

**PENGARUH *MARKET POWER* (KEKUATAN PASAR)
DAN *MARKET COMPETITION* (PERSAINGAN PASAR)
TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN
JASA SUB SEKTOR RESTORAN, HOTEL, DAN
PARIWISATA YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)
TAHUN 2016-2019**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi Akuntansi (S1)
Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Akuntansi Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
AKHILES RIFOMANTA
NPM 160422830**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *MARKET POWER* (KEKUATAN PASAR) DAN *MARKET COMPETITION* (PERSAINGAN PASAR) TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN JASA SUB SEKTOR RESTORAN, HOTEL, DAN PARIWISATA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2019



**Disusun Oleh :
AKHILES RIFOMANTA**

**NPM : 160422830
FAKULTAS : BISNIS DAN EKONOMIKA
JURUSAN : AKUNTANSI**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Wimpie Yustino Setiawan SE. M.Comm, MPA



PERNYATAAN

saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *MARKET POWER* (KEKUATAN PASAR) DAN *MARKET COMPETITION* (PERSAINGAN PASAR) TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN JASA SUB SEKTOR RESTORAN, HOTEL, DAN PARIWISATA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2019

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Maret 2022
Yang menyatakan

AKHILES RIFOMANTA

PENGARUH MARKET POWER (KEKUATAN PASAR) DAN MARKET COMPETITION (PERSAINGAN PASAR) TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN JASA SUB SEKTOR RESTORAN, HOTEL, DAN PARIWISATA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2019

Disusun Oleh :

**AKHILES RIFOMANTA
NPM 160422830**

**Pembimbing
Wimpie Yustino Setiawan SE. M.Comm, MPA**

Abstrak

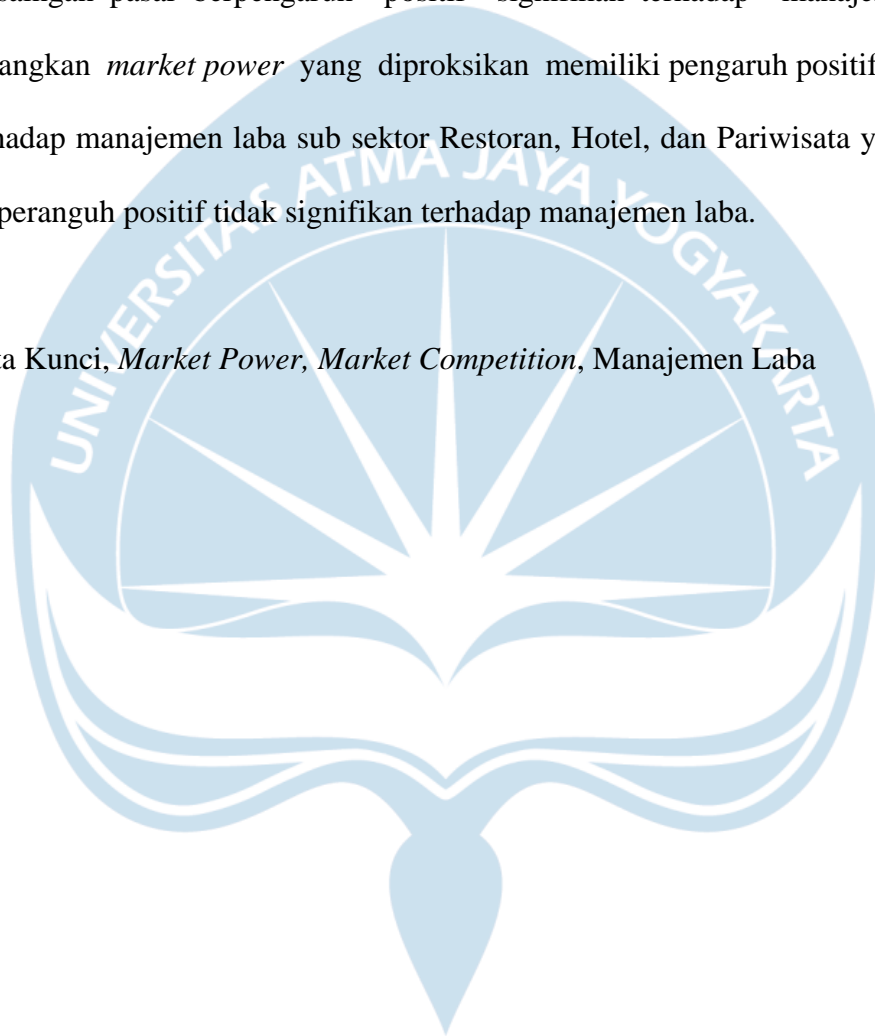
Manajemen laba adalah aktivitas yang dilakukan manajer untuk mengelabui *prinsipal* dengan memberikan laporan keuangan yang tidak semestinya. Manajemen laba dipengaruhi oleh hasrat untuk memenuhi kepentingan diri sendiri tanpa melihat kepentingan orang lain. Variabel yang mempengaruhi manajemen laba adalah *market power* dan *market competition*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *market power* dan *market competition* terhadap manajemen laba pada perusahaan sub sektor Restoran, Hotel dan Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. Dalam penelitian ini *market power* dan *market competition* merupakan variabel independen. Sedangkan manajemen laba merupakan variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor Restoran, Hotel, dan Pariwisata. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan diperoleh 25 perusahaan dengan periode penelitian selama 4 tahun, sehingga diperoleh 11 total sampel perusahaan. Tehnik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel.

