

## PERBEDAAN REAKSI PASAR DAN KINERJA AKUNTANSI PERUSAHAAN *PROSPECTOR* DAN *DEFENDER*: ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *LIFE CYCLE THEORY*

Anis Dwiatmajanti, Nur Cahyonowati <sup>1</sup>

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*Prospector and defender are two different types of extreme strategies. Habbe and Hartono (2001) and Saraswati and Atmini (2007) suggested on the differences in accounting performance and market reaction of prospector and defender. Earnings growth, sales growth, dividend payout ratio, return on investment and the market reaction are variables that is used to determine the implications of the organizational strategy, i.e.*

*This study discusses the differences in accounting performance and market reaction of prospector and defender firms from 2006-2010. This research adds return on investment (ROI) as new measurement of accounting performance.*

*Selecting of prospector and defender firms is determined using four variables, the ratio of the number of employees to total net sales, the ratio of price to book value, the ratio of capital to total assets, and the ratio of capital expenditure to market value of equity. Four proxies of this research is analyzed by Common Factor Analysis. Sample of this study consisted of 20 companies, each 10 companies categorized as a prospector and defender. Life cycle theory is used to analyze the differences in accounting performance measurement prospector and defender. Data were analyzed using T-Test and Mann-Whitney U-Test. The results of the study showed that there was no difference in earnings growth, return on investment, and market reactions between companies prospector and defender firms. On the contrary, the company's sales growth and dividend payout ratio of defender firms is higher than the prospector firms.*

*Keywords: Prospector, defender, financial PERFORMANCE, market reaction*

### PENDAHULUAN

Persaingan meningkat pada bidang usaha setiap saat. Perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk dapat memenangkan persaingan atau kompetisi dalam dunia bisnis yang merupakan kunci keberhasilan perusahaan di masa mendatang. Kepuasan pelanggan dan besarnya laba yang diperoleh suatu perusahaan menunjukkan salah satu nilai keberhasilan perusahaan tersebut (Habbe dan Hartono, 2001). Strategi yang dijalankan dengan tepat akan membuat perusahaan meraih peluang pasar di antara perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Gerry Johnson dan Kevan Scholes (dalam buku "*Exploring Corporate Strategy*") misalnya mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

Untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan laba di atas rata-rata, suatu perusahaan menganalisis lingkungan eksternalnya, mengidentifikasi peluang-peluang yang terdapat di dalamnya, menentukan mana sumber daya yang berkompeten, dan memilih suatu strategi yang tepat untuk mengimplementasikannya sehingga menghasilkan suatu keluaran (*output*) yang baik (Hitt, *et al.*, 2004).

---

<sup>1</sup> *Corresponding author*

---

Porter (1980) menyatakan bahwa terdapat dua jenis strategi, yaitu strategi korporat dan strategi kompetitif (unit bisnis). Strategi korporat memfokuskan pada bisnis apa dan bagaimana mengelola unit bisnis. Sedangkan strategi kompetitif berfokus pada penciptaan keunggulan kompetitif dan stabilitas pada masing-masing unit bisnis. Konsep-konsep strategi kompetitif dapat dibedakan menjadi *defender*, *prospector*, *analyzer*, dan *reactors* (Miles dan Snow, 1978). Tipologi *prospector* dan *defender* berada pada dua titik ekstrim berbeda bahkan bertolak belakang (Habbe dan Hartono, 2001).

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). Perusahaan *defender* berfokus pada efisiensi di aspek keuangan dan produksi. Pengontrolan biaya secara ketat, seperti biaya pengembangan dan penelitian, biaya pelayanan, biaya promosi diminimalisir, dan pencapaian *economic of scale productions* untuk mendapatkan biaya perunit yang rendah adalah upaya efisiensi yang dilakukan perusahaan *defender*.

Perusahaan *defender* berusaha menyediakan produk yang stabil di perusahaan. Pengembangan produk biasanya disesuaikan dengan lini produk yang sudah ada dan pengembangan pemasaran yang disesuaikan dengan area yang tidak jauh dengan area yang sudah ada (Miles dan Snow, 1978, dalam Habbe dan Hartono, 2001). Fungsi utama keberhasilan organisasi ditekankan pada fungsi keuangan, produksi, dan perekayasaan. Sementara itu, fungsi pemasaran, penelitian, dan pengembangan kurang mendapat perhatian. Struktur fungsional organisasi menggambarkan spesialisasi produk, pasar, dan teknologi (Juanda, 2008).

