanggung jawab. Masyarakat lebih mengenal perusahaan yang besar, sehingga lebih mudah untuk menemukan informasi tentang perusahaan tersebut (Hambrick, 1983).

Manajemen Laba

Manajemen laba adalah ketika seorang manajer memilih aturan akuntansi yang menjadi acuan untuk membantunya menjadi lebih baik dan menaikkan harga pasar perusahaan (Scott, 2012). Manajemen laba adalah laporan keuangan dan transaksi yang diubah untuk menyajikan kinerja perusahaan dengan cara yang menyesatkan bagi pemilik atau pemegang saham. Hal ini

dilakukan untuk mengubah cara evaluasi kontrak, yang bergantung pada angka-angka dalam laporan tersebut (Simamora, 2000).

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut *Agency Theory* yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976), konflik kepentingan antara principal dan agent dapat diminimalkan melalui pengambilan keputusan yang tepat oleh manajemen. Salah satu keputusan strategis yang menentukan keberhasilan perusahaan adalah penetapan strategi bisnis. Strategi bisnis yang tepat mampu mengarahkan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan keunggulan kompetitif sehingga berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Miles *et al.* (1978) mengemukakan bahwa strategi bisnis merupakan pola tindakan perusahaan dalam merespons perubahan lingkungan bisnis. Perusahaan yang mampu menerapkan strategi bisnis secara efektif akan lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan kinerja. Hal tersebut didukung oleh Porter (1998) yang menyatakan bahwa strategi bisnis merupakan sumber keunggulan kompetitif yang berkontribusi terhadap pencapaian kinerja perusahaan.

Hasil penelitian Revindaliza (2021), Natapermana *et al.* (2020), dan Puspita (2018) juga menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menduga bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H1: Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan

Dalam perspektif *Agency Theory*, perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya mempunyai sistem pengendalian internal yang lebih baik, sumber daya yang lebih memadai, serta akses pendanaan yang lebih luas. Kondisi tersebut memungkinkan manajemen mengelola perusahaan secara lebih efektif sehingga dapat mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan yang umumnya diukur menggunakan total aset. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam mendukung aktivitas operasional, melakukan investasi, serta meningkatkan efisiensi bisnis. Dengan demikian, perusahaan yang berukuran besar diperkirakan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghasilkan kinerja dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Penelitian Paramitha dan Idayati (2020), Meirianto dan Panjaitan (2012), serta Daud *et al.* (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menduga bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut *Agency Theory*, asimetri informasi antara principal dan agent memberikan peluang bagi manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba demi memenuhi kepentingannya sendiri. Praktik tersebut dapat menyebabkan informasi keuangan yang disampaikan kepada pemegang saham tidak mencerminkan kondisi perusahaan yang sebenarnya sehingga berpotensi memengaruhi penilaian terhadap kinerja perusahaan.

Manajemen laba yang dilakukan secara oportunistis dapat menurunkan kualitas laporan keuangan, mengurangi kepercayaan investor, serta menyebabkan pengambilan keputusan yang kurang tepat. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat berdampak pada penurunan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi praktik manajemen laba, semakin rendah kualitas kinerja perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan.

Penelitian Santoso *et al.* (2017) dan Prasetyo *et al.* (2017) menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini menduga bahwa manajemen laba memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan.

H3: Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang memanfaatkan data berbentuk angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji pengaruh strategi bisnis, ukuran perusahaan, dan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan (Sugiyono, 2019). Karena penelitian ini, peneliti akan mengetahui bagaimana faktor dependen dan independen saling berhubungan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan (*firm performance*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber daya secara efektif selama periode tertentu. Faktor independennya adalah rencana bisnis, ukuran perusahaan, dan bagaimana laba dikelola. Laporan tahunan perusahaan industri dalam Bursa Efek Indonesia dari tahun 2021 hingga 2023 digunakan sebagai data sekunder untuk penelitian ini.

Sebanyak 213 industri digunakan pada Bursa Efek Indonesia antara tahun 2021 sampai 2023. Menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih sampel yang menghasilkan 32 perusahaan dengan standar dan pedoman yang telah ditetapkan. Jumlahnya adalah 96 perusahaan selama tiga tahun.

Dokumentasi digunakan sebagai metode pengumpulan data, yang berarti mengumpulkan, menulis, dan memeriksa data sekunder. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 23.0 untuk melakukan analisis kluster (*Cluster Analysis*), pengujian statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, pengujian regresi linier berganda, pengujian kesesuaian model, dan pengujian hipotesis pada data.

