

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kinerja perusahaan merupakan gambaran sebuah hasil yang dapat dicapai oleh suatu perusahaan yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kinerja perusahaan dapat menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini. Keadaan tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan pengembangan usaha dan inovasi terhadap bisnisnya agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menyusun strategi baru yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan dapat bersaing di pasar ekonomi. Dalam suatu perusahaan, manajemen memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan untuk kemakmuran pemegang saham.

Salah satu alternatif strategi yang dapat digunakan oleh manajer dalam pengambilan keputusan adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan cara memperluas segmen usaha terkait dengan perluasan segmen geografis, perluasan lini produk, dan perluasan wilayah pemasaran produk (Chriselly dan Mulyani, 2016). Sedangkan menurut Sari, Wiratno, dan Suyono (2014), strategi

diversifikasi merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan melakukan ekspansi dan memperluas pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka lini usaha baru, membuka kantor cabang, melakukan merger dan akuisisi yang bertujuan untuk meningkatkan skala ekonomis. Tujuan perusahaan menerapkan strategi diversifikasi adalah untuk memaksimalkan ukuran perusahaan dan keragaman produk. Jika ukuran perusahaan besar maka kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan akan besar karena memiliki pangsa pasar yang besar. Faktor lain yang membuat perusahaan melakukan diversifikasi adalah karena adanya perubahan yang cepat pada teknologi, produk, dan preferensi pembeli yang dapat memperlemah suatu industri tertentu. Diversifikasi akan menguntungkan ketika perusahaan berada di suatu industri yang pertumbuhannya lambat dan saat pasar sudah jenuh dengan produk yang dimiliki perusahaan saat ini (David, 2009:261). Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan harus bisa mencari peluang pasar dan mengatasi adanya perubahan yang terjadi.

Menurut Coulter (2002, dalam Kurniasari, 2014), diversifikasi merupakan strategi pertumbuhan yang dilakukan dengan ekspansi operasi di industri yang berbeda. Perusahaan yang hanya berfokus pada satu industri tunggal akan lebih berisiko karena meletakkan risiko pada satu industri saja (David, 2009:261). Strategi diversifikasi dinilai dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena melalui diversifikasi perusahaan akan menyebarkan risiko dengan memiliki

beberapa produk sehingga perusahaan tidak hanya bergantung pada satu segmen usaha saja. Hal ini berarti jika salah satu segmen perusahaan mengalami kerugian maka perusahaan dapat menutup kerugian melalui keuntungan yang diperoleh dari segmen usaha yang lain (Kurniasari, 2011). Perusahaan yang berada pada segmen tunggal akan memiliki risiko yang lebih tinggi karena pada saat pasar sudah jenuh, penjualan produk perusahaan akan mengalami penurunan diikuti dengan penurunan pada laba perusahaan. Laba yang tinggi akan menunjukkan kinerja perusahaan yang tinggi, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi positif pemegang saham terhadap perusahaan. Manajer berpendapat bahwa ketika perusahaan dapat menerapkan strategi diversifikasi secara efektif dan dikelola dengan tepat maka akan meningkatkan kinerja perusahaan dan sekaligus dapat memberikan keunggulan bersaing. Perusahaan menganggap bahwa dengan memiliki usaha yang beragam maka dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Hitt *et al*, 2007:173; dalam Chriselly dan Mulyani, 2016).

Informasi mengenai pelaporan segmen usaha diatur dalam PSAK Nomor 5 revisi 2017 yang menyatakan bahwa, setiap perusahaan yang memiliki berbagai segmen usaha dan geografis wajib melakukan pengungkapan jika masing-masing segmen memenuhi kriteria penjualan, aset, dan laba usaha tertentu yang merupakan bagian dari laporan keuangan yang diterbitkan. Pengungkapan informasi tersebut digunakan pengguna laporan keuangan untuk melakukan evaluasi terhadap aktivitas bisnis perusahaan. Perusahaan

dapat melakukan evaluasi apakah kinerja perusahaan sudah dikelola secara efektif dan efisien dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Strategi diversifikasi merupakan strategi yang dipilih oleh manajer karena dianggap dapat meningkatkan keunggulan bisnis perusahaan dari pesaing dan dapat bersaing di pasar pertumbuhan ekonomi yang cepat. Pada negara berkembang strategi diversifikasi dilakukan dengan dua metode yaitu melalui pertumbuhan internal dengan pengembangan bisnis dan penggunaan aset bersama atau pertumbuhan eksternal dengan melakukan akuisisi (Wisnuwardhana dan Diyanty, 2015).