Untuk mengetahui kinerja perusahaan bertipologi *prospector* maupun perusahaan bertipologi *defender*, digunakan pendekatan *Life Cycle Theory*. Setiap fase dalam *product life of cycle* akan berpengaruh terhadap strategi, kompetisi, dan kinerja perusahaan. *Life cycle theory* menjelaskan bahwa ada empat fase dalam siklus hidup suatu perusahaan, yaitu dimulai dari fase pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), kematangan (*mature*), dan fase penurunan (*decline*). Pashley dan Philppatos (1990) dalam Saraswati dan Atmini (2007) menjelaskan konsep siklus hidup perusahaan yang dikaitkan dengan penjualan, pembayaran dividen, dan *capital expenditure*.

1. Perusahaan yang berada pada fase pengenalan (*introduction*), *market share* dan *market power*-nya sangat tinggi, sedangkan volume penjualan rendah dan kemungkinan rugi dikarenakan biaya permulaan (*start up costs*) yang tinggi dengan adanya bisnis baru. Dana perusahaan lebih banyak bergantung pada dana pinjaman, sehingga likuiditas perusahaan rendah dan tidak ada pembayaran dividen.
2. Pada fase *expansion (growth)*, perusahaan akan mengalami kenaikan dalam penjualan, laba, dan likuiditas. Perusahaan mulai membayar dividen. *Equity* relatif terhadap *debt financing* meningkat karena laba dikembalikan lagi ke perusahaan dan sebagian hutang terbayar. *Market power* dan *market share* turun dengan adanya kompetisi. Pada fase pengenalan dan pertumbuhan, peluang pasar yang tinggi, memperkenalkan produk, dan biaya awal perusahaan juga tinggi, kedua fase ini bisa dikatakan menerapkan strategi *prospector*.
3. Pada fase kematangan (*maturity*), mempunyai karakteristik pasar *mature product* dan kompetisi. Penjualan memuncak dan likuiditas tinggi sehingga pembayaran dividen juga tinggi.
4. Pada fase penurunan (*decline*), penjualan turun secara signifikan perusahaan mengalami kerugian dan mungkin tidak ada pembayaran dividen.

Berkaitan dengan konsep siklus hidup, strategi *prospector* mendekati fase pertumbuhan karena ada dua karakteristik pertumbuhan. Pertama, pertumbuhan karena adanya peluang baru dan pengembangan produk dan kedua, pertumbuhan dalam arti *rate of growth* yang tinggi (Miles dan Snow, 1978). Strategi *defender* ada dalam fase kematangan karena pada fase ini perlu pengendalian biaya yang ketat dan menekankan efisiensi (Saraswati dan Atmini, 2007).

Berdasarkan konsep *life cycle theory*, pertumbuhan laba dan pertumbuhan penjualan pada perusahaan *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan *defender*. Sedangkan *dividend payout*

*ratio* pada perusahaan *defender* lebih besar dibandingkan perusahaan *prospector*. Saraswati dan Atmini (2007) serta Habbe dan Hartono (2001) menyarankan untuk menambahkan indikator pengukuran kinerja seperti *return on investment* (ROI) untuk membandingkan kinerja perusahaan *prospector* dan *defender*. Pengukuran rasio *return on investment* (ROI) memiliki arti penting sebagai salah satu teknik analisis rasio keuangan yang bersifat menyeluruh (komprehensif) dan menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba.

### **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Strategi yang tepat menjadikan perusahaan bisa terus bertahan. Miles dan Snow (1978) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengklasifikasikan empat tipologi strategi perusahaan, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactors*. Untuk menentukan empat tipologi tersebut digunakan variabel jumlah karyawan dibagi total penjualan (KARPEN), *price to book value* (PBV), *capital expenditure* dibagi dengan *market value* (CEMVE), dan *capital expenditure* dibagi dengan *total asset* (CETA), namun dalam penelitian ini hanya menggunakan dua tipologi yang ekstrim berbeda, yaitu *prospector* dan *defender*.

Pengukuran reaksi pasar dan kinerja akuntansi, meliputi pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *dividend payout ratio*, dan *return on investment*. Pengukuran reaksi pasar dan kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender* pada penelitian ini menggunakan pendekatan *life cycle theory* seperti yang digunakan oleh Habbe dan Hartono (2001) serta Saraswati dan Atmini (2007).