Hasil dan Diskusi

Analisis Kluster (*Cluster Analysis*)

Tabel 1: Analisis Cluster

	Cluster 1	Cluster 2
EMSAL	4,77	-1,08
CAPTA	-0,36	0,56
DPR	-0,61	4,49

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Tabel 1 menunjukkan bahwa 3 dari perusahaan sampel berada di kluster-1, yang terdiri dari perusahaan dengan strategi Defender, dan 29 berada di kluster-2, yang terdiri dari perusahaan dengan strategi Prospector. Untuk mengetahui kluster mana yang merupakan kluster 1 dan 2.

Tabel 2: Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi Bisnis	96	0,00	1,00	0,906	0,293
Manajemen Laba	96	-0,17	0,52	0,004	0,076
Ukuran Perusahaan	96	13,80	20,80	16,146	1,911
Kinerja Perusahaan	96	-0,14	0,53	0,100	0,087
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 2, variabel Strategi Bisnis (X1) memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 0,9063, yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan sampel menerapkan strategi bisnis dengan kategori bernilai 1 sesuai pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Nilai minimum sebesar 0,00 dan maksimum 1,00 menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang berada pada kedua kategori strategi bisnis. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 0,29301 mengindikasikan bahwa penyebaran data relatif rendah sehingga karakteristik strategi bisnis antarperusahaan cenderung homogen.

Variabel Ukuran Perusahaan (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 16,1460, dengan nilai minimum 13,80 dan maksimum 20,80. Hal ini menunjukkan adanya variasi ukuran perusahaan dalam sampel penelitian. Nilai standar deviasi sebesar 1,91187 yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa data ukuran perusahaan relatif terkonsentrasi di sekitar nilai rata-ratanya.

Variabel Manajemen Laba (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0041, yang menunjukkan bahwa secara umum praktik manajemen laba pada perusahaan sampel relatif rendah. Nilai minimum sebesar -0,17 dan maksimum 0,52 menunjukkan adanya perusahaan yang melakukan penurunan maupun peningkatan laba melalui praktik manajemen laba. Nilai standar deviasi sebesar 0,07604 mengindikasikan bahwa penyebaran data manajemen laba relatif kecil sehingga variasi antarperusahaan tidak terlalu besar.

Variabel Kinerja Perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1004, yang menunjukkan bahwa perusahaan sampel secara rata-rata mampu menghasilkan tingkat kinerja perusahaan sebesar 10,04% berdasarkan proksi yang digunakan dalam penelitian. Nilai minimum sebesar -0,14 menunjukkan terdapat perusahaan yang mengalami kinerja negatif, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,53 menunjukkan adanya perusahaan dengan tingkat kinerja yang relatif

tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 0,08756 yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data kinerja perusahaan memiliki penyebaran yang relatif rendah sehingga tidak terdapat perbedaan yang terlalu besar antarperusahaan sampel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3: Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	11
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200d

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Pada Tabel 3, nilai sig. (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa data yang diujikan terdistribusi secara normal dan telah memenuhi uji asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4: Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF
1	0,975	1,025	0,00
	0,985	1,015	-0,17
	0,987	1,014	13,80

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa setiap variabel independen (nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10). Dengan demikian, penelitian ini dinyatakan layak digunakan dan dapat dilaksanakan pengujian lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Strategi Bisnis	0,085	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,226	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Manajemen Laba	0,895	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Pada Tabel 5, seluruh variabel independen memiliki nilai sig. (lebih dari 0,05 ($X > 0,05$)), Oleh karena itu, model regresi penelitian ini dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6: Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,368a	0,136	0,043	0,03379	1,754

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Dari hasil Tabel 6, perhitungan autokorelasi yaitu $dU < d < 4-dU$ dimana $1.6505 < 1,754 < 2,3495$ sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian ini bebas dari gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	Strategi Bisnis	0,140	0,028
	Ukuran Perusahaan	-0,092	0,026
	Manajemen Laba	0,012	0,011

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 7, koefisien yang diinterpretasikan adalah nilai pada kolom B yang menunjukkan konstanta (a) dan kolom berikutnya menunjukkan konstanta setiap variabel independen. Persamaan regresi linear berganda untuk penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,140 - (0,092X_1) + (0,012X_2) + (0,074X_3) + \epsilon$$

Dari persamaan tersebut, maka didapatkan uraian sebagai berikut. Terdapat angka positif 0,140 untuk koefisien regresi konstanta (*intercept*). Ini berarti bahwa angka Kinerja Perusahaan sekitar 0,140 jika semua faktor independen (Strategi Bisnis, Ukuran Perusahaan, dan Manajemen Laba) dianggap nol.