Penerapan strategi diversifikasi memerlukan biaya yang besar sehingga dapat memicu terjadinya perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Teori keagenan menggambarkan adanya suatu hubungan kontrak antara prinsipal yang memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan terbaik untuk kesejahteraan dan kemakmuran prinsipal (Jensen dan Meckling, 1976). Berdasarkan teori keagenan pemegang saham digambarkan sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat konflik kepentingan antara pemegang saham dan manajer yang ingin memaksimalkan kemakmuran dan kepentingannya masing-masing. Pemegang saham umumnya menginginkan kinerja keuangan perusahaan dapat dikelola secara efektif agar diperoleh laba yang tinggi sehingga return yang diterima oleh pemegang saham juga tinggi. Namun, terdapat anggapan bahwa keputusan manajer untuk menggunakan strategi diversifikasi tidak

bertujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham atau hanya untuk kepentingan pribadi manajer saja.

Sampai saat ini masih terdapat perdebatan mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan. Sari, Wiratno, dan Suyono (2014), menyatakan bahwa strategi diversifikasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wisnuwardhana dan Diyanty (2015) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan kuadrat antara strategi diversifikasi dengan kinerja perusahaan yang menunjukkan bahwa strategi diversifikasi memberikan efek positif terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi penambahan segmen bisnis pada suatu titik tertentu akan mengakibatkan kinerja perusahaan turun. Penelitian yang dilakukan oleh Chriselly dan Mulyani (2016) mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan yang dimoderasi oleh kepemilikan manajerial, memberikan hasil bahwa strategi diversifikasi berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Azis, Hermawan, dan Rossieta (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa strategi diversifikasi dapat memperlemah pengaruh positif kompensasi direksi terhadap kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Syahida, Fadilah, dan Helliana (2017) dan Kurniasari (2011) menyatakan bahwa, strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Ketidak konsistenan hasil penelitian mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan membuat peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian kembali apakah strategi diversifikasi memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2016. Alasan perusahaan manufaktur dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini karena strategi diversifikasi banyak digunakan oleh perusahaan manufaktur yang memiliki produk yang lebih beragam dibandingkan perusahaan pada sektor lain.

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*) dan pertumbuhan perusahaan (*growth*). Kedua variabel tersebut digunakan karena memiliki hubungan yang erat dengan strategi diversifikasi dan kinerja perusahaan karena pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan (*size*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar ukuran suatu perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Penelitian ini mengukur ukuran perusahaan (*size*) dengan menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan ukuran keberhasilan perusahaan yang digunakan untuk melihat pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang (Meidiyustiani, 2016). Nilai pertumbuhan perusahaan yang tinggi dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kinerja yang tinggi. *Growth* diukur dengan

menggunakan perubahan penjualan perusahaan tahun ini dengan penjualan perusahaan periode sebelumnya dibagi dengan penjualan periode sebelumnya.

1.2. Manfaat Penelitian

1.2.1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur di bidang akuntansi manajemen dan strategi terkait dengan pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.2.2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai evaluasi dalam penerapan strategi diversifikasi.

b. Bagi investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang.

1.3. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab satu berisi penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi penjelasan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis penelitian, dan model analisis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab 3 berisi penjelasan mengenai desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4 ANALISIS PEMBAHASAN

Bab empat berisi penjelasan tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi penjelasan mengenai kesimpulan, keterbatasan, dan saran penelitian.