#### **Pertumbuhan Laba antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender***

Margin dan pertumbuhan laba pada perusahaan *defender* yang berada pada fase kematangan relatif lebih rendah karena mempunyai domainnya, yaitu harus mampu bersaing dalam persaingan yang ketat (*cost advantage*). Penelitian Habbe dan Hartono (2001) pada pengujian pengukuran kinerja, ditemukan bukti empiris bahwa perusahaan yang mempunyai kemampuan tumbuh atau berinvestasi lebih *profitable* dibandingkan perusahaan yang kurang mampu untuk tumbuh atau berinvestasi. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

$H_1 = \text{Rata-rata pertumbuhan laba perusahaan } \textit{prospector} \text{ lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan laba perusahaan } \textit{defender}$

#### **Pertumbuhan Penjualan antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender***

Perusahaan *prospector* mempunyai karakter pertumbuhan penjualan dan peningkatan pangsa pasar melalui inovasi produk baru yang berbeda dengan cara pesaing. Penciptaan produk baru menjadikan perusahaan *prospector* lebih sering berada pada fase pertumbuhan di dalam *life cycle theory*. Sedangkan perusahaan *defender* lebih sering masuk kedalam fase kematangan karena biaya dikontrol yang menyebabkan persaingan ketat. Seperti yang dijelaskan oleh Porter (1980). Anthony dan Ramesh (1992) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan lebih tinggi pada fase pertumbuhan dibandingkan pada fase kematangan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

$H_2 = \text{Rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan } \textit{prospector} \text{ lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan } \textit{defender}$

#### ***Dividend Payout Ratio* antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender***

Pashley dan Philippatos (1990) dalam Saraswati dan Atmini (2007) menyatakan bahwa pada fase kematangan, perusahaan akan membayar dividen lebih besar dibandingkan fase pertumbuhan. Pada fase pertumbuhan, laba ditanamkan kembali ke perusahaan sehingga akan mengurangi hutang karena dengan adanya produk-produk baru serta variasi produk, maka akan membuka peluang pasar baru yang berkonsentrasi pada peningkatan penjualan dan pangsa pasar (Ittner, *et al.*, 1997). Perusahaan *prospector* yang berada pada fase pertumbuhan, mengantisipasi reinvestasi dalam *capital expenditure*, riset pengembangan produk baru dan pengembangan tenaga kerja. Pada penelitian Saraswati dan Atmini (2007) pembayaran dividen pada perusahaan *prospector* lebih kecil dibandingkan perusahaan *defender*. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

$H_3 = \text{Rata-rata pembayaran dividen perusahaan } \textit{prospector} \text{ lebih kecil daripada rata-rata pembayaran dividen perusahaan } \textit{defender}$

### **Return On Investment antara Perusahaan Prospector dan Defender**

Perusahaan *prospector* melakukan pengejaran pertumbuhan penjualan, peningkatan pasar, dan intensitasnya pertumbuhannya tinggi, sehingga perusahaan *prospector* berada di tahap pertumbuhan. Sedangkan perusahaan *defender* menekankan pada aspek efisiensi berada pada fase kematangan, sebab pada fase inilah sangat beralasan untuk diterapkan pengontrolan biaya secara ketat. Anderson dan Zeithml (1984) menjelaskan bahwa perusahaan yang berada pada fase pertumbuhan masih berada pada tahap membangun (*build*) yang masih terus menerus melakukan investasi. Sedangkan perusahaan yang berada pada fase kematangan dan penurunan, berada pada tahap memanen (*harvest*), sehingga mempunyai ROI yang lebih besar. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

$H_4 =$  Rata-rata ROI pada perusahaan *prospector* lebih kecil daripada rata-rata ROI pada perusahaan *defender*

### **Cumulative Abnormal Return antara Perusahaan Prospector dan Defender**

Untuk melihat apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik atau tidak, investor menganalisis laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengukuran kinerja perusahaan berdasarkan kondisi perusahaan selama setahun yang terangkum lengkap dalam laporan keuangan.

Pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* adalah berbeda sehingga akan menerima respon yang berbeda pula dari pasar saham (Habbe dan Hartono, 2001). Reaksi pasar pada perusahaan *prospector* akan lebih tinggi karena perusahaan *prospector* memiliki pertumbuhan laba dan penjualan yang relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan *defender*. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

$H_5 =$  Reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* lebih besar daripada reaksi pasar terhadap perusahaan *defender*

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

Pengukuran kinerja akuntansi yang terimplikasi oleh strategi organisasi, digunakan empat variabel, yaitu pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *dividend payout*, dan *return on investment* (ROI), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} dIBED &= (IBED_t - IBED_{t-1}) / MVE_{t-1} \\ dSG &= (SG_t - SG_{t-1}) / SG_{t-1} \\ DP &= DPS / EPS \\ ROI &= EAT / TA \end{aligned}$$