Strategi Bisnis memiliki koefisien regresi -0,092, yang berarti angka negatif. Tampaknya hubungan antara Strategi Bisnis dan Kinerja Perusahaan tidak searah. Ini berarti bahwa Kinerja Perusahaan akan turun sebesar 0,092 jika variabel Strategi Bisnis naik satu unit dan faktor lainnya (Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba) tetap sama.

Hasil regresi untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,012, yang bernilai plus satu. Dinyatakan hubungan antara ukuran perusahaan dan kinerjanya searah. Ini berarti bahwa Kinerja Perusahaan akan naik sebesar 0,012 jika Ukuran Perusahaan naik 1 unit dan semua faktor lainnya tetap sama.

Terdapat nilai positif sebesar 0,074 untuk variabel Manajemen Laba dalam koefisien regresi. Ini menunjukkan bahwa hanya ada satu cara bagi Manajemen Laba untuk memengaruhi Kinerja Perusahaan. Artinya, Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,074 jika metode Manajemen Laba meningkat satu unit dan semua faktor lainnya tetap sama.

Uji Kesesuaian Model

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Adjusted R Square adalah 0,043, yaitu 4,3%, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6. Artinya, Strategi Bisnis, Ukuran Perusahaan, dan Manajemen Laba, yang merupakan variabel independen, dapat menjelaskan 4,3% dari Kinerja Perusahaan, yang merupakan variabel dependen. Selain itu, 95,7% dipengaruhi oleh hal-hal yang belum ditemukan dalam penelitian ini.

Uji Statistik F

Pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya $0,007 < 0,05$ dan nilai F Tabel sebesar 4,918 sehingga $F \text{ Tabel} < F \text{ Hitung} = 4,918 < 2,946$. Maka dinyatakan bahwa penelitian ini layak digunakan dan terdapat pengaruh (dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen)

Tabel 8: Hasil Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square
1	Regression	0,054	3	0,018
	Residual	0,103	28	0,004
	Total	0,157	31	

Sumber: Data output SPSS (2026)

Pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya $0,007 < 0,05$ dan nilai F Tabel sebesar 4,918 sehingga $F \text{ Tabel} < F \text{ Hitung} = 4,918 < 2,946$. Maka dinyatakan bahwa penelitian ini layak digunakan dan terdapat pengaruh (dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen).

Uji Hipotesis

Uji Statistik t

Tabel 9: Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,140	0,028		4,959	<0,001		
Strategi Bisnis	-0,092	0,026	-0,545	-3,522	0,001	0,975	1,025
Ukuran Perusahaan	0,012	0,011	0,171	1,109	0,277	0,985	1,015
Manajemen Laba	0,074	0,188	0,061	0,396	0,695	0,987	1,014

Sumber: Data Output SPSS (2026)

Untuk variabel independen, rencana bisnis, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 10 $0,001 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa rencana perusahaan memengaruhi seberapa baik kinerja perusahaan, sehingga H1 terdukung dalam penelitian ini. Variabel independen ukuran perusahaan $0,277 > 0,05$. Hal tersebut memperlihatkan bahwa kinerja perusahaan tidak dipengaruhi oleh strategi bisnis, sehingga H2 ditolak dalam penelitian ini. Variabel independen manajemen laba $0,695 > 0,05$. Hal tersebut memperlihatkan bahwa manajemen laba tidak dipengaruhi oleh manajemen laba, sehingga H3 ditolak dalam penelitian ini.

Diskusi

Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan (H1)

Pada Tabel 9, menurut uji t signifikansi strategi bisnis yaitu $0,001 < 0,05$, strategi bisnis perusahaan (X1) berpengaruh besar terhadap kinerja perusahaan, terutama jika memiliki strategi pertahanan, karena strategi ini cenderung berkinerja lebih baik (seperti yang ditunjukkan oleh ROA) daripada perusahaan dengan strategi *prospector*. Sejalan dengan teori keagenan, strategi yang berfokus pada efisiensi dan kontrol (pertahanan) dapat membantu menyelaraskan tujuan agen dan *principal*, supaya kinerja perusahaan lebih baik. Bisnis yang menggunakan strategi bisnis, terutama tipe pertahanan (*defender*), berkinerja jauh lebih baik daripada bisnis yang tidak menggunakannya. Menurut teori keagenan, diyakini bahwa manajer dan pemilik dapat mengalami lebih sedikit konflik kepentingan ketika terdapat sistem pengendalian internal yang kuat dan organisasi beroperasi secara efisien.

