

ANGGOTA REDAKSI

PELINDUNG

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
(Drs. Raswan Udjang, M.Si)

PEMIMPIN REDAKSI

M.I. Andriani Novitasari, SE, M.Si

SEKRETARIS REDAKSI

Rochmad Bayu Utomo, SE, M.Si, Ak, CA
Zaenal Wafa, M. Kom

DEWAN REDAKSI

Dr. Greg Shailer, BCom., MCom., FCPA. (The Australian National University Canberra)
Dr. Harun Harun, M.Acc, CA (University of Canberra)
Prof. Dr. Indra Bastian, MBA, CMA., Akt (Universitas Gadjah Mada Yogyakarta)
Dr. Sri Suryaningsum, MS.i, Ak, CA (Universitas Pembangunan Nasional Veteran)
Wisnu Haryo Pramudya, SE, M.Si, Ak, CA (Akademi Akuntansi YKPN)
Tutut Dewi Astuti, SE, M.Si, Ak, CA (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
Nugraeni, SE, M.Sc (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
Endang Sri Utami, SE, M.Si, Ak, CA (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
Hasim As'ari, SE, MM (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
M. Budiantara, SE, M.Si, Ak, CA (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
Mushawir, M.Si (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)

ADMINISTRASI DAN SIRKULASI

Nur Iksan, S. Pd
Anis Suci Wulandari, S. Pd

ALAMAT REDAKSI

Pusat Pengembangan Akuntansi
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Jalan Wates km. 10
Yogyakarta 55753
Telpon (0274) 6498212 pesawat 145
Fax (0274) 6498213

<http://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/>

Email: jurnal.umby@gmail.com

Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana (JRAMB) diterbitkan oleh Unit Publikasi Ilmiah & HaKI Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dimaksudkan sebagai media pertukaran informasi dan hasil penelitian antara staf pengajar, alumni, mahasiswa.

JRAMB terbit dua kali setahun.

Redaksi menerima naskah yang belum pernah dipublikasikan. Pedoman penulisan naskah untuk JRAMB tercantum pada bagian akhir jurnal ini.

Surat-menyurat mengenai artikel yang akan diterbitkan, langganan, keagenan dll, dialamatkan langsung ke alamat redaksi.



**JURNAL RISET AKUNTANSI MERCU BUANA (JRAMB)
Pusat Pengembangan Akuntansi
Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

Sekretariat: Jalan Wates Km. 10 Yogyakarta,
telpon (0274) 6498212 pesawat 144
email: jurnal.umby@gmail.com
web: www.mercubuana-yogya.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya kami bisa menyelesaikan Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana Edisi Volume 1 Nomor 2 Tahun 2015.

Redaksi mengucapkan terima kasih kepada semua rekan dosen yang telah mengirimkan tulisanya untuk edisi JRAMB kali ini, khususnya kepada para rekan dosen dari Universitas Mataram atas Partisipasinya.

Semoga JRAMB Volume Nomor 2 Tahun 2016 ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat dan bermanfaat untuk pengembangan wawasan dan peningkatan ilmu pengetahuan bagi kita semua, Amin

Yogyakarta, 30 November 2015
Redaksi JRAMB

DAFTAR ISI

Anggota Redaksi	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
ANALISIS PENGARUH RESTRUKTURISASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus PT. Elnusa, Tbk) Hasim As'ari.....	88-112
DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA (ANALISIS SEBELUM DAN SESUDAH ADOPTSI IFRS) Agus Khazin Fauzi' Endar Pituringsih dan Biana Adha Inapty.....	113-137
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PROSPECTOR DAN DEFENDER (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2012) Erina Sudaryati.....	138-164
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN TERHADAP ANGGARAN BERBASIS KINERJA PADA BLU UNIVERSITAS MATARAM Sri Wahyulina' Hermanto dan Biana Adha Inapty.....	165-189
PENGARUH <i>PRICE EARNING RATIO</i> DAN <i>PRICE TO BOOK VALUE</i> TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN ASURANSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2012 Bayu Rochmad.....	190-227
REAKSI PASAR ATAS PERUBAHAN SATUAN PERDAGANGAN DAN FRAKSI HARGADI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2014 (Studi pada Sepuluh Sektor Industri di BEI tahun 2014) Damper Dwijo Siswoyo dan Endang Sri Utami.....	228-252
ANALISIS PENGARUH CURRENT RATIO, DEBT EQUITY RATIO, EARNING PER SHARE, KURS DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI LQ45 Ibrahim Nurdin.....	253-282

**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN *PROSPECTOR* DAN *DEFENDER*
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode Tahun 2010-2012)**

Erina Sudaryati¹, Farida Amelia²

^{1,2}Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

¹email : erina_unair@yahoo.com

²email : faridamelia47@gmail.com

ABSTRAK

Dalam kondisi yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Strategi Miles dan Snow membagi perusahaan menjadi empat jenis, yaitu prospektor, defender, analisa dan reaksi, dengan prospektor dan defender sebagai dua ekstrem strategies. Penentuan strategi tersebut akan berdampak pada kinerja perusahaan, terutama kinerja keuangan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris perbedaan kinerja keuangan antara prospektor dan defender perusahaan. Kinerja keuangan diukur dengan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan, rasio pembayaran dividen, dan laba atas investasi. Pemilihan pasti antara prospektor dan defender perusahaan menggunakan 3 (tiga) variabel kontrol adalah pertumbuhan karyawan terhadap total penjualan bersih (EMPSAL), harga untuk rasio nilai buku (PBV), dan belanja modal terhadap total aset (CAPTA). Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010 untuk 2012 yang jumlah penduduk yang digunakan adalah 136 perusahaan. Sampel dikumpulkan dengan menggunakan metode purposive sampling. Pemilihan jenis sampel prospektor dan defender dianalisis menggunakan analisis cluster dari tiga variabel yang ada. data kinerja keuangan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan uji Mann-Whitney dengan bantuan software SPSS 17.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 38 perusahaan menjadi sampel, 21 perusahaan dikategorikan sebagai penambang dan 17 perusahaan dikategorikan sebagai pembela. Rata-rata penjualan dan pertumbuhan pendapatan perusahaan prospektor lebih tinggi daripada perusahaan bek, hasilnya adalah signifikan. Rasio pembayaran dividen dan Return On Investment perusahaan prospektor lebih kecil dari perusahaan bek, hasilnya adalah signifikan.