#### **Keterangan:**

$dIBED$	= Pertumbuhan Laba
$IBED_t$	= Laba sebelum pajak, tidak termasuk <i>extraordinary items</i> , dan <i>discontinued operations</i> pada tahun t
$IBED_{t-1}$	= Laba sebelum pajak, tidak termasuk <i>extraordinary items</i> , dan <i>discontinued operations</i> pada tahun t-1
$MVE_{t-1}$	= Nilai Pasar Ekuitas pada akhir tahun t-1
$dSG$	= Pertumbuhan Penjualan
$SG_t$	= Total Penjualan Bersih pada tahun t
$SG_{t-1}$	= Total Penjualan Bersih pada tahun t-1
$DP$	= <i>Dividend Payout Ratio</i>
$DPS$	= Dividen per lembar Saham
$EPS$	= Laba per lembar Saham
$ROI$	= <i>Return On Investment</i>
$EAT$	= Laba bersih sesudah Pajak
$TA$	= Total Aktiva

Reaksi pasar diukur menggunakan *cumulative abnormal return* selama periode jendela. Periode jendela dalam penelitian ini adalah lima belas hari (-7, -6, -5, -4, -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) seputar tanggal publikasi laporan keuangan auditan perusahaan sampel.

### Populasi

Populasi yang dipilih merupakan seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode *purposive sampling* digunakan untuk pemilihan sampel, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan tujuan dari kriteria yang ditentukan.

Berikut kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel:

1. Sampel telah terdaftar di BEI sejak Maret 2005 atau sebelumnya
2. Sampel tergolong dalam perusahaan manufaktur menurut klasifikasi *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)
3. Sampel adalah perusahaan yang sudah menerbitkan laporan keuangan auditan (*annual report*) berturut-turut selama tahun 2006-2010
4. Laporan keuangan tersebut berakhir tanggal 31 Desember dan dinyatakan dalam rupiah
5. Perusahaan membagikan dividen berturut-turut dari 2006-2010

Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai sampel dikarenakan terdapat unsur perhitungan *capital expenditure* di dalam perusahaan manufaktur, yang dipakai sebagai salah satu kriteria pengidentifikasian sampel perusahaan tipe *prospector* dan *defender*.

### Seleksi Perusahaan *Prospector* dan *Defender*

Metoda penentuan sampel merupakan penggolongan perusahaan menjadi *prospector* dan *defender* dapat dilakukan dengan menggunakan empat proksi, yaitu: jumlah karyawan dibagi penjualan (KARPEN), *price to book value* (PBV), *capital expenditure* dibagi *market value of equity* (CEMVE), dan *capital expenditure* dibagi total aset (CETA) (Habbe dan Hartono (2001) diambil dari penelitian Skinner (1993) serta Kallapur dan Trombley (1999). Nilai keempat proksi tersebut dianalisis menggunakan *common factor analysis*, yaitu model faktor dimana faktor-faktor didasarkan pada suatu pengurangan matriks korelasi.

$$\begin{aligned} \text{KARPEN} &= \text{KAR/PEN} \\ \text{PBV} &= \text{MV/BV} \\ \text{CETA} &= (\text{CE}_t - \text{CE}_{t-1}) / \text{TAt-1} \\ \text{CEMVA} &= (\text{CE}_t - \text{CE}_{t-1}) / \text{MVE}_{t-1} \end{aligned}$$

#### Keterangan:

KAR	= Total karyawan
PENJ	= Total penjualan bersih
MV	= Harga pasar per lembar saham
BV	= Nilai buku per lembar saham
CE <sub>t</sub>	= <i>Capital Expenditure</i> tahun t
CE <sub>t-1</sub>	= <i>Capital Expenditure</i> tahun t-1
TAt-1	= Total aset tahun t-1
MVE <sub>t-1</sub>	= Nilai pasar ekuitas akhir tahun t-1

### Metode Analisis

Kelima hipotesis diuji dengan menggunakan uji beda dua sampel independen (*two independent samples*). Sebelum dilakukan uji beda dua sampel independen, dilakukan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*. Bila data terdistribusi normal, pengujian hipotesis menggunakan *T-Test*. Bila sebaliknya, data tidak terdistribusi normal, uji hipotesis menggunakan statistik non-parametrik, yaitu *Mann-Whitney U Test*.



## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Sampel Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan untuk periode 2006-2010 dan telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam *purposive sampling*. Dari 425 perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan di BEI sejak tahun 2006 sampai dengan tahun 2010, terdapat 30 perusahaan yang memenuhi kriteria.

