

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Krisis global yang baru-baru ini terjadi mempengaruhi keberadaan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Tidak sedikit perusahaan di Indonesia yang mengalami kerugian yang besar bahkan sampai gulung tikar akibat krisis global tersebut. Persaingan bisnis yang terus ketat menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan dari perusahaan pesaingnya terutama pada industri yang sama. Dalam menghadapi kondisi ekonomi yang dapat naik dan turun, perusahaan harus memiliki strategi bisnis masing-masing untuk dapat mempertahankan eksistensi dan terus berkembang.

Menurut Ansoff (1957) pada penelitian Sisca (2007), empat kombinasi produk atau pasar dalam *Ansoff Matrix* yang dapat menghasilkan empat pilihan strategi bisnis, antara lain :

- *Market Penetration* : *Existing products – Existing market*
- *Product Development* : *Existing market – New products*
- *Market Development* : *Existing products - New market*
- *Diversification* : *New market – New products*

Setiap strategi memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing, sehingga perusahaan harus mengkaji lebih lanjut strategi mana yang sesuai. Penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 1974 hanya 14 persen perusahaan *Fortune 500* yang beroperasi *single business* dan 86 persen sisanya beroperasi sebagai bisnis yang terdiversifikasi (Rumelt, 1986). Diversifikasi adalah perusahaan yang mengembangkan bisnisnya dengan memiliki lebih dari satu industri untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Selain untuk mempertahankan perusahaan dari pergerakan kondisi ekonomi, diversifikasi juga dijadikan sebagai salah satu indikator perusahaan pada tahapan pengembangan perusahaan. Dalam konsep pengembangan perusahaan *Growing Corporate Strategy*, terdapat tiga tahapan perjalanan perusahaan, yaitu:

- Tahap I : *start up* atau 'belajar jalan'
- Tahap II : *grow* atau 'belajar lari'

– Tahap III : *regrow* atau 'latihan lari marathon'.

Ketika perusahaan melakukan diversifikasi dapat dikatakan perusahaan tersebut telah mencapai tahap ketiga-kuadrat. Pada tahap ketiga-kuadrat ini, diversifikasi bukan suatu pilihan melainkan suatu keharusan. Tantangan pada tahapan ini adalah berhubungan dengan penciptaan sebuah sinergi di antara dua atau lebih perusahaan atau anak perusahaan. Perusahaan tidak hanya menciptakan *value* bagi *shareholder*, tetapi juga diperlukan menciptakan sinergi antara bisnis utama dengan bisnis baru dari diversifikasi. Hal tersebut penting untuk memastikan tercapainya hasil yang maksimal dari keputusan diversifikasi yang dilakukan. Untuk memperoleh sinergi yang sesuai, perusahaan harus mengkaji lebih dalam manfaat dari penambahan bisnis baru. Keputusan untuk melakukan diversifikasi dapat melahirkan resiko bisnis yang sangat besar. Studi kelayakan (*feasibility study*) harus dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa diversifikasi merupakan strategi yang tepat.

Motif lain perusahaan melakukan diversifikasi adalah berdasarkan falsafah "*don't put your eggs in one basket*". Perusahaan selalu dihadapkan pada resiko-resiko. Oleh karena itu, perusahaan melakukan diversifikasi agar dapat mengelola resiko bisnis yang dihadapi dengan baik. Pada akhirnya perusahaan mengharapkan keuntungan atau kinerja yang tinggi. Namun seperti pada keputusan ekonomi lainnya, ada *cost* dan *benefit* dalam melakukan diversifikasi. Hasil kinerja perusahaan pada akhirnya bergantung bagaimana manajer menyeimbangkan *cost* dan *benefit* tersebut ketika melakukan diversifikasi.

Penelitian terdahulu menunjukkan beberapa manfaat dari diversifikasi. Diversifikasi dapat memperbaiki kapasitas hutang (*debt capacity*), mengurangi kemungkinan kebangkrutan dengan memasuki produk atau pasar baru (Higgins dan Schall 1975, Lewellen, 1971), dan meningkatkan penyebaran aset dan meningkatkan *profitability* (Teece 1982, Williamson 1975). Diversifikasi, ukuran perusahaan, dan kompensasi eksekutif mempunyai korelasi yang sangat tinggi, dimana diduga bahwa diversifikasi memberikan manfaat untuk manajer yang tidak dinikmati oleh investor (Hoskisson dan Hitt 1990). Amit dan Livnat (1989) perusahaan yang terdiversifikasi secara efisien lebih mendukung *trade off* antara imbal hasil (*return*) dengan resiko pada *equity market*.