Kata kunci : Prospector dan Defender, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Pembayaran Dividen, Return On Investment.

ABSTRACT:

In an increasingly competitive conditions, companies are required to develop strategies to create competitive advantage. Miles and Snow divide firm's strategy into four types, which are prospector, defender, analyzer and reaction, with prospector and defender as the two extremes strategies. The determination of the company's strategy

both prospector and defender will have an impact on corporate performance, especially the company's financial performance.

The objectives of this research are to empirically examine the differences in financial performance between prospector and defender firms. Financial performance are measured by sales growth, income growth, dividend payout ratio, and return on investment.

The definite selection between prospector and defender firms using 3 (three) control variables are employee growth to total net sales ratio (EMPSAL), price to book value ratio (PBV), and capital expenditure to total asset (CAPTA).

Population of this research are the manufacturing firms listed in Indonesian Stock Exchange in 2010 to 2012 which number of population that used were 136 firms. The samples are collected using purposive sampling method. Selection of sample types prospector and defender analyzed using cluster analysis of the three variables that exist. Financial performance data in this study were analyzed using Mann-Whitney test with the help of software SPSS 17.0.

The result of this research show that 38 firms become the samples, 21 firms are categorized as prospectors and 17 firm are categorized as defenders. Average sales and income growth of prospector firms are higher than defender firms, the result is significant. Dividend payout ratio and Return On Investment of prospector firms are smaller than defender firms, the result is significant.

Keywords: *Prospector and Defender, Sales Growth, Income Growth, Dividend Payout, Return On Investment.*

PENDAHULUAN

Kondisi bisnis yang kompetitif, menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi keunggulan bersaing. Pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan untuk pembelinya. Salah satu faktor terpenting bagi keberhasilan suatu perusahaan adalah menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan. Persaingan perusahaan untuk berprestasi atau mencapai kinerja yang tinggi dengan menerapkan strategi, bertujuan

mencapai posisi yang menguntungkan dan kuat untuk membendung persaingan dalam industri.

Miles dan Snow (1978) membagi empat tipologi strategi perusahaan, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reaction*. Keduanya mengartikan *prospector* dan *defender* sebagai strategi yang ekstrim berbeda. *Prospector* merupakan strategi yang mengidentifikasi dan mengembangkan produk baru serta memanfaatkan peluang pasar, sedangkan *defender* adalah strategi yang cenderung mempertahankan pasar yang telah dicapai dan produk yang stabil dengan

harga yang murah (*low cost leadership*). Olson, *et al.* (2005) memakai tipologi strategi yang sedikit berbeda dengan Miles dan Snow (1978). Olson (2005) membagi strategi *defender* menjadi dua macam, yaitu *low cost defender* dan *differentiated defender*. *Low cost defender* adalah organisasi yang berusaha untuk mempertahankan daerahnya relatif stabil dan memfokuskan pada produk atau jasa secara efisien. Bisnis ini secara umum berfokus pada peningkatan pembagian pasar yang ada dengan menyediakan produk pada harga yang terbaik. *Differentiated defender* adalah organisasi yang berusaha untuk mempertahankan daerahnya relatif stabil dan memfokuskan pada penyediaan tingkat jasa yang superior atau produk yang berkualitas. Bisnis ini secara umum menetapkan harga secara khusus lebih tinggi dari harga rata-rata industri.

Penentuan kebijakan strategi yang dijalankan perusahaan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan. Menurut Day dan Wensley (dalam Hoffman, 2000), keunggulan bersaing merupakan bentuk strategi untuk membantu

perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan. Terdapat beberapa kriteria dalam menilai suatu kinerja perusahaan yang disampaikan dalam berbagai literatur. Kriteria tersebut meliputi operasional maupun keuangan. Kinerja perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Pengukuran kinerja keuangan mengacu pada pengukuran yang dipakai oleh Anthony dan Ramesh (1992) yaitu: pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, *dividend payout*, dan *return on investment*. Pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba digunakan untuk mengetahui bagaimana kondisi laba dan penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Pertumbuhan penjualan merupakan sumber pertumbuhan pangsa pasar (Hitt, 2001). *Dividend payout* digunakan untuk mengetahui seberapa besar laba yang dibagikan oleh perusahaan kepada penanam

modal. Sedangkan *return on investment* (ROI) digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian atas modal yang telah diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba bersih perusahaan.

Beberapa penelitian di Indonesia yang terkait dengan strategi bisnis yang dikemukakan oleh Miles dan Snow (1978) yaitu: perusahaan *prospector* dan *defender* yang dihubungkan dengan kinerja keuangan perusahaan menunjukkan adanya keanekaragaman hasil. Habbe dan Hartono (2001) melakukan penelitian tentang kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender*. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan dan laba perusahaan *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan bertipologi *defender*. Akan tetapi, rata-rata *dividend payout ratio* kedua tipologi perusahaan tidak berbeda secara signifikan.

Saraswati dan Atmini (2007) melakukan penelitian tentang kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender* untuk melihat perbedaan reaksi pasar. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan dan rata-rata

pertumbuhan laba perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* tidak berbeda (tidak signifikan). Hasil penelitian Saraswati dan Atmini (2007) membuktikan rata-rata *dividend payout ratio* perusahaan *defender* lebih besar daripada perusahaan *prospector*.

Aulia (2010) melakukan penelitian tentang reaksi pasar terhadap pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender* dengan pendekatan siklus hidup produk. Pengukuran kinerja akuntansi yang dilakukan oleh Aulia adalah pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *dividend payout ratio*, dan *return on investment* (ROI). Hasil penelitiannya membuktikan bahwa rata-rata pertumbuhan laba dan pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* berbeda (signifikan), Hasil penelitian Aulia menunjukkan rata-rata *dividend payout ratio* perusahaan *defender* lebih besar daripada perusahaan *prospector*, sedangkan rata-rata *return on investment* perusahaan *prospector* tidak berbeda secara signifikan dengan perusahaan *defender*.

