

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri menimbulkan persaingan bisnis antar perusahaan. Persaingan bisnis tersebut menuntut perusahaan untuk merumuskan dan mengimplementasi strategi agar memiliki keunggulan bersaing dan dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia industri. Dalam hal ini strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan produk baru melalui beberapa macam strategi yang dapat dilakukan perusahaan, salah satunya adalah strategi diversifikasi produk. Penggunaan strategi diversifikasi dapat dimotivasi oleh adanya keinginan perusahaan atau manajemen untuk melakukan ekspansi usaha melalui penambahan unit usaha baru yang masih memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan bidang usaha sebelumnya (Lim, 2014). Hal ini dapat dilakukan dengan membuka lini usaha baru, memperluas lini produk yang ada, memperluas wilayah pemasaran produk, membuka kantor cabang, melakukan merger dan akuisisi untuk meningkatkan skala ekonomis. Ekspansi usaha juga dapat dilakukan dengan memperluas atau menambah pelanggan. Hal ini berguna untuk meningkatkan pendapatan, meningkatkan daya saing, serta mengurangi risiko bisnis yang dapat terjadi.

Strategi diversifikasi merupakan perluasan pangsa pasar yang dilakukan perusahaan, dimana perusahaan mengembangkan bisnisnya menjadi beraneka ragam atau lebih dari satu segmen usaha. Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 5 tentang Segmen Operasi menyatakan bahwa perusahaan diwajibkan memiliki berbagai segmen usaha dan geografis yang masing-masing segmennya telah memenuhi kriteria penjualan aset dan laba usaha tertentu untuk melaporkan segmen usaha tersebut sebagai bagian dari laporan keuangan yang diterbitkan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2012). Penerapan strategi diversifikasi ini merupakan strategi yang banyak digunakan oleh berbagai industri usaha baik dengan cara penambahan jumlah anak perusahaan maupun dengan penambahan jumlah segmen pada industri usaha. Hal ini didukung oleh Sulastri (2015) yang menyatakan bahwa seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menerapkan strategi diversifikasi. Diversifikasi dipilih oleh perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis (Rahayu, 2014).

Kinerja perusahaan dapat dikategorikan menjadi 2 (dua) yaitu kinerja pasar dan kinerja keuangan. Kinerja pasar berhubungan dengan nilai yang dimiliki perusahaan di pasar modal. Kinerja pasar suatu perusahaan mencerminkan seberapa baik prospek suatu perusahaan di mata investor (Gunawan dan Sukartha, 2013). Penerapan strategi diversifikasi yang digunakan perusahaan akan mencerminkan kekuatan yang dimiliki perusahaan tersebut,

sehingga pihak eksternal seperti investor akan menilai perusahaan tersebut dapat mengalami kemajuan atau kemunduran kinerja. Penelitian Ajay dan Madhumathi (2012) menyatakan bahwa perusahaan melakukan diversifikasi pasar lintas negara atau diversifikasi lintas unit bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan pembelajaran serta inovasi secara terus-menerus.

Penerapan strategi diversifikasi dapat memberikan banyak pengaruh positif terhadap perusahaan. Jika dikaitkan dengan teori keagenan, penerapan strategi diversifikasi ini juga memiliki pengaruh negatif terhadap perusahaan. Menurut Jensen dan Meckling (1976) konflik keagenan muncul akibat adanya kepentingan yang berbeda antara manajer eksekutif sebagai agen dan pemilik modal sebagai prinsipal. Pemilik modal yang memberikan kepercayaan kepada agen untuk dapat mengolah perusahaan yang dibangun dengan modal dari prinsipal sebaik mungkin. Pemilik modal juga memberikan otorisasi pengambilan keputusan kepada agen atas modal yang dimiliki. Dengan adanya fungsi pemisahan tugas dan penanggungan risiko dalam perusahaan menyebabkan manajer eksekutif tidak sepenuhnya menanggung biaya atas keputusan yang diambilnya sehingga memungkinkan timbul alasan yang dapat menurunkan nilai perusahaan dibalik keputusan diversifikasi oleh manajer eksekutif, yaitu untuk mengurangi risiko pekerjaan manajerial (risiko kehilangan pekerjaan atau pengurangan gaji) dan meningkatkan kompensasi (Lim, 2014). Oleh sebab itu, melalui diversifikasi manajer eksekutif mampu meningkatkan skala

perusahaan sekaligus meningkatkan manfaat pribadi yang diterimanya. Padahal, apabila diversifikasi dilakukan tanpa adanya sistem pengaturan yang baik dan disesuaikan dengan kondisi lingkungan ekonomi perusahaan, maka memungkinkan diversifikasi menyebabkan kinerja perusahaan menurun (Erdorf dkk., 2012).

Penelitian terdahulu yang menguji pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan adalah Kumiasari (2014) menyatakan bahwa diversifikasi usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan baik dalam pasar maupun keuangan. Sedangkan menurut Vidyanata (2016) menyatakan bahwa diversifikasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat ketidakkonsistenan. Hal ini didukung oleh Lim (2014) yang menyatakan bahwa hasil dari penelitian mengenai pengaruh strategi diversifikasi perusahaan hingga saat ini masih kontroversial dan belum mencapai titik yang pasti mengenai apakah diversifikasi memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap kinerja perusahaan. Sehingga, peneliti akan menguji kembali dengan menambahkan modal intelektual sebagai variabel moderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut.

Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik ditinjau dari aspek keuangan maupun non keuangan. Untuk mencapai kinerja yang baik, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif yang dapat dicapai dengan memiliki strategi bersaing. Modal intelektual memberikan nilai tambah untuk perusahaan berupa keunggulan

kompetitif. Menurut Sawarjuwono (2003; dalam Putra, 2012), perusahaan dapat bertahan pada persaingan bisnis yang ketat dengan didasarkan pada tenaga kerja menuju *knowledge based business*. Sumber daya manusia, ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi sumber potensial pada perusahaan modern untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang tidak dapat diperoleh dan ditiru oleh pesaingnya serta mendorong perkembangan dan kesuksesan bisnis di masadepan (Yau, 2009; dalam Yunita, 2012).

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak strategi diversifikasi perusahaan terhadap kinerja pasar dengan modal intelektual sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah penambahan modal intelektual sebagai variabel moderasi, pemilihan kinerja pasar sebagai variabel dependen dan perbedaan selanjutnya adalah pada objek penelitian dimana peneliti menggunakan perusahaan manufaktur pada periode 2014-2016 sebagai objek penelitian.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah strategi diversifikasi berpengaruh pada kinerja pasar?

2. Apakah modal intelektual memperkuat atau memperlemah pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja pasar?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja pasar.
2. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh modal intelektual terhadap hubungan antara strategi diversifikasi dengan kinerja pasar.

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini memiliki 2 (dua) manfaat, yaitu:

1. Manfaat akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat akademis terkait teori keagenan dengan membuktikan manfaat strategi diversifikasi terhadap kinerja pasar dengan modal intelektual sebagai variabel moderasi.
2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi investor dan calon investor, dengan memberikan gambaran tentang strategi diversifikasi terhadap kinerja pasar dengan modal intelektual sebagai variabel moderasi, sehingga dapat dijadikan acuan dalam pembuatan keputusan investasi.