



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas teori-teori terkait dengan penelitian ini seperti teori utama penelitian (*grand theory*), teori mengenai strategi diversifikasi, kinerja perusahaan, dan kepemilikan manajerial. Semua pembahasan tersebut tertuang pada sub bab landasan teoritis.

Selain itu, pada bab ini juga akan dijabarkan berbagai hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang merupakan pola pikir hubungan dari setiap variabel yang diteliti, dan hipotesis yang merupakan dugaan sementara penulis akan hasil penelitian.

A. Landasan Teoritis

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan timbul ketika satu orang prinsipal atau lebih mempekerjakan orang atau beberapa orang (agen) sebagai ahli pengambil keputusan untuk melakukan suatu jasa (Hitt et al., 2007 : 305). Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (di pihak prinsipal/pemilik) dan pengendalian (di pihak agen/manajer). Pemilik memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *returns* dari uang yang mereka investasikan. Idealnya, pemilik dan manajer menandatangani kontrak yang lengkap untuk menjelaskan hak dan kewajiban dari manajer. Namun, pemilik diharuskan untuk memberikan hak pengendalian residual kepada manajer, yaitu hak untuk membuat keputusan dalam kondisi-kondisi tertentu yang sebelumnya belum terlihat di kontrak.

Pemisahan antara pemilik dengan manajer ini menimbulkan masalah karena keduanya memiliki perbedaan kepentingan dan pemilik kurang memiliki kontrol



langsung terhadap perusahaan. Pemilik seharusnya memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mengukur tingkat hasil yang diperoleh dari usaha manajer, namun ternyata informasi tentang ukuran keberhasilan yang diperoleh investor tidak seluruhnya disajikan oleh manajer. Akibatnya, informasi yang diperoleh pemilik kurang lengkap sehingga tidak dapat menjelaskan kinerja manajer yang sesungguhnya dalam mengelola kekayaan pemilik yang telah dipercayakan kepada manajer.

Konflik keagenan yang muncul karena perbedaan kepentingan ini akan membawa berbagai masalah kepada pihak-pihak yang terlibat. Dalam konteks konflik kepentingan tersebut, maka diversifikasi sebagai kebijakan perusahaan menjadi kurang optimal untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan para manajer hanya akan mengejar kepentingan pribadi, sehingga manajer yang melakukan diversifikasi akan mengarahkan diversifikasi sesuai dengan kepentingannya. Karena kinerja manajerial dikaitkan dengan tingkat penjualan, maka manajer menerapkan strategi diversifikasi.

Diversifikasi menjadi alat yang efektif bagi manajer untuk meningkatkan omset perusahaan, padahal investasi tersebut tidak memberikan hasil *net present value* yang menggembirakan. Akibatnya diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan justru mengurangi nilai perusahaan. Fenomena ini disebut *diversification discount*. Pemilik hanya dapat mengetahui perilaku oportunistik inefisien manajer ketika manajer telah melakukannya. Oleh karena itu, pemilik menggunakan mekanisme tata kelola perusahaan (*corporate governance*) untuk mencegah manajer dalam mengambil tindakan oportunistik inefisien.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Strategi Diversifikasi

a. Pengertian Strategi

Dalam perkembangannya, perusahaan dituntut harus selalu melakukan inovasi demi kemajuan dan mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu nilai perusahaan yang berupa laba perusahaan yang setinggi-tingginya demi menyejahterakan pemegang saham dan pemilik perusahaan. Demi mencapai tujuan tersebut, perusahaan menggunakan strategi-strategi korporat.

Menurut Benoit dan Trigeorgis (2011), strategi merupakan berbagai cara untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat disebut sebagai perilaku yang diambil oleh seseorang yang menggambarkan berbagai tindakan terkait dengan suatu keadaan atau permainan.

Selanjutnya, strategi korporat telah didefinisikan oleh Grant (2010) sebagai penentu ruang lingkup perusahaan dalam hal berkompetisi pada suatu industri atau pasar, dan di dalam strategi korporat tersebut terdapat berbagai keputusan seperti diversifikasi, integrasi vertikal, akuisisi, dan *new ventures*, dan pengalokasian sumber daya antar bisnis pada perusahaan tersebut.