Berdasarkan uraian yang sudah diungkapkan, maka penulis tertarik

untuk meneliti tipologi strategi pada perusahaan manufaktur yang *listed* di BEI dan membedakan kinerja keuangan dari masing-masing perusahaan yang memilih suatu tipologi. Penelitian ini akan mengelompokkan perusahaan pada tipologi *prospector* dan *defender* saja karena tipologi *analyzer* dan *reactor* akan mengikuti dua tipologi lainnya yang mendekati. Miles dan Snow (1978) mengatakan bahwa perusahaan dengan tipologi *analyzer* senantiasa memperhatikan kompetitornya secara seksama dan mengadopsi ide-ide yang paling menguntungkan dan menjanjikan dari perusahaan *prospector* dan *defender*, sedangkan perusahaan dengan tipologi *reactor* adalah perusahaan yang jarang melakukan respon pasar terhadap perubahan-perubahan yang ada sehingga tipologi ini jarang sekali digunakan sebagai strategi bersaing perusahaan (Miles dan Snow, 1978; Matsuno dan Mentzer, 2000).

TINJAUAN PUSTAKA

Keunggulan Bersaing

Menurut Day dan Wensley (dalam Hoffman, 2000), keunggulan

bersaing merupakan bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pendapat tersebut didukung oleh Ferdinand (2003) yang menyatakan bahwa pada pasar yang bersaing, kemampuan perusahaan menghasilkan kinerja, terutama kinerja keuangan, sangat bergantung pada derajat keunggulan kompetitifnya. Untuk melanggengkan keberadaannya, keunggulan bersaing perusahaan tersebut juga harus berkelanjutan (*sustainable*) karena pada dasarnya perusahaan ingin melanggengkan keberadaannya.

Strategi Bisnis

Strategi merupakan alat bersaing yang perlu dimiliki oleh perusahaan dimana dalam penerapannya memerlukan perencanaan, pengkoordinasian, pengawasan serta pengevaluasian yang kuat dan akurat sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Penerapan strategi khususnya pada level bisnis merupakan pekerjaan yang memerlukan tantangan besar karena seringkali penerapan strategi bisnis ini tidak mampu mengimbangi

pencapaian sasaran yang diharapkan. Menurut Rangkuti (2006:7), strategi bisnis adalah strategi fungsional yang berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi- strategi yang berhubungan dengan keuangan dari suatu bisnis. Menurut Ward dan Peppard (2002:69), strategi bisnis adalah sekumpulan tindakan terintegrasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi para pesaing.

Penerapan strategi bisnis merupakan tugas penting bagi manajerial dalam mencapai kesuksesan organisasi. Tugas manajerial dalam menerapkan dan melaksanakan pilihan strategi ini memerlukan penilaian yang akan mengembangkan kebutuhan kemampuan organisasi dan pencapaian sasaran yang ditargetkan (Thompson dan Strickland, 2003). Pilihan strategi yang tepat akan menciptakan kinerja yang superior bagi organisasi. Pilihan strategi ini menjadi bagian yang perlu diperhatikan dalam penciptaan nilai bagi konsumen dan menghasilkan

keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Porter, 1980). Strategi yang diterapkan harus sesuai dengan *core competencies* yang dimiliki serta kondisi eksternal perusahaan.

Prospector dan Defender

Prospector dan *defender* merupakan tipologi organisasi yang berada pada dua titik ekstrim yang berbeda. Karakter dan strategi dari kedua tipologi tersebut sangat bertolak belakang (Habbe dan Hartono, 2001). Kim Langfield dan Smith (1997) dalam Juanda (2008) menyatakan bahwa terdapat gambaran yang saling berlawanan tentang sifat dan peran sistem pengendalian dalam strategi yang dikaitkan dengan strategi *prospector* dan strategi *defender*.

Perusahaan bertipologi *prospector* sebagai perusahaan yang mempunyai kesulitan mengimplementasi sistem perencanaan komprehensif sebagai akibat dari tuntutan yang berubah dari lingkungan mereka. Sistem pengendalian lebih memfokuskan pada *problem finding* dibanding *problem solving*, dan proses maupun struktur yang fleksibel akan membantu organisasi untuk merespon perubahan lingkungan yang cepat.

Perusahaan dengan tipe strategi *prospector* beroperasi pada lingkungan bisnis yang kurang stabil, mencari kesempatan pasar baru dan inovasi produk, dan cenderung untuk mengembangkan sistem pengendalian yang fleksibel dan memberikan lingkup yang lebih luas untuk komunikasi informal.

Perusahaan *prospector* dalam melakukan persaingan lebih mengutamakan aspek produk sebagai senjata atau *competitive advantages*, sehingga nampak pada perusahaan *prospector* lebih memiliki karakter inovasi produk-produk baru, variasi dan diversifikasi produk sehingga pengeluaran riset dan pengembangan (R&D), serta *capital expenditure* perusahaan *prospector* relatif lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan *defender* (Ittner, et al. 1997).

Karakter lainnya dalam strategi *prospector* adalah pengejaran pertumbuhan penjualan dan peningkatan pangsa pasar. Karena dengan adanya produk-produk baru serta variasi produk tersebut akan membuka peluang pasar baru yang berkonsentrasi pada peningkatan penjualan dan pangsa pasar. Miles dan

Snow (1978) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengemukakan bahwa ada dua karakteristik pertumbuhan tipologi *prospector*, yaitu pertumbuhan sebagai hasil dari lokasi pasar baru dan pengembangan produk dan pertumbuhan dalam arti *rate of growth* yang tinggi.

Sedangkan perusahaan *defender* tidak secara cepat beradaptasi dengan lingkungan eksternalnya, sehingga perusahaan ini tidak menerapkan *first to market* sebagaimana perusahaan bertipologi *prospector* (Ittner, et al. 1997). Perusahaan yang termasuk katagori *defender* adalah perusahaan yang berusaha menempatkan dan mengelola pasar yang aman dengan produk yang relatif lebih stabil atau area jasa. Mereka mencoba untuk melindungi domain produknya dengan menawarkan kualitas yang lebih tinggi, jasa yang superior atau harga yang lebih rendah. Mereka cenderung mengabaikan perubahan industri yang tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap area operasi perusahaan saat ini, serta mempunyai produk terbatas dan kurang melakukan pengembangan produk atau pasar.

Perusahaan yang menerapkan strategi *defender* biasanya lebih

menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih rendah dari pesaingnya. Penekanan pada efisiensi terlihat pada pengontrolan biaya secara ketat, misalnya biaya-biaya riset dan pengembangan, pelayanan, dan biaya promosi diminimalisir, pencapaian *economic of scale production*, untuk mendapatkan kos per unit yang rendah (Porter, 1980).