**Tabel 1**  
**Sampel Penelitian**

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di BEI sampai dengan akhir tahun 2010	425
2	Perusahaan bukan manufaktur	(278)
3	Perusahaan manufaktur menurut klasifikasi ICMD yang terdaftar di BEI	147
4	Laporan Keuangan bukan dinyatakan dalam rupiah	(10)
5	Perusahaan mulai terdaftar di BEI sesudah tahun 2006	(12)
6	Perusahaan tidak menerbitkan laporan keuangan berturut-turut dari 2006-2010	(36)
7	Data tidak tersedia	(4)
8	Laporan Keuangan tidak berakhir 31 Desember	(2)
9	Data tidak lengkap	(53)
10	Perusahaan memenuhi kriteria	30
11	Tidak Termasuk perusahaan <i>prospector</i> dan <i>defender</i>	(10)
<b>Perusahaan yang terpilih sebagai sampel (masing-masing 10 <i>prospector</i> dan 10 <i>defender</i>)</b>		<b>20</b>

## Hasil Penelitian

### Seleksi Perusahaan Bertipologi *Prospector* dan *Defender*

**Tabel 2**  
**Common Factor Analysis Variabel Indikator Strategi Organisasional**

	Communalities		Total Variance Explained		Factor Matrix	
	Extraction	Factor	Total		Factor	
					1	2
KARPEN	,158	1	1,651	KARPEN	-,084	-,389
PBV	,222	2	1,177	PBC	,023	,470
CETA	,698	3	,819	CETA	,834	-,043
CEMVE	,587	4	,353	CEMVE	,766	-,010

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. Attempted to extract 2 factors.  
More than 25 iterations required.  
(Convergence=,002). Extraction was terminated.

Nilai *communalities* merupakan indikator individual dari strategi organisasional. *Communalities* digunakan untuk menentukan jumlah faktor representasi atas variabel-variabel asli. Jumlah keempat nilai *communalities* sebesar 1,67. Untuk mencapai nilai tersebut hanya dibutuhkan dua faktor saja yang mempunyai nilai *eigenvalues* di atas satu, yaitu faktor satu (1,65) dan faktor dua (1,18) yang bila dijumlahkan sebesar 1,83. Hal ini sesuai dengan *the rule of thumb* bahwa jumlah faktor yang digunakan sebagai variabel representasi adalah sebanyak faktor yang

mempunyai nilai *eigenvalues* sama dengan atau lebih dari satu (Hair dkk. 1995 dalam Habbe, 2001).

Pengelompokkan perusahaan bertipologi *prospector* atau *defender* ditentukan berdasarkan pada penjumlahan indeks kedua faktor tersebut (factor1 + factor2). Penjumlahan indeks ini (fac\_sum) kemudian diperingkat. Sepertiga peringkat pertama diidentifikasi sebagai perusahaan bertipologi *defender* dan sepertiga terakhir diidentifikasi sebagai perusahaan bertipologi *prospector* (Habbe dan Hartono, 2001). Dengan prosedur ini diidentifikasi masing-masing 10 perusahaan bertipologi *defender* dan *prospector*, dari 30 perusahaan.

### Analisis Deskriptif

**Tabel 3**  
**Statistik Deskriptif Pertumbuhan Laba dan Pertumbuhan Penjualan**

<i>DIBED DEFENDER</i>		<i>DSG DEFENDER</i>	
Mean	0,051339	Mean	0,231977
Standard Error	0,010859	Standard Error	0,032564
Median	0,03936	Median	0,198652
Mode	#N/A	Mode	#N/A
Standard Deviation	0,03434	Standard Deviation	0,102976
Sample Variance	0,001179	Sample Variance	0,010604
Kurtosis	-0,7534	Kurtosis	-1,20437
Skewness	0,814184	Skewness	0,69638
Range	0,096931	Range	0,274967
Minimum	0,009683	Minimum	0,13083
Maximum	0,106614	Maximum	0,405797
Sum	0,513391	Sum	2,319774
Count	10	Count	10
Confidence Level(95,0%)	0,024566	Confidence Level(95,0%)	0,073665

  

<i>DIBED PROSPECTOR</i>		<i>DSG PROSPECTOR</i>	
Mean	0,037743	Mean	0,123943
Standard Error	0,012271	Standard Error	0,016356
Median	0,037856	Median	0,115641
Mode	#N/A	Mode	#N/A
Standard Deviation	0,038803	Standard Deviation	0,051724
Sample Variance	0,001506	Sample Variance	0,002675
Kurtosis	1,769751	Kurtosis	3,305149
Skewness	-1,02944	Skewness	0,747642
Range	0,132292	Range	0,2078
Minimum	-0,04794	Minimum	0,031227
Maximum	0,084349	Maximum	0,239027
Sum	0,377433	Sum	1,239433
Count	10	Count	10
Confidence Level(95,0%)	0,027758	Confidence Level(95,0%)	0,037001

