

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha suatu perusahaan. Perusahaan saling bersaing dalam mengembangkan strategi usahanya untuk menjadi yang paling unggul diantara para pesaingnya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata para pemangku kepentingan. Apalagi di era sekarang ini atau yang lebih dikenal sebagai era Revolusi Industri 4.0 menuntut suatu organisasi untuk lebih inovatif dalam menjalankan bisnisnya. Ali Ghufron Mukti, Direktur Biro Sumber Daya Iptek Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, mengatakan untuk bisa bertahan di era Revolusi Industri 4.0 sangat perlu menerapkan formula 4C di setiap organisasi. Ia mengatakan formula 4C adalah pemikiran kritis (*critical thinking*), kreasi (*creativity*), komunikasi (*communication*) dan kolaborasi (*collaboration*). Di era digital saat ini, tingkat inovasi dan kreativitas yang lebih tinggi sangat penting di setiap organisasi. Teori inovasi biasanya menentukan bahwa ruang lingkup inovasi lebih luas daripada ruang lingkup kreativitas dan mencakup implementasi gagasan yang dibuat dalam organisasi. Kondisi yang sedemikian menuntut perusahaan untuk melakukan berbagai strategi usaha untuk menyiasati persaingan bisnis yang semakin kompleks dengan mengembangkan maupun memperluas lini usahanya sehingga dapat memperbaiki kinerja dan memperoleh pangsa yang lebih besar (Aryati, 2013). Terdapat berbagai strategi yang dapat dipilih oleh suatu

perusahaan untuk menambah nilai dan daya saing perusahaan yaitu dengan menerapkan diversifikasi pada perusahaan yang dimilikinya.

Diversifikasi dapat diartikan sebagai upaya perusahaan dalam meningkatkan strategi bisnisnya dengan memperluas atau meningkatkan jumlah segmen baik secara industri maupun geografis. Perusahaan yang terdiversifikasi biasanya melakukan strategi bisnisnya dengan melakukan berbagai kerjasama dan mengembangkan lini produknya. Pemilihan strategi diversifikasi menjadi tindakan yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam mengatasi masalah persaingan bisnis yang semakin tinggi sehingga diperlukan strategi untuk memperkuat keunggulan bersaing dengan para kompetitornya (Deandra, 2016). Selain itu strategi ini juga diterapkan karena adanya kondisi tertentu yang dialami perusahaan seperti ketika terjadi penurunan pendapatan dan pertumbuhan pada industri awal perusahaan.

Dalam penerapan strategi diversifikasi terdapat berbagai macam upaya yang dapat dilakukan manajemen, menurut Putranto (2019) terdapat 2 metode utama di Indonesia dalam melakukan diversifikasi, yaitu pertumbuhan internal melalui ekspansi bisnis serta pemanfaatan asset secara bersama atau melalui pertumbuhan eksternal yaitu melalui akuisisi dan merger atau lebih dikenal sebagai diversifikasi usaha dan diversifikasi geografis. Deandra (2016) menyatakan diversifikasi usaha sebagai upaya manajemen dalam mengembangkan usahanya dengan cara melakukan pengembangan produk yang inovatif dan bervariasi. Pengembangan produk ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk yang sudah ada ataupun dengan memberikan gebrakan produk baru yang lebih bervariasi untuk usahanya. Sedangkan diversifikasi geografis menurut Harto (2005) yaitu upaya

pengembangan bisnis yang dapat dilakukan dengan membuka pangsa pasar baru, memperluas wilayah pemasaran produk, menciptakan produk yang baru, menjalin kerja sama dengan cara merger atau akuisisi dan dengan cara lainnya.

Penerapan strategi diversifikasi bertujuan untuk meningkatkan pendapatan atau profit yang diperoleh dari berbagai segmen usaha yang dimiliki dengan meningkatkan ukuran perusahaan dan keberagaman usaha atau yang lebih dikenal sebagai strategi diversifikasi geografis. Menurut Lupitasari (2012), suatu perusahaan yang terdiversifikasi akan menjadi perusahaan multi bisnis yang tidak hanya menjalankan satu usaha, tetapi semakin banyak jenis usaha yang dimiliki maka semakin banyak pula sumber pendapatan yang diperoleh perusahaan. Dengan adanya keberagaman segmen maupun lini produk yang ada maka tidak menutup kemungkinan suatu perusahaan akan menghasilkan laba yang tinggi. Jurica (2017) menyebutkan bahwa kemampuan menghasilkan laba disebut profitabilitas dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi yang ditanam dan dari penjualan yang dilakukan.

Kusmawati (2005) mengemukakan bahwa untuk memuaskan pemilik perusahaan diperlukan keputusan investasi yang stabil, yaitu memaksimalkan keuntungan perusahaan; Keragaman, sehingga mencapai kepuasan manajemen keputusan investasi. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu. Secara umum nilai profitabilitas organisasi dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja perusahaan itu sendiri, sehingga dalam penelitian ini kinerja dihitung dengan menggunakan *return on equity* (ROE).