Karakter lainnya dalam strategi *defender* adalah memperoleh keuntungan terbanyak dalam *return on investment* (ROI) dan *dividen payout ratio*. Dengan adanya penekanan pada efisiensi dan kos rendah, maka biaya-biaya investasi akan menjadi lebih rendah sehingga perusahaan dapat mulai memanen hasil dari investasi yang ditanamkan serta memberikan imbal hasil kepada investor atas investasi yang ditanamkan (Matsuno dan Metzner, 2000, Ittner *et al*, 1997).

Kinerja Keuangan

Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimanapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.

Selain itu, tujuan pokok penilaian kinerja adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diharapkan. Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan. Terdapat beberapa kriteria dalam menilai suatu kinerja perusahaan yang disampaikan dalam berbagai literatur. Kriteria tersebut meliputi operasional maupun keuangan (Suta, 2007:12). Pengukuran kinerja keuangan bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai tampilan kondisi *financial* perusahaan selama waktu tertentu. Pengukuran kinerja keuangan menurut Hongren (2007:372) mempunyai tujuan untuk mengukur kinerja bisnis dan manajemen dibandingkan dengan sasaran perusahaan.

Hipotesis

Miles dan Snow (1978) menyatakan bahwa perusahaan *prospector* selalu melakukan inovasi

produk baru, meningkatkan pangsa pasar dan memanfaatkan peluang pasar. Matsuno dan Mentzer (2000) menyatakan bahwa perusahaan *prospector* mempunyai keuntungan lebih besar dibandingkan perusahaan *defender* dalam *market share*, *sales growth*, dan prosentase penjualan produk baru. Hal ini disebabkan perusahaan *prospector* senantiasa melakukan pengembangan produk dan pasar baru sehingga dalam jangka pendek penjualan produk akan meningkat seiring dengan belum adanya perusahaan pesaing.

Karakter dari perusahaan *prospector* adalah penciptaan produk baru sehingga menjadikan perusahaan tersebut lebih mengutamakan pengembangan produk baru yang berimplikasi terhadap pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat. Berbeda halnya dengan perusahaan bertipe *defender* yang menekankan efisiensi untuk menghadapi persaingan yang ketat yang berimplikasi terhadap pertumbuhan penjualan yang relatif stabil dan cenderung mengalami penurunan. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis:

H₁ : Rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *defender*.

Pengukuran kinerja keuangan dalam penelitian Habbe dan Hartono (2001) menemukan bukti empiris bahwa perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk tumbuh atau berinvestasi lebih *profitable* daripada perusahaan yang kurang berkemampuan untuk tumbuh atau berinvestasi. Penelitian Anthony dan Ramesh (1992) dalam Saraswati dan Atmini (2007) mengungkapkan bahwa pertumbuhan *unexpected earnings* pada perusahaan *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan *defender*. Penelitian Habbe dan Hartono (2001) menemukan bahwa pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih tinggi dibandingkan perusahaan bertipologi *defender*.

Perusahaan bertipe *prospector* yang mempunyai intensitas lebih besar pada proses penciptaan produk baru mempunyai kemampuan untuk menciptakan margin dan pertumbuhan laba yang lebih tinggi. Pendapat ini cukup beralasan karena produk baru yang dikeluarkan oleh perusahaan

belum mempunyai saingan dalam jangka pendek, lebih dominan pada aspek deferensiasi sehingga produk dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

Pada perusahaan bertipe *defender* yang lebih berorientasi terhadap mempertahankan pangsa pasar dan kurang melakukan inovasi terhadap produknya berimplikasi pada kesempatan memperoleh margin dan pertumbuhan laba yang relatif lebih rendah. Hal ini disebabkan karena perusahaan *defender* mempunyai domainnya yaitu harus mampu bersaing dengan persaingan yang ketat (*cost advantage*). Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis:

H₂ : Rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *defender*.

Ittner, et al. (1997) mengungkapkan bahwa pada fase pertumbuhan suatu produk, laba ditanamkan kembali ke perusahaan sehingga akan mengurangi hutang akibat adanya produk-produk baru serta variasi produk. Penanaman laba untuk membayar hutang, akan berdampak terhadap belum mampunya

perusahaan untuk membayar dividen kepada investor. Penelitian Anthony dan Ramesh (1992) dalam Habbe dan Hartono (2001) menggunakan *dividend payout ratio* sebagai prediktor dalam membagi siklus kehidupan perusahaan. Mereka secara signifikan menemukan bukti bahwa rasio dividen yang lebih tinggi berada pada fase kematangan dan penurunan dibanding fase pertumbuhan. Hal ini dikarenakan pada fase pengenalan dan pertumbuhan, perusahaan masih fokus tentang bagaimana caranya menaikkan laba dan likuiditas serta penjualan, sehingga perusahaan belum berusaha untuk memikirkan bagaimana perusahaan membagikan dividen. Sedangkan pada fase kematangan dan penurunan, perusahaan sudah harus mengetahui seberapa besar laba yang dibagikan oleh perusahaan kepada penanam modal. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

H₃ : Rata-rata pembayaran dividen perusahaan *prospector* lebih kecil daripada rata-rata pembayaran dividen perusahaan *defender*.

Analisis ROI lazim digunakan oleh pihak manajemen untuk

mengukur efektivitas operasi perusahaan secara menyeluruh (komprehensif). ROI merupakan salah satu bentuk rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan.

Matsuno dan Metzner (2000) menyatakan perusahaan *defender* mempunyai nilai ROI terbesar diantara dua tipologi strategi Miles dan Snow dengan meningkatkan level orientasi pasar. Hal ini disebabkan pada perusahaan *prospector* masih berada pada tahap membangun sehingga masih terus melakukan investasi untuk pengembangan produk. Sedangkan pada perusahaan *defender* mempunyai ROI yang lebih besar, karena perusahaan sudah pada tahap memanen hasil investasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Rata-rata ROI pada perusahaan *prospector* lebih kecil daripada rata-rata ROI pada perusahaan *defender*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif yang bertujuan untuk menganalisis perbandingan satu kelompok terhadap kelompok lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan (PP), pertumbuhan laba (PL), *dividend payout ratio* (DPR), dan *return on investment* (ROI). Keempat variabel tersebut digunakan untuk membandingkan dua kelompok yang dibentuk yaitu: kelompok *prospector* dan kelompok *defender*.