Rata-rata pertumbuhan laba (DIBED) perusahaan bertipologi *prospector* (0,04) lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan laba perusahaan bertipologi *defender* (0,05). Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Rata-rata pertumbuhan penjualan (DSG) perusahaan bertipologi *prospector* (0,12) lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan laba perusahaan bertipologi *defender* (0,23). Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

**Tabel 4**  
**Statistik Deskriptif Dividend Payout Ratio dan Return on Investment**

<i>DP DEFENDER</i>		<i>ROI DEFENDER</i>	
Mean	0,556326	Mean	0,18321
Standard Error	0,126641	Standard Error	0,097472
Median	0,388491	Median	0,094642
Mode	#N/A	Mode	#N/A
Standard Deviation	0,400474	Standard Deviation	0,308234
Sample Variance	0,16038	Sample Variance	0,095008
Kurtosis	0,897558	Kurtosis	9,004021
Skewness	1,277071	Skewness	2,956814
Range	1,203118	Range	1,020779
Minimum	0,208822	Minimum	0,0235
Maximum	1,41194	Maximum	1,044279
Sum	5,563258	Sum	1,8321
Count	10	Count	10
Confidence Level(95,0%)	0,286482	Confidence Level(95,0%)	0,220497
<i>DP PROSPECTOR</i>		<i>ROI PROSPECTOR</i>	
Mean	0,369647	Mean	0,084296
Standard Error	0,054959	Standard Error	0,009614
Median	0,364312	Median	0,086806
Mode	#N/A	Mode	#N/A
Standard Deviation	0,173795	Standard Deviation	0,030403
Sample Variance	0,030205	Sample Variance	0,000924
Kurtosis	-1,36239	Kurtosis	-1,20281
Skewness	-0,17722	Skewness	-0,34347
Range	0,494631	Range	0,087449
Minimum	0,087267	Minimum	0,038051
Maximum	0,581898	Maximum	0,1255
Sum	3,696471	Sum	0,842959
Count	10	Count	10
Confidence Level(95,0%)	0,124326	Confidence Level(95,0%)	0,021749

Rata-rata *dividend payout ratio* (DP) pada perusahaan *prospector* (0,37) lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata *dividend payout ratio* perusahaan *defender* (0,56). Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.



Rata-rata *return on investment* (ROI) perusahaan bertipologi *prospector* lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata *return on investment* (0,08) perusahaan bertipologi *defender* (0,18). Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

**Tabel 5**  
Statistik Deskriptif *Cumulative Abnormal Return*

CAR DEFENDER		CAR PROSPECTOR	
Mean	0,007099	Mean	0,012921
Standard Error	0,014874	Standard Error	0,020492
Median	0,00201	Median	0,002872
Mode	#N/A	Mode	#N/A
Standard Deviation	0,047035	Standard Deviation	0,064801
Sample Variance	0,002212	Sample Variance	0,004199
Kurtosis	1,18953	Kurtosis	2,097216
Skewness	0,39497	Skewness	1,244498
Range	0,173983	Range	0,221833
Minimum	-0,07415	Minimum	-0,06348
Maximum	0,099832	Maximum	0,158356
Sum	0,070993	Sum	0,129211
Count	10	Count	10
Confidence Level(95,0%)	0,033647	Confidence Level(95,0%)	0,046356

Rata-rata *cumulative abnormal return* (CAR) perusahaan bertipologi *prospector* (0,013) lebih besar dibandingkan dengan rata-rata *cumulative abnormal return* perusahaan bertipologi *defender* (0,007). Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

### Pengujian Asumsi Klasik Normalitas Data

**Tabel 6**  
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Two-Sample Kolmogorov Smirnov				
		DIBED	DSG	DP	ROI	CAR
Most	Absolute	,200	,700	,300	,200	,100
Extreme	Positive	,100	0,000	,100	,200	,100
Differences	Negative	-,200	-,700	-,300	-,200	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		,447	1,565	,671	,447	,224
Asymp. Sig. (2-tailed)		,988	,015	,759	,988	1,000

a. Grouping Variable: STRATEGI

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk uji normalitas pada data hipotesis. Dasar penarikan kesimpulan adalah data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymptotic Significance* > 0,05. Bila dari hasil *test* menunjukkan nilai di bawah 0,05, maka data terdistribusi tidak normal karena tidak memenuhi asumsi normalitas, sehingga hipotesis diuji dengan menggunakan statistik non-parametrik, yaitu *Mann-Whitney U-Test*. Bila hasil *test* menunjukkan nilai di atas 0,05, maka data terdistribusi normal sehingga hipotesis diuji dengan menggunakan statistik parametrik, yaitu *T-Test*.