Telah banyak penelitian yang melihat diversifikasi sebagai sebuah strategi bisnis yang dihubungkan dengan kinerja perusahaan. Penelitian terdahulu telah membagi tingkatan-tingkatan diversifikasi dan membandingkannya dengan kinerja perusahaan yang dilihat dari beberapa segi. Atas dasar penelitian terdahulu tersebut, penulis ingin melakukan penelitian diversifikasi perusahaan yang tercatat di BEI khususnya pada industri manufaktur dan juga ingin menghubungkannya dengan kinerja perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Diversifikasi merupakan pilihan strategis yang digunakan oleh banyak manajer untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Pandya dan Rao, 1998). Namun, perusahaan harus mengetahui manfaat dan dampak dari diversifikasi. Beberapa tinjauan literatur terdahulu telah meneliti hubungan tingkat diversifikasi dengan kinerja perusahaan yang dipengaruhi oleh banyak variabel dan memberikan hasil yang beragam dan kompleks.

Peneliti diharapkan dapat menelusuri apakah ada hubungan antara tingkat diversifikasi dengan kinerja perusahaan dan hubungan antar strategi diversifikasi dengan kinerja perusahaan pada industri manufaktur di Indonesia.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian, yaitu :

- a. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat diversifikasi sebuah perusahaan terhadap kinerja dan resiko perusahaan pada industri manufaktur di Indonesia.
- b. Untuk mengetahui hubungan antara strategi diversifikasi sebuah perusahaan terhadap kinerja dan resiko perusahaan pada industri manufaktur di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa gambaran mengenai diversifikasi dan pengaruhnya terhadap perusahaan di Indonesia terutama pada industri manufaktur, baik dari segi tingkat diversifikasi maupun strategi diversifikasi yang dijalankan oleh perusahaan. Penelitian ini diharapkan

dapat memberikan hasil yang sesuai dengan kondisi saat ini sehingga dapat memberikan masukan kepada praktisi seperti para manajer selaku eksekutif perusahaan dan investor dalam menentukan kebijakan yang akan dilakukan serta pemerintah sebagai regulator.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2000 – 2007.
- b. Sampel yang digunakan adalah 193 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah perusahaan pada industri manufaktur sejumlah 118 perusahaan.
- c. Variabel untuk perhitungan kinerja perusahaan dibatasi pada *accounting measure*.

1.5 Metodologi Penelitian

a. Pengumpulan Data

Data yang akan digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang didapatkan dari Bursa Efek Indonesia, Pusat Data Ekonomi dan Bisnis (PDEB) FEUI, Laboratorium Komputasi Departemen Akuntansi FEUI, *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), perpustakaan, internet, dan hasil penelitian lain yang terkait.

Data yang dibutuhkan dalam penulisan penelitian ini antara lain:

1. Data penjualan per segmen perusahaan-perusahaan yang tercatat pada BEI periode 2000 - 2007.
2. Data rasio *Return on Assets* (ROA) perusahaan pada industri manufaktur periode 2001 - 2007.
3. Data rasio *Debt Equity Ratio* (DER) perusahaan pada industri manufaktur periode 2001 - 2007.
4. Data *sales growth* perusahaan pada industri manufaktur periode 2001 sampai 2007.
5. Data beta perusahaan pada industri manufaktur periode 2001 - 2007.

b. Pengolahan Data

Penelitian ini hanya menggunakan variabel dependen (terikat). Variabel-variabel dependen terdiri dari *Return on Assets* (ROA), *Debt Equity Ratio* (DER), *Sales Growth*, dan Beta. *Dummy* dibuat untuk tujuan penelitian ini. Untuk dapat membagi kelompok tingkat dan strategi diversifikasi penulis menggunakan *entropy measure*.

Untuk pengolahan dan pengujian data, penulis akan menggunakan beberapa program, yaitu *Microsoft excel* untuk merapikan dan perhitungan data yang diperlukan, seperti perhitungan *entropy measure* dan rata-rata ROA, DER, sales growth, dan beta untuk setiap tingkat dan strategi diversifikasi. Penulis juga menggunakan *E-views 4.1* untuk melakukan regresi dengan *system* untuk melihat hubungan yang akan diteliti dan *wald test* sebagai pengujian hipotesis.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini akan terdiri dari lima bab, yaitu :

Bab 1 : Pendahuluan

Bab pendahuluan berisikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 : Landasan Teori

Bab ini akan berisikan tinjauan literatur mengenai teori-teori dan konsep-konsep keuangan dan strategi manajemen, seperti pengertian diversifikasi, alasan diversifikasi, manfaat dan biaya diversifikasi, kinerja perusahaan, serta teori dan konsep lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Bab 3 : Metodologi Penelitian

Bab ini akan berisikan data dan metode yang digunakan dalam pengolahan data serta metode untuk menghitung variabel-variabel yang ada pada penelitian untuk mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan penelitian.

Bab 4 : Analisis dan Pembahasan Penelitian

Bab ini berisikan analisis dari penelitian yang dilakukan antara lain analisis deskriptif dari setiap kelompok tingkat dan jenis strategi diversifikasi, hasil *system*

dari variabel-variabel penelitian, dan analisis pengujian signifikansi hasil penelitian.

Bab 5 : Penutup

Bab ini berisikan keterbatasan dari penelitian ini, kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang terkait dengan penelitian ini sehingga diharapkan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya.