Pembentukan kelompok dihitung berdasarkan variabel kontrol. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah: perbandingan jumlah karyawan terhadap penjualan (EMPSAL), *price to book value* (PBV), dan perbandingan selisih *capital expenditure* terhadap selisih total aset (CAPTA).

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012

sejumlah 136 (seratus tiga puluh enam) perusahaan.

Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2004: 78). Adapun pertimbangan yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Laporan keuangan yang disajikan perusahaan secara terus menerus terpublikasi pada Bursa Efek Indonesia dari tahun 2010 hingga tahun 2012.
2. Dari hasil publikasi laporan keuangan yang diamati, perusahaan secara terus dari tahun 2010 hingga tahun 2012 menghasilkan laba bersih setelah pajak (*earnings after tax*), dan tidak memunculkan angka negatif pada *net profit margin* (NPM).
3. Dari hasil publikasi laporan keuangan yang diamati, perusahaan selalu membayarkan dividen antara tahun 2010 hingga tahun 2012.

Penentuan kriteria laporan keuangan yang disajikan secara terus menerus dari tahun 2010 hingga tahun 2012 bertujuan untuk mengetahui

secara umum kinerja keuangan perusahaan yang dijadikan populasi dalam penelitian ini, serta untuk mengetahui bagaimana kondisi perusahaan dalam rangka pengambilan keputusan investasi. Penentuan kriteria laba bersih setelah pajak (*earnings after tax*) dan tidak memunculkan angka negatif pada *net profit margin* (NPM) dikarenakan hanya pada perusahaan yang memiliki laba bersih yang akan memberikan dividen kepada pemilik modal (investor).

Seleksi Perusahaan *Prospector* dan *Defender*

Pengelompokan data ke dalam kelompok *prospector* atau *defender* menggunakan analisis *cluster*. Ada tiga proksi pertumbuhan yang digunakan, yaitu jumlah karyawan dibagi penjualan (EMPSAL); price to book value (PBV) (Ittner et al, 1997, dalam Habbe, 2001); dan capital expenditure dibagi total aset (CAPTA). Variabel indikator dari proksi perusahaan *prospectordan de fender* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{EMPSAL} = \frac{\text{Jumlah karyawan}}{\text{Total penjualan}}$$

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

$$\text{CAPTA} = \frac{\text{Capital expenditure tahun berjalan}}{\text{Total aset tahu}}$$

Definisi Operasional Variabel

Variabel pengukuran, yaitu variabel yang digunakan untuk melihat perbedaan satu kelompok dengan kelompok lainnya. Yang termasuk variabel pengukuran dalam penelitian ini adalah :

- a. Pertumbuhan penjualan (PP) Rasio pertumbuhan penjualan mengindikasikan sejauhmana perusahaan dapat meningkatkan volume penjualannya, serta memperluas jenis usahanya untuk meningkatkan volume penjualan. Rasio pertumbuhan penjualan dirumuskan:

$$PP = \frac{\text{Penjualan tahun berjalan} - \text{Penjualan tahun sebelum}}{\text{Penjualan tahun sebelum}}$$

- b. Pertumbuhan laba (PL)

Rasio ini menunjukkan berapa besar pertumbuhan laba selama tahun berjalan. Rasio ini mengindikasikan besarnya pertumbuhan laba yang dihasilkan dan orientasi dari perusahaan dalam menjalankan usahanya. Rasio ini dirumuskan:

$$PL = \frac{\text{Laba tahun berjalan} - \text{Laba tahun sebelum}}{\text{Laba tahun sebelum}}$$

- c. *Dividend payout ratio* (DPR)

Dividend payout ratio merupakan perbandingan antara nilai dividen perlembar saham dengan laba

perlembar saham. Rasio ini menggambarkan seberapa besar dividen yang dibayarkan kepada investor. Rasio ini dapat dihitung dengan cara:

$$DPR = \frac{\text{Dividen perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

- d. Return on Investment (ROI)

Return on Investment merupakan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adapun formulanya sebagai berikut:

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih tahun berjalan}}{\text{Total asset tahun sebelum}}$$

Metode Analisis

Keempat hipotesis akan diuji dengan menggunakan uji beda dua sampel independen (*two sample independen*). Uji beda dua sampel yang digunakan adalah uji *Mann-Whitney U Test*. Pengujian dengan menggunakan *Mann-Whitney U Test* digunakan karena data yang digunakan adalah data yang bersifat nominal. Menurut Santoso (2005: 4), data nominal adalah data yang hanya menghasilkan satu atau satu-satunya kategori. Dalam kaitan dengan penelitian ini perusahaan hanya dapat

bertipologi *prospector* atau *defender* saja, tidak dapat menjadi keduanya. Kriteria penarikan kesimpulan dalam pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai $Mann-Whitney Test_{hitung}$ dengan $Mann-Whitney Test_{tabel}$. Jika $Mann-Whitney Test_{hitung} > Mann-Whitney Test_{tabel}$, maka terdapat perbedaan rata-rata antara kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dengan perusahaan *defender* (Santoso, 2005: 430). Selain menggunakan perbandingan nilai Mann-Whitney Test, penarikan kesimpulan hipotesis dapat menggunakan perbandingan nilai *Asymp. Significance* dengan taraf signifikansi. Nilai taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 0,05$). Jika nilai *Asymp. Significance* < taraf signifikansi, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah terdapat perbedaan rata-rata kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dengan perusahaan *defender* (Santoso, 2005: 431).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Cluster

Untuk menghasilkan suatu analisis yang akurat guna menunjukkan

perbedaan masing-masing perusahaan sampel berdasarkan 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 variabel rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih (EMPSAL), rasio *capital expenditure* terhadap total aset (CAPTA), dan *price to book value* (PBV). Perusahaan sampel dikelompokkan ke dalam 2 (dua) kelompok, yaitu *prospector* dan *defender* berdasarkan variabel-variabel tersebut di atas.

Pengelompokan perusahaan dilakukan dengan analisis *multivariate* menggunakan metode *cluster analysis*. Terdapat 38 (tiga puluh delapan) perusahaan sampel yang telah sesuai dengan kriteria *purposive sampling* yang ditetapkan berdasarkan tabel 1.

Berdasarkan hasil olah data dapat disimpulkan bahwa terdapat 21 (dua puluh satu) perusahaan sampel yang masuk ke dalam *cluster-1* dan 17 (tujuh belas) perusahaan sampel yang masuk ke dalam *cluster-2*.