Selain diversifikasi, karakteristik perusahaan juga berdampak pada kinerja perusahaan yang digambarkan dengan leverage. Semakin tinggi nilai leverage suatu perusahaan maka semakin tinggi pula debt ratio yang dimiliki perusahaan tersebut. Rasio leverage yang tinggi menunjukkan adanya peluang investasi yang lebih tinggi dengan menggunakan dana eksternal kreditor (Deandra, 2016). Leverage dipilih karena suatu organisasi dapat menjalankan bisnis apabila perusahaan memiliki biaya atau modal yang mencukupi guna menunjang jalannya operasional perusahaan. Maka dari itu untuk mencukupi kebutuhan modal tersebut perusahaan membutuhkan sumber modal (pendanaan) internal dan eksternal. Menurut Sari (2014) perusahaan dalam menghasilkan laba memerlukan asupan modal dari berbagai sisi baik modal yang terdiri dari modal sendiri, modal dari pemangku kepentingan serta pinjaman dari pihak lain. Kebutuhan akan modal (hutang) perusahaan untuk membiayai kegiatan operasinya akan mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut. Rasio utang yang tinggi pada perusahaan akan mengakibatkan rendahnya aktivitas perusahaan dalam mengelola dan memperbaiki kinerja perusahaan karena laba dari penjualan perusahaan akan dialokasikan untuk menurunkan risiko keuangan perusahaan. Deandra (2016) mengungkapkan bahwa untuk mengukur besarnya dana yang bersumber dari modal sendiri maupun hutang dan pinjaman dalam penelitian ini menggunakan leverage. Rasio leverage yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan Debt Ratio (DR).

Dampak strategi diversifikasi dan leverage terhadap kinerja perusahaan telah diteliti oleh beberapa peneliti, Menurut Kusmawati (2005), diversifikasi bisnis berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Dari penelitian tersebut diperoleh

hasil bahwa perusahaan dengan usaha yang terdiversifikasi memiliki kinerja yang lebih baik daripada perusahaan tanpa diversifikasi. Studi tersebut juga menemukan bahwa perusahaan yang tidak melakukan diversifikasi memiliki tingkat pengembalian yang lebih rendah. Pada penelitian tersebut juga menemukan terjadi penurunan *return* pada perusahaan yang tidak melakukan diversifikasi usaha. Akan tetapi terdapat hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Jurica (2017) dimana diversifikasi perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Hasil tersebut disebabkan karena perusahaan yang memiliki beberapa segmen usaha seringkali melakukan mekanisme pendanaan antar segmen untuk menutupi kesulitan *cash flow* atau menderita kerugian pada segmen yang berbeda. Kemudian pada penelitian Sulastri (2014) mengungkapkan bahwa diversifikasi usaha tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan dimana semakin tinggi tingkat strategi diversifikasi tidak selalu mempengaruhi kinerja perusahaan dikarenakan dalam pengelolaan modal yang digunakan pada perusahaan berbeda-beda dan juga tergantung dengan segmen usahanya dalam menghasilkan pendapatan. Pada penelitian Satoto (2009) mengungkapkan bahwa diversifikasi dapat memperbaiki jumlah modal, mengurangi tingkat kebangkrutan dengan memasuki pasar baru dan memperbaiki asset serta profitabilitas. Kahloul (2010) dan Harto (2007) menemukan dalam penelitiannya bahwa leverage effect berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian Deliosh dan Beamish (2002) menunjukkan bahwa leverage perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Dari perbedaan hasil penelitian ini maka menarik untuk diteliti dampak diversifikasi dan leverage terhadap kinerja perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh perbedaan populasi, sampel, dan metode yang dipilih dalam penelitian. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Deandra (2016) yang meneliti tentang diversifikasi yang mempengaruhi kinerja manajemen dan sampel perusahaan yang digunakan dalam industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 hingga 2014. Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Strategi Diversifikasi dan Leverage Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Strategi Diversifikasi (DU) terhadap Kinerja Perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Diversifikasi Geografis (DG) terhadap Kinerja Perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *Debt Ratio* (DR) terhadap Kinerja Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Strategi Diversifikasi (DU) terhadap kinerja perusahaan.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial Diversifikasi Geografis (DG) terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial *Debt Ratio* (DR) terhadap kinerja perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan referensi maupun informasi untuk penelitian selanjutnya mengenai kinerja suatu perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Diharapkan juga dapat memberikan bukti secara empiris mengenai seberapa besar strategi diversifikasi dapat mempengaruhi kinerja perusahaan pada sektor manufaktur. Sehingga dapat mendorong bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian mengenai variabel yang sesuai dengan kinerja perusahaan.

2. Manfaat secara praktis

Selanjutnya dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap praktisi di bidang akuntansi yaitu menjadi bahan informasi mengenai kinerja perusahaan pada sektor manufaktur di Indonesia. Bagi investor dan perusahaan yaitu sebagai sumber informasi tambahan dan bahan pertimbangan untuk menentukan seberapa besar kinerja yang dihasilkan suatu perusahaan dan untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk dapat memilih strategi perusahaan yang baik dalam mengambil

keputusan atas investasi serta dapat memberikan pandangan dan informasi bagi masyarakat pada umumnya.