Berdasarkan saran dari penelitian sebelumnya, penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu *market power* dan persaingan pasar terhadap manajemen laba dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan pasar berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba sedangkan *market power* yang diprosikan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba sub sektor Restoran, Hotel, dan Pariwisata yang terjadi berperanguh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci, *Market Power, Market Competition, Manajemen Laba*



**THE EFFECT OF MARKET POWER AND MARKET COMPETITION
ON PROFIT MANAGEMENT IN RESTAURANT SUB SECTOR
SERVICE COMPANIES, REGISTERED HOTELS AND
TOURISM ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX)
YEAR 2016-2019**

Arranged by :

**AKHILES RIFOMANTA
NPM 160422830**

**Advisor
Wimpie Yustino Setiawan SE. M.Comm, MPA**

Abstract

Earnings management is an activity carried out by managers to deceive the principal by providing improper financial reports. Earnings management is influenced by the desire to fulfill one's own interests without looking at the interests of others. Variables that affect earnings management are market power and market competition.

This study aims to determine the effect of market power and market competition on earnings management in Restaurant, Hotel and Tourism sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2019. In this study, market power and market competition are independent variables. While earnings management is the dependent variable.

The population in this study is a sub-sector company Restaurant, Hotel, and Tourism. The sampling technique used in this study was purposive sampling and obtained 25 companies with a research period of 4 years, so that a total sample of 11 companies was obtained. The analysis technique used in this research is panel data regression.

Based on suggestions from previous studies, this study adds independent variables, namely market power and market competition on earnings management with the results showing that market competition has a significant positive effect on earnings management while proxied market power has a significant positive effect on earnings management in Restaurant, Hotel and Tourism sub-sector. that occurs has no significant positive influence on earnings management.

Keywords, Market Power, Market Competition, Earnings Management



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji Syukur Kepada Tuhan, yang telah memberikan Berkat dan Penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Market Power* (Kekuatan Pasar) dan *Market Competition* (Persaingan Pasar) Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Jasa Sub Sektor Restoran, Hotel, Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2019”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atmajaya Yogyakarta