Berdasarkan hasil pada tabel 2, dapat disimpulkan bahwa *cluster-1* berisikan perusahaan-perusahaan yang mempunyai nilai CAPTA dan EMPSAL yang lebih dari rata-rata populasi perusahaan yang diteliti. Hal ini terbukti dari *Zscore* yang bernilai positif (+) pada kolom *cluster-1* yang terdapat pada tabel 2. Nilai CAPTA menunjukkan perbandingan antara belanja modal (*capital expenditure*) dengan selisih total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar *capital expenditure* yang digunakan menunjukkan perusahaan tersebut selalu berupaya untuk melakukan inovasi dan mengembangkan produk-produknya.

EMPSAL merupakan perbandingan antara jumlah karyawan dengan total penjualan. Perusahaan dengan jumlah karyawan yang besar mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut banyak melakukan inovasi produk baru yang menyebabkan bertambahnya jumlah karyawan baru. Dengan demikian, dapat diduga bahwa *cluster-1* ini merupakan pengelompokan dari perusahaan-perusahaan *prospector*.

Cluster-2 ini berisikan perusahaan-perusahaan yang

mempunyai nilai PBV yang lebih dari rata-rata populasi perusahaan yang diteliti. Hal ini terbukti dari *Zscore* untuk masing-masing variabel bernilai positif (+) pada kolom *cluster-2* yang terdapat pada tabel 2. Price to Book Value merupakan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku perlembar saham. Menurut Ittner *et al* (1997), perusahaan yang berada dalam tahap kematangan akan ditandai dengan oleh nilai PBV yang relatif lebih besar daripada perusahaan yang dalam proses tumbuh. Karena perusahaan dalam tahap matang cenderung tidak melakukan inovasi produk baru, sehingga laba yang dihasilkan akan disimpan untuk memperbesar laba di tahan. Dengan demikian, dapat diduga bahwa *cluster-2* ini merupakan pengelompokan dari perusahaan-perusahaan *defender*.

Hasil Uji Mann-Whitney Test

Hipotesis 1

Hipotesis 1 (satu) menyatakan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata

pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar dan berbeda secara signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *defender*.

Hasil penelitian ini membuktikan perusahaan *prospector* merupakan perusahaan yang mendapatkan keuntungan dalam pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan *defender*. Hal ini disebabkan perusahaan *prospector* adalah perusahaan yang berusaha untuk menjadi yang pertama dengan produk, pasar dan teknologi baru. Mereka merespon dengan cepat tanda-tanda area kemungkinan secara awal, serta upaya meneliti pasar secara terus menerus terhadap peluang pasar dan selalu menciptakan perubahan dan ketidakpastian bagi pesaingnya. Dengan adanya produk-produk baru serta variasi produk tersebut akan membuka peluang pasar baru yang berkonsentrasi pada peningkatan penjualan dan pangsa pasar.

Perusahaan *prospector* dalam jangka pendek akan meningkatkan *market share* dan meningkatkan pertumbuhan penjualan. Hal ini disebabkan dalam jangka pendek perusahaan *prospector* belum

mempunyai pesaing untuk produk baru yang mereka ciptakan dan kembangkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Matsuno dan Mentzer (2000) yang menyatakan perusahaan *prospector* akan memiliki salah satu keuntungan terbesar pada pertumbuhan penjualan dengan cara meningkatkan level orientasi pasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Habbe dan Hartono (2001) dan Aulia (2010) yang membuktikan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan bertipologi *defender*. Sejalannya penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Matsuno dan Mentzer (2000), Habbe dan Hartono (2001) dan Aulia (2010) ikut memperkuat pernyataan bahwa perusahaan *prospector* merupakan perusahaan yang berusaha menciptakan produk-produk baru untuk mendukung peningkatan level orientasi pasar. Peningkatan level orientasi pasar tersebut akan mengakibatkan perusahaan *prospector* mempunyai pertumbuhan penjualan yang lebih

besar dibandingkan perusahaan *defender*.

Hipotesis 2

Hipotesis 2 (dua) menyatakan bahwa rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih besar dan berbeda secara signifikan terhadap pertumbuhan laba perusahaan *defender*.

Hasil penelitian ini membuktikan perusahaan *prospector* merupakan perusahaan yang mendapatkan keuntungan dalam pertumbuhan laba dibandingkan dengan perusahaan *defender*. Hal ini disebabkan perusahaan *prospector* adalah perusahaan yang berusaha untuk menjadi yang pertama dengan produk, pasar dan teknologi baru. Produk baru yang mereka ciptakan dalam jangka pendek belum mempunyai pesaing, sehingga mereka dapat menentukan harga tinggi pada produk baru yang mereka ciptakan. Dengan adanya *market share* yang ditinggi disertai dengan penentuan harga yang tinggi pada produk baru

mereka akan berimplikasi terhadap peningkatan pertumbuhan laba bagi perusahaan *prospector*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Porter (1980) dalam Habbe dan Hartono (2001) yang menyatakan bahwa perusahaan yang berada pada fase pertumbuhan lebih berkemampuan dalam menciptakan margin dan profit dibanding dengan perusahaan yang berada pada fase kematangan dan penurunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Matsuno dan Mentzer (2000) yang menyatakan perusahaan *prospector* akan memiliki salah satu keuntungan terbesar pada pertumbuhan laba dengan cara meningkatkan level orientasi pasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Habbe dan Hartono (2001) dan Aulia (2010) yang membuktikan bahwa rata-rata laba perusahaan *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan bertipologi *defender*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Saraswati dan Atmini (2007) yang membuktikan bahwa rata-rata pertumbuhan laba perusahaan

prospector tidak berbeda dengan rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *defender*. Hasil penelitian tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukas (1999) yang membuktikan perusahaan yang termasuk katagori *prospector* adalah perusahaan yang berusaha untuk menjadi yang pertama dengan produk, pasar dan teknologi yang baru walaupun tidak semua usaha menghasilkan laba.

Kekonsistenan hasil penelitian terhadap hasil penelitian yang dilakukan oleh Porter (1980), Matsuno dan Mentzer (2000), Habbe dan Hartono (2001), dan Aulia (2010) ikut memperkuat pernyataan bahwa perusahaan *prospector* merupakan perusahaan yang berusaha menciptakan produk-produk baru untuk mendukung peningkatan level orientasi pasar. Peningkatan level orientasi pasar tersebut akan mengakibatkan perusahaan *prospector* mempunyai pertumbuhan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan *defender* akibat meningkatnya *market share* dan tingkat harga yang tinggi untuk produk baru yang mereka ciptakan.