Berdasarkan hasil di atas, maka variabel DIBED, DP, ROI, dan CAR diuji menggunakan uji statistik parametrik, *T-Test*. Variabel DSG diuji menggunakan statistik non parametrik, *Mann-Whitney U-Test*

### Uji Beda

Melalui pengujian ini, dapat diketahui signifikansi perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang saling tidak berhubungan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *prospector* dan *defender*)
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (terdapat perbedaan yang signifikan antara *prospector* dan *defender*)

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Beda *T-Test***

<b>Independent Samples Test</b>			
		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
DIBED	Equal variances assumed	,007	,935
	Equal variances not assumed		
DP	Equal variances assumed	5,232	,034
	Equal variances not assumed		
ROI	Equal variances assumed	4,091	,058
	Equal variances not assumed		
CAR	Equal variances assumed	,500	,489
	Equal variances not assumed		

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Beda *Mann-Whitney***

<b>Test Statistics</b>	
Mann-Whitney U	DSG 12,500
Wilcoxon W	67,500
Z	-2,844
Asymp. Sig. (2-tailed)	,004
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,003 <sup>b</sup>

a. Grouping Variable: STRATEGI

b. Not corrected for ties.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan *dividend payout ratio* pada perusahaan *defender* dan perusahaan *prospector* memiliki perbedaan yang signifikan. Pertumbuhan laba, *return on investment*, dan *cumulative abnormal return* tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Hipotesis pertama menyatakan bahwa rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *defender* lebih besar daripada perusahaan *prospector*. Perusahaan bertipologi *defender* yang berada di tahap kematangan, berfokus pada aspek keuangan dan produksi yang mementingkan penggunaan

teknologi secara efisien, sehingga menghasilkan laba yang tinggi. Berdasarkan pendekatan dengan *life cycle theory*, perusahaan bertipologi *prospector* berada di tahap pertumbuhan. Pengembangan pada fase ini membutuhkan dana yang sangat banyak untuk mencapai *differentiation* yang merupakan *key success factor*. Perusahaan *prospector* mengutamakan aspek produk, sehingga pengeluaran riset dan pengembangan (R & D) serta *capital expenditure* perusahaan *prospector* lebih tinggi dibandingkan perusahaan *defender*. Sehingga *performance* tentang efisiensi dan *profit* tidaklah terlalu penting dibandingkan dengan upaya untuk memelihara kepemimpinan industri tentang inovasi produk. Untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, perusahaan harus menunjukkan efisiensinya, sehingga menghasilkan keuntungan (Marilena dan Alice, 2012). Pada penelitian ini pertumbuhan laba perusahaan bertipologi *defender* lebih besar dibandingkan pertumbuhan laba pada perusahaan *prospector*, walaupun perbedaannya tidak signifikan. Kemungkinan terdapat berbagai faktor internal maupun eksternal yang menyebabkan perusahaan bertipologi *defender* memiliki pertumbuhan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan bertipologi *prospector*.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan (DSG) perusahaan *defender* lebih besar daripada perusahaan *prospector*. Perusahaan bertipologi *defender* mempertahankan produk dan pangsa pasar yang telah dikuasai dengan cara membuat produk atau jasa yang berkualitas baik dengan harga yang terjangkau karena melakukan pengontrolan biaya yang ketat, seperti pencapaian *economic of scale productions* untuk mendapatkan biaya per unit yang rendah. Pada hakekatnya, harga ditentukan oleh biaya produk (Basu Swastha dan Irawan, 2001). Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Sesuai dengan karakteristik perusahaan yang berada di fase kematangan akan mengalami penjualan yang memuncak.