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Ir. Yoyong Arfiadi, M.Eng., Ph.D selaku Rektor Universitas Atmajaya Yogyakarta.
2. Pratiwi Budiharta, SE, MSA, AKT. selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Atmajaya Yogyakarta.
3. Kepada Bapak Wimpie Y. S. SE. M.Comm, MPA. selaku Pembimbing, yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Kedua orangtua yang tercinta dan adik saya yang telah mendoakan, memberikan dukungan, dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman teman kelas K, Alna, Imel, Irene, Jesse, dan Mega yang telah memberi dukungan kepada penulis.
6. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik maupun saran selalu penulis harapkan demi tercapainya hal terbaik dari penelitian ini. Besar harapan penulis, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

Yogyakarta, Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ASTRAK	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1 .1. Latar Belakang Masalah	1
1 .2. Rumusan Masalah.....	5
1 .3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA	7
2.1. Teori Keagenan	7
2.2. Kekuatan Pasar	8
2.3. Kompetensi Persaingan (<i>Market Competition</i>)	9
2.4. Manajemen Laba	9
2.4.1. Bentuk dan Pola Manajemen Laba	10
2.4.2 Dimensi Perataan Laba	13
2.5. Penelitian Terdahulu	14
2.6. Pengembangan Hipotesa	15

2.6.1 <i>Market Power</i> Terhadap Laba	16
2.6.2. Hubungan Persaingan Pasar dengan Manajemen Laba	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. Jenis Penelitisan	18
3.2. Objek Penelitian	18
3.3. Populasi Penelitian	19
3.4. <i>Sample</i> dan Kriteria Penyampelan.....	20
3.5. Variabel Penelitian	22
3.6. Operasional Penelitian	23
3.6.1 Kekuatan Pasar	22
3.6.2. Persaingan Pasar	23
3.6.3. Manajemen Laba	23
3.7. Model Penelitian	26
3.8. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.9. Rencana Analisis Data	27
3.9.1 Uji Pendahuluan	27
3.9.1.1 Uji Statistik Deskriptif	27
3.9.1.2 Uji Normalitas	27
3.9.1.3 Uji Asumsi Klasik	28
3.9.2. Uji Hipotesa	29
3.9.2.1 Hipotesa Statistik	29
3.9.2.2 Tingkat Kesalahan	30
3.9.2.3 Model Pengujian	30

3.9.2.4 Kriteria Pengujian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.2. <i>Profile</i> Singkat Perusahaan Sample Populasi	35
4.2. Data Analisis	48
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.2.2. Uji Normalitas	61
4.2.3. Uji Multikolinearitas	62
4.2.4. Uji Autokorelasi	63
4.2.5. Uji Hipotesis	64
4.2.6. Uji Koefisien Determinasi	65
4.3. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP.....	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Teknik Pendapatan Devisa Indonesia dari Pariwisata.....	4
Gambar 3.1 Gambar Model Penelitian.....	26
Gambar 3.2 Gambar Grafik Uji Satu Sisi Arah Negatif dengan $\alpha = 5\%$	30



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Sample Penelitian	21
Tabel 3.2 Perusahaan Sample	21
Tabel 3.3 Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Tabel <i>Market Power</i> 2016.....	49
Tabel 4.2 Tabel <i>Market Power</i> 2017.....	49
Tabel 4.3 Tabel <i>Market Power</i> 2018.....	50
Tabel 4.4 Tabel <i>Market Power</i> 2019.....	50
Tabel 4.5 Tabel rata-rata <i>Market Power</i> 2016-2019	52
Tabel 4.6 Tabel Tingkat Persaingan Pasar 2016.....	54
Tabel 4.7 Tabel Tingkat Persaingan Pasar 2017	55
Tabel 4.8 Tabel Tingkat Persaingan Pasar 2018.....	55
Tabel 4.9 Tabel Tingkat Persaingan Pasar 2019.....	56
Tabel 4.10 Tabel Tingkat Persaingan Pasar 2016-2019.....	57
Tabel 4.11 Tabel Manajemen Laba 2016-2019	58
Tabel 4.12 Tabel Analisis Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.13 Tabel Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.14 Tabel Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.15 Tabel Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.16 Tabel Hasil Hipotesa	66