Hipotesis 3

Hipotesis 3 (tiga) menyatakan bahwa rata-rata *dividend payout ratio* perusahaan *defender* lebih besar daripada perusahaan *prospector*. Hasil penelitian menunjukkan *dividend payout ratio* perusahaan *defender* lebih besar dari perusahaan *prospector* dan berbeda secara signifikan.

Hasil penelitian ini membuktikan perusahaan *defender* merupakan perusahaan yang mendapatkan keuntungan dalam *dividend payout ratio* dibandingkan dengan perusahaan *prospector*. Hal ini disebabkan perusahaan *defender* adalah perusahaan yang lebih menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih rendah dari pesaingnya. Penekanan pada efisiensi terlihat pada pengontrolan biaya secara ketat, misalnya biaya-biaya riset dan pengembangan, pelayanan, dan biaya promosi diminimalisir, pencapaian *economic of scale production*, untuk mendapatkan kos per unit yang rendah.

Dengan adanya penekanan pada efisiensi dan kos rendah, maka biaya-biaya investasi akan menjadi lebih rendah sehingga perusahaan dapat mulai memanen hasil dari

investasi yang ditanamkan serta memberikan imbal hasil kepada investor atas investasi yang ditanamkan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ittner, *et al.* (1997) yang melakukan penelitian faktor-faktor yang dapat digunakan sebagai indikator orientasi strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan *prospector* membagikan dividen kepada investor lebih kecil dibandingkan *defender*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Saraswati dan Atmini (2007) dan Aulia (2010) yang membuktikan bahwa rata-rata *dividen payout ratio* perusahaan *defender* lebih besar dibandingkan perusahaan bertipologi *prospector*. Kekonsistenan hasil penelitian terhadap hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perusahaan *defender* akan memberikan imbal hasil yang lebih tinggi dan cepat kepada investor dibandingkan perusahaan *prospector*. Hal ini disebabkan adanya efisiensi terhadap biaya yang ada, sehingga laba yang dihasilkan dapat dialokasikan untuk diberikan kepada investor.

Hipotesis 4

Hipotesis 4 (empat) menyatakan bahwa rata-rata *return on investment* perusahaan *defender* lebih besar daripada perusahaan *prospector*. Hasil penelitian menunjukkan *return on investment* perusahaan *defender* lebih besar dari perusahaan *prospector* dan berbeda secara signifikan.

Hasil penelitian ini membuktikan perusahaan *defender* merupakan perusahaan yang mendapatkan keuntungan dalam *return on investment* dibandingkan dengan perusahaan *prospector*. Hal ini disebabkan perusahaan *defender* adalah perusahaan yang lebih menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih rendah dari pesaingnya. Penekanan pada efisiensi biaya akan meningkatkan nilai laba bersih perusahaan akibat adanya efisiensi terutama pada aktivitas operasi. Dengan adanya penekanan pada efisiensi dan kos rendah, maka perusahaan memiliki kemampuan dalam menghasilkan keuntungan lebih dibandingkan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Matsuno dan Mentzer (2000) yang menyatakan perusahaan *defender* akan memiliki keuntungan terbesar pada *return on investment* dengan cara meningkatkan level orientasi pasar.

Kekonsistenan hasil penelitian terhadap hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perusahaan *defender* akan memiliki nilai laba bersih dibandingkan dengan total aktiva yang lebih tinggi perusahaan *prospector*.

KESIMPULAN

1. Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan *prospector* lebih besar dan berbeda secara signifikan dengan perusahaan *defender*. Temuan ini mendukung penelitian Matsuno dan Mentzer (2000) dan Habbe dan Hartono (2001) dan Aulia (2010). Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan *prospector* berupaya meningkatkan pertumbuhan penjualan dengan cara meningkatkan level orientasi pasar serta menciptakan produk-produk baru untuk mendukung peningkatan level orientasi tersebut.
2. Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan laba *prospector* lebih besar dan berbeda secara signifikan dengan perusahaan *defender*. Temuan ini mendukung penelitian Porter (1980), Matsuno dan Mentzer (2000), Habbe dan Hartono (2001), dan Aulia (2010). Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan *prospector* merupakan perusahaan yang berusaha menciptakan produk-produk baru untuk mendukung peningkatan level orientasi pasar. Peningkatan level orientasi pasar tersebut akan mengakibatkan perusahaan *prospector* mempunyai pertumbuhan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan *defender* akibat meningkatnya *market share* dan tingkat harga yang tinggi untuk produk baru yang mereka ciptakan.
3. Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa *dividend payout* perusahaan *defender* lebih besar dari perusahaan *prospector* dan berbeda secara signifikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ittner, *et al.* (1997), Saraswati dan Atmini (2007) dan Aulia (2010). Hasil penelitian ini mengindikasikan perusahaan *defender* akan memberikan imbal hasil yang lebih tinggi dan cepat kepada investor dibandingkan perusahaan *prospector*. Hal ini disebabkan adanya efisiensi terhadap biaya yang ada, sehingga laba yang dihasilkan dapat dialokasikan untuk diberikan kepada investor.

4. Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa *return on investment* perusahaan *defender* lebih besar dari perusahaan *prospector* dan berbeda secara signifikan dengan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Matsuno dan Mentzer (2000). Hasil penelitian ini mengindikasikan perusahaan *defender* akan memiliki nilai laba bersih dibandingkan dengan total aktiva yang lebih tinggi perusahaan *prospector*. Hal ini disebabkan perusahaan *defender* adalah perusahaan yang lebih menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih rendah dari

pesaingnya. Penekanan pada efisiensi biaya akan meningkatkan nilai laba bersih perusahaan akibat adanya efisiensi terutama pada aktivitas operasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Albari. 2008. Pengaruh Keadilan terhadap Kepuasan dan Kepatuhan Wajib Pajak. *UNISIA*, XXXI No. 69 (9)
- American Institute of Certified Public Accountants, Tax Division. 2001. *Guiding Principles of Good Tax Policy: A framework for Evaluating Tax Proposals*. New York: American Institute of Certified Public Accountants, Inc.
- Anggraeni, Dian B. 2013. *Persepsi Keadilan Pajak terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang Universitas Diponegoro.
- Anshori, Muslich Sri Iswati. 2006. *Metodologi Penelitian*

- Kuantitatif*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.
- Azmi, Anna A. Che & Kamala A. Perumal. 2008. Tax Fairness Dimensions in an Asian Context: The Malaysian Perspective. *International Review of Business Research Papers*, IV No. 5 (10-11): 11-19.
- BG Consulting. 2003. *Tax Simplicity and Stability: Attractive to Countries and Investors*. Paper tidak diterbitkan. United Stated: BG Consulting, Inc.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunadi. 2005. Fungsi Pemeriksaan Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Pajak Indonesia*. IV No. 5: 4-9
- Hardiningsih, Pancawati. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, III No. 1 (11): 126- 142.
- Harinurdin, Erwin. 2009. Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. XVI No. 2 (5-8): 96-104.
- Holtzman, Yair. 2007. Challenges in Achieving Transparency, Simplicity and Administering of The United Stated Tax Code. *Journal of Management Development*, XXVI No. 5: 418-427.
- Imaniyah, Nur & Bestari Dwi Handayani. 2008. Pengaruh Penghasilan dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar PBB di Kelurahan Tegalrejo Kota Pekalongan. *Simposium Nasional Perpajakan II*
- Institute on Taxation and Economic Policy. 2011. *Income Tax Simplification: How to Achieve It*. Washington, DC.

- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan*. Edisi Revisi 2009. Yogyakarta: Andi.
- Mc Mahon, C. 2001. *Collective Rationality and Collective Reasoning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Musgrave, Richard A. & Peggy B. Musgrave. 1976. *Keuangan Negara dalam Teori dan Praktek*. Terjemahan oleh Alfonsus Sirait.1993. Jakarta: Erlangga.
- Mustikasari, Elia. 2007. Kajian Empiris tentang Kepatuhan Wajib Pajak Badan di Perusahaan Industri Pengolahan di Surabaya. *Symposium Nasional Akuntansi X*, Universitas Hasanudin Makassar.
- Numantu, Safri. 2003. *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit
- Palil, M. Rizal. 2005. Does Tax Knowledge Matters in Self Assessment Systems? Evidence from Malaysian Tax Administrative. *The Journal of American Academy of Business*, VI No. 2 (3): 80-84
- . 2010. *Tax Knowledge and Tax Compliance Determinants in Self Assessment System in Malaysia*. Thesis tidak diterbitkan. Birmingham Department of Accounting and Finance The University of Birmingham.
- Pris, K. Andarini. 2010. *Dampak Dimensi Keadilan Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rawls, John. 1971. *A Theory of Justice, dalam Chapter II The Principle of Justice*. Publisher: The Belknap Press of Harvard University Press Cambridge, Massachusetts.
- Republik Indonesia. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 sebagaimana diubah terakhir dalam Peraturan Menteri Keuangan

- Nomor 74/PMK.03/2012 tentang Tata Cara Penetapan dan Pencabutan Penetapan Wajib Pajak dengan Kriteria Tertentu dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.
- Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu-----Undang-undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara-----Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Richardson, Grant. 2006. The Impact of Tax Fairness Dimensions on Tax Compliance Behavior in an Asian Jurisdiction: The Case of Hong Kong. *International Tax Journal*, XXXII (1): 29-42.
- Robbin, P. Stephen. 2003. *Organizational Behavior*. Ten Edition. Prentice Hall Inc.
- Saad, Natrah. 2010. Fairness Perceptions and Compliance Behaviour: The Case of Salaried Taxpayers in Malaysia after Implementation of the Self- Assessment System. *Journal of Tax Research*, VIII No. 1 (6): 32-63.
- Solimun. 2005. *Kisi-kisi Analisis data (Pemodelan Statistika) dan Metodologi Penelitian*. Malang: FMIPA Universitas Brawijaya.
- Spicer, M. W., and Lundstedt, S. B. 1976. Understanding Tax Evasion. *Public Finance*, 31: 295-305.
- Suandy, Early. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tambunan, Ruston. 2013. *Ketentuan Terbaru Pajak Penghasilan*

Atas UMKM: Sederhana
Tapi Tidak Adil, (Online),
(<http://www.ortax.org>, diakses
12 Oktober 2013).

Widayati & Nurlis. 2010.
Faktor-faktor yang
Mempengaruhi Kemauan
untuk Membayar Pajak
Wajib Pajak Orang Pribadi
yang Melakukan Pekerjaan
Bebas. *Simposium Nasional
Akuntansi XIII*, Universitas
Jenderal Soedirman
Purwokerto

Zaenudin, Muhamad. 2000. *Metode
Penelitian*. Jakarta

Tabel 1. Proses Pemilihan Perusahaan Sampel

NO	Keterangan Perusahaan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI sampai dengan akhir tahun 2012	136
2	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI sampai dengan akhir tahun 2012 dengan data laporan keuangan tidak lengkap	(6)
3	Perusahaan sektor manufaktur yang mengalami kerugian bersih (NPM negatif) antara tahun 2010 sampai tahun 2012	(4)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak selalu memberikan dividen antara tahun 2010 sampai tahun 2012	(88)
4	Perusahaan sektor manufaktur yang terpilih sebagai sampel	38

Tabel 2 Final Cluster Centers

	Cluster	
	1	2
Zscore(CAPTA)	.60507	-.74744
Zscore(EMPSAL)	.77048	-.95176
Zscore(PBV)	-.41338	.51064

Tabel 3
Rank
Ranks

	PERUSAHAAN	N	Mean Rank	Sum of Ranks
PP	PROSPECTOR	63	66.90	4215.00
	DEFENDER	51	45.88	2340.00
	Total	114		
PL	PROSPECTOR	63	65.04	4097.50
	DEFENDER	51	48.19	2457.50
	Total	114		
DPR	PROSPECTOR	63	44.21	2785.00
	DEFENDER	51	73.92	3770.00
	Total	114		
ROI	PROSPECTOR	63	50.95	3210.00
	DEFENDER	51	65.59	3345.00
	Total	114		

Tabel 4

	PP	PL	DPR	ROI
Mann-Whitney U	1014.000	1131.500	769.000	1194.000
Wilcoxon W	2340.000	2457.500	2785.000	3210.000
Z	-3.377	-2.707	-4.773	-2.351
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001	.007	.000	.019

a. Grouping Variable: PERUSAHAAN