Penelitian ini didukung oleh Puspita (2018) yang menemukan bahwa rencana bisnis memengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu, konsep keunggulan bersaing Porter (1998) tentang keunggulan kompetitif juga menunjukkan betapa pentingnya strategi bisnis untuk membangun keunggulan kompetitif, yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Begitupun dengan hasil penelitian Natapermana *et al.* (2019) juga menemukan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (H2)

Pada Tabel 9, menurut uji t signifikansi ukuran perusahaan $0,277 > 0,05$. Ini berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dan kesuksesan. Hal ini bertentangan dengan beberapa hal yang dikatakan teori agensi karena menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar lebih baik dalam menangani masalah agensi. Tetapi teori agensi juga mengatakan bahwa jika bisnis besar tidak dapat menangani kompleksitas dan informasi yang tidak merata dengan baik, hal itu dapat merugikan kinerja dan efisiensi mereka. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh besar terhadap kinerjanya. Dalam perspektif *Agency Theory*, besarnya ukuran perusahaan tidak menjamin tercapainya kinerja perusahaan yang optimal. Hal tersebut disebabkan oleh semakin kompleksnya struktur organisasi dan pengelolaan sumber daya pada perusahaan berukuran besar, sehingga apabila manajemen tidak mampu menjalankan fungsi pengawasan dan pengendalian secara efektif, potensi konflik keagenan akan meningkat dan dapat menghambat pencapaian kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Yus Epi (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besarnya ukuran perusahaan tidak secara otomatis meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam perspektif *Agency Theory*, perusahaan yang berukuran besar memiliki kompleksitas pengelolaan yang lebih tinggi sehingga peningkatan aset tidak akan berdampak pada kinerja apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan dan pengendalian yang efektif. Sebaliknya, hasil penelitian ini bertentangan dengan Prijanto *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan berukuran besar cenderung memiliki sumber daya dan akses pendanaan yang lebih baik sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan (H3)

Pada Tabel 9, menurut uji t signifikansi manajemen laba $0,695 > 0,05$, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara manajemen laba dan kinerja perusahaan. Dalam teori agensi, di sisi lain, manajemen pendapatan dianggap buruk karena dapat menyebabkan kecurangan, yang merugikan kinerja. Namun, hasil ini masih baik, karena tidak semua manajemen laba dilakukan untuk menghasilkan uang, dan bisnis dengan pengembalian aset (ROA) yang tinggi cenderung tidak melakukannya karena mereka tidak perlu. Manajemen laba tidak memiliki pengaruh besar terhadap kinerja perusahaan. Dalam hal teori agensi, ini bisa berarti bahwa pengetahuan yang tidak merata dan kemungkinan manipulasi hasil tidak selalu merugikan kinerja, terutama jika perusahaan sudah berkinerja baik dan memiliki sistem pengendalian yang baik.

Hasil ini didukung oleh Meirianto & Panjaitan (2019) yang menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memengaruhi kesuksesan perusahaan, yang mendukung hasil ini. Ini berarti bahwa

pengendalian pendapatan dimungkinkan hingga batas tertentu dan tidak memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan keuangan secara keseluruhan.

Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

Analisis penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi bisnis yang lebih agresif (*prospector*) cenderung memiliki kinerja yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang menerapkan strategi defensif (*defender*). Strategi *defender* yang menitikberatkan pada efisiensi operasional, pengendalian biaya, dan stabilitas terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Sementara itu, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Meskipun secara teoritis perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing dan memperoleh sumber daya yang lebih besar, hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan belum tentu diikuti oleh peningkatan kinerja apabila perusahaan belum mampu mengelola ekspansi secara efektif. Selain itu, manajemen laba juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan tidak cukup kuat untuk memengaruhi kinerja keuangan secara keseluruhan. Berdasarkan perspektif teori keagenan, hasil ini mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba tidak selalu bersifat oportunis ataupun berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023 sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada sektor industri lainnya. Kedua, pengukuran kinerja perusahaan hanya menggunakan *Return on Assets* (ROA), sehingga belum mampu menggambarkan kinerja perusahaan secara lebih komprehensif. Ketiga, variabel independen yang digunakan masih terbatas pada strategi bisnis, pertumbuhan perusahaan, dan manajemen laba, sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi kinerja perusahaan namun belum dimasukkan ke dalam model penelitian.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel dengan melibatkan sektor industri lain serta memperpanjang periode pengamatan agar menghasilkan temuan yang lebih representatif. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain, seperti tata kelola perusahaan (*corporate governance*), inovasi, struktur kepemilikan, atau kualitas audit, yang diduga turut memengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu, pengukuran kinerja perusahaan dapat menggunakan indikator lain, seperti *Return on Equity* (ROE), Tobin's Q, atau *Price to Book Value* (PBV), sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kinerja perusahaan. Bagi praktisi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan strategi bisnis yang tepat, khususnya strategi yang berorientasi pada efisiensi dan stabilitas, lebih penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dibandingkan hanya mengandalkan pertumbuhan perusahaan atau praktik manajemen laba.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, atas dukungan akademik yang diberikan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan masukan, dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian penelitian ini, serta kepada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah menyediakan akses terhadap data yang digunakan dalam penelitian. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang akuntansi dan manajemen keuangan.

Referensi

- Arieftiara, D., Utama, S., Wardhani, R., & Rahayu, N. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris di Indonesia. *Simposium Akuntansi Nasional*, 18(18), 1–27. <https://www.researchgate.net/profile/Dianwicakasih-Arieftiara/publication/334762639>
- Bentley, K. A., Omer, T. C., & Sharp, N. Y. (2013). Business Strategy, Financial Reporting Irregularities, and Audit Effort. *Contemporary Accounting Research*, 30(2), 780–817. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2012.01174.x>
- Daud, D., Askandar, N. S., & Junaidi, J. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Manajemen Laba dengan Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(1), 1–16. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/download/7434/5931>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). Principles of Managerial Finance. In *Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company* (14th ed.). Pearson.
- Habbe, A. H., & Hartono, J. (2001). Studi Terhadap Pengukuran Kinerja Akuntansi Perusahaan *Prospector* dan *Defender*, dan Hubungannya dengan Harga Saham: Analisis dengan Pendekatan Life Cycle Theory. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 4(1), 111–132. <https://doi.org/10.33312/ijar.54>
- Hambrick, D. C. (1983). Some Tests of The Effectiveness and Functional Attributes of Miles And Snow's Strategic Types. *Academy of Management Journal*, 26(1), 5–26. <https://doi.org/10.5465/256132>
- Hidayat, A. A., Juanda, A., & Jati, A. W. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(2), 145–154. <https://doi.org/10.22219/jaa.v2i2.10511>
- Jensen, M., C & Meckling, W., H. (1976). Theory of The Firm : Managerial Behavior , Agency Costs dnd Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., Warfield, T. D., Wiecek, I. M., & McConomy, B. J. (2019). *Intermediate Accounting Volume 1*. John Wiley & Sonc, Inc.

- Miles, R., Snow, C., Meyer, A., & Coleman, H. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *Academy of Management Review*. *Academy of Management*, 3(3), 546–562. <https://doi.org/10.5465/AMR.1978.4305755>
- Natapermana, I. L., Yadiati, W., & Nurhayati, E. (2020). Pengaruh Implementasi Good Corporate Governance dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus BUMN di Indonesia Tahun 2013-2018. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 153–172. <https://doi.org/0.30588/jmp.v9i2.579>
- Nyberg, A. J., Fulmer, I. S., Gerhart, B., & Carpenter, M. A. (2010). Agency Theory Revisited: CEO Return and Shareholder Interest Alignment. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1029–1049. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.54533188>
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2), 1–18. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2801>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Puspita, A. M. (2018). *Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Lampung.
- Ralahallo, F. N. (2012). Generic Competitive Strategy. *Jurnal Benchmark*, 1(1), 51–60. https://ejournal.unpatti.ac.id/ppr_pa_perinfo_ink.php?id=903
- Revindaliza, R. R. (2021). *Pengaruh Strategi Bisnis dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2016–2018)*. Universitas Islam Indonesia.
- Scott, W. R. (2012). *Financial Accounting Theory* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Simamora, H. (2000). *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Salemba Empat.
- Simons, R. (1987). Accounting Control Systems and Business Strategy: An Empirical Analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), 357–374. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(87\)90024-9](https://doi.org/10.1016/0361-3682(87)90024-9)