Strategi korporasi berkaitan dengan keputusan-keputusan kemana bisnis seharusnya masuk dan keluar, dan bagaimana perusahaan seharusnya mengalokasikan sumber daya diantara bisnis-bisnis berbeda yang dimasukinya.

b. Bentuk Strategi Korporasi

Diversifikasi adalah salah satu bagian dari strategi perusahaan/korporasi. Dalam buku Strategi Korporasi oleh Parayudha (2009), strategi korporasi terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu:

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1) Strategi Integrasi

Strategi integrasi berarti menyatukan beberapa rentang bisnis mulai dari hulu, jaringan pemasok hingga hilir, jaringan distributor serta secara horizontal ke arah pesaing.

2) Strategi Intensif

Strategi ini mensyaratkan berbagai upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada.

3) Strategi Diversifikasi

Ada 3 bentuk strategi diversifikasi yakni: strategi diversifikasi konsentris, horizontal, dan konglomerat.

4) Strategi Defensif

Strategi defensif akan mempertahankan posisi yang ada saat ini atau karena kondisi yang terbatas maka perusahaan paling tidak harus *survive*.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

c. Pengertian Strategi Diversifikasi

Diversifikasi merupakan salah satu strategi alternatif yang diterapkan oleh perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif dari para pesaing dengan cara memanfaatkan sumber daya serta pengelolaan berbagai segmen bisnis yang berbeda sehingga mampu bersaing di beberapa industri.

Menurut Coulter (2002), menyatakan bahwa strategi diversifikasi adalah strategi pertumbuhan perusahaan dimana perusahaan melakukan ekspansi operasinya dengan memasuki industri yang berbeda.

Menurut Harto (2005), diversifikasi korporat merupakan salah satu bentuk penggabungan usaha dengan memperluas jumlah segmen usaha maupun



segmen geografis, memperluas pangsa pasar yang sudah ada atau mengembangkan berbagai produk yang beraneka ragam.

Menurut Satoto (2009), diversifikasi merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperluas usaha dengan membuka beberapa unit bisnis atau anak perusahaan baru baik dalam lini bisnis yang sama dengan yang sudah ada maupun dalam unit bisnis yang berbeda dengan bisnis inti perusahaan. Diversifikasi menjadi pilihan yang menarik bagi perusahaan ketika perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat dan pertumbuhan pasar yang cepat.

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa diversifikasi adalah strategi perusahaan dalam pengembangan usaha dengan cara membuka unit bisnis atau anak perusahaan baru, baik dalam lini bisnis yang sama dengan yang sudah ada, maupun dalam unit bisnis yang berbeda dengan bisnis inti perusahaan.

Sebagian besar perusahaan-perusahaan di Indonesia termasuk perusahaan terdiversifikasi. Hal ini dapat diketahui dari bagian laporan keuangan yaitu catatan atas laporan keuangan perusahaan yang memuat informasi tentang pelaporan segmen usaha yang dimiliki oleh setiap perusahaan. Informasi pelaporan segmen usaha tersebut berdasarkan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 5 Revisi 2000 (IAI, 2009) yang menyatakan bahwa setiap perusahaan yang memiliki berbagai segmen usaha dan geografis wajib melakukan pengungkapan jika masing-masing segmen memenuhi kriteria penjualan, aktiva dan laba usaha tertentu sebagai bagian dari laporan keuangan yang diterbitkan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Secara umum strategi diversifikasi berguna untuk meminimalisir risiko

usaha dengan asumsi bahwa jika segmen usaha yang satu menurun, maka segmen yang lainnya tetap stabil atau meningkat. Sehingga secara keseluruhan perusahaan tetap dapat bertahan.

Namun diversifikasi juga memiliki kelemahan yaitu diperlukannya biaya yang cukup besar yang tidak menutup kemungkinan dapat melebihi manfaat yang diperoleh perusahaan. Selain itu, diversifikasi juga dapat meningkatkan penyimpangan informasi yang dilakukan secara sengaja oleh pihak manajer, misalnya berupa penyimpangan anggaran modal yang menguntungkan divisi mereka.

d. Bentuk Strategi Diversifikasi

Menurut Hitt *et al.* (2005:170), tingkat jenis diversifikasi terbagi sebagai berikut:

- 1) Tingkat diversifikasi rendah