Perusahaan *prospector* yang berada di fase pertumbuhan, menjual produk *differentiation* dengan harga yang lebih tinggi karena tingginya biaya riset dan pengembangan (R&D) yang dikeluarkan untuk mencapai *differentiation product*. Sehingga *performance* tentang efisiensi dan *profit* tidaklah terlalu penting dibandingkan dengan upaya untuk memelihara kepemimpinan industri tentang inovasi produk. Pada penelitian pertumbuhan penjualan pada perusahaan bertipologi *defender* lebih besar dibandingkan pertumbuhan penjualan pada perusahaan bertipologi *prospector*. Kemungkinan terdapat berbagai faktor internal maupun eksternal yang menyebabkan perusahaan bertipologi *defender* memiliki pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan bertipologi *prospector*.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa rata-rata *dividend payout* (DP) perusahaan *prospector* lebih kecil daripada perusahaan *defender*. Dividen akan membesar pada fase kematangan karena pada fase pengenalan dan pertumbuhan, perusahaan masih fokus terhadap peningkatan laba dan likuiditas serta penjualan, sehingga perusahaan belum bisa membagikan dividen. Sama halnya dengan karakteristik perusahaan bertipologi *prospector* yang masih terus tumbuh karena selalu mengikuti perkembangan jaman, menciptakan produk yang berbeda, sehingga biaya riset dan pengembangan besar. Perusahaan *prospector* memberikan dividen kepada pemegang saham relatif lebih kecil karena mengantisipasi reinvestasi dan pengembangan produk.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa rata-rata *return on investment* (ROI) perusahaan *prospector* lebih kecil daripada perusahaan *defender*. Namun penelitian ini menemukan bukti bahwa perbedaan *return on investment* antara perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* tidak signifikan. Anderson dan Zeithml (1984) yang menyatakan bahwa pada fase pengenalan dan pertumbuhan, perusahaan masih berada pada tahap membangun (*build*) yang masih terus melakukan investasi.

Sedangkan pada fase kematangan dan penurunan, yaitu perusahaan *defender* mempunyai ROI yang lebih besar karena pada fase kematangan dan penurunan, perusahaan sudah pada tahap memanen (*harvest*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan *return on investment* antara perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* tidak signifikan. Bisnis ini mungkin dioperasikan di industri yang dimana kompetisi tidak memerlukan investasi dan beban yang tinggi (Anderson dan Zeithml, 1984).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*, walaupun perbedaan tersebut tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *investor* memberikan respon yang sama terhadap publikasi laporan keuangan atau hasil dari kinerja perusahaan *prospector* dan *defender*. Saraswati dan Atmini (2007) serta Habbe dan Hartono (2001) menjelaskan bahwa perbedaan reaksi pasar yang tidak signifikan terhadap perusahaan *prospector* dan *defender* dikarenakan investor di Indonesia adalah *investor naive* dan kurang rasional.

## KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Habbe dan Hartono (2001) dan Saraswati dan Atmini (2007) yaitu menganalisis reaksi pasar terhadap pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender* dengan menambahkan variabel ROI sebagai indikator pengukuran kinerja.

Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diberikan berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan antara rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan antara *dividend payout* perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata *return on investment* perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata *cumulative abnormal return* perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa tidak ada perbedaan rata-rata pertumbuhan laba, rata-rata *return on investment*, dan reaksi pasar antara perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*. Penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan dan pembayaran dividen perusahaan *defender* lebih besar dibandingkan perusahaan *prospector*.

## REFERENSI

- Anderson, R. Carl dan C. P. Zeithml. 1984. "Stage of Product Life Cycle, Business Strategy and Business Performance." *Academy of Management Journal*. Vol.27, p.5-24.
- Habbe, A. H dan J. Hartono. 2001. "Studi terhadap Pengukuran Kinerja Akuntansi Perusahaan Prospector dan Defender dan Hubungannya dengan Harga Saham: Analisis dengan Pendekatan Life Cycle Theory", *Jurnal Akuntansi dan Riset Indonesia*, Vol. 4 No. 1, Januari, p. 111-132.
- Hitt, A. M, R. D. Ireland, dan R.E Hoskisson. 2001. "*Strategic Management Competitiveness and Globalization Concepts*". South-Western College. United States of America.
- Ittner, C. , L. David dan M. Rajan. 1997. "The Choice of Performance Measures in Annual Bonus Contracts", *The Accounting Review*, vol 72 No.2 (April) p.231-255.
- Johnson, G. dan K. Scholes. n.d. "Pengertian Strategi". <http://strategika.wordpress.com/2007/06/24/pengertian-strategi/>.
- Juanda, Ahmad. 2008. "Analisis Tipologi Strategi dalam Menghadapi Risiko Litigasi Pada Perusahaan Go Publik di Indonesia." <http://research-report.umm.ac.id>.
- Marilena, Z. dan T. Alice. "The Profit and Loss Account-Major Tool for The Analysis of The Company's Performance". *Social and Behavioral Sciences*, Vol 62, pp. 382-387.
- Miles, R. dan C.C Snow. 1978. "Organizational Strategy, Structure, and Process."
- Porter, E. M. 1980. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Diterjemahkan oleh Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Porter, E. M. 1985. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta



Saraswati, E. & S. Atmini. 2007. “*Reaksi Pasar Terhadap Pengukuran Kinerja Akuntansi Perusahaan Prospector dan Defender: Bukti Tambahan Untuk Periode Setelah Krisis*”. <http://smartaccounting.files.wordpress.com/2011/03/akpm14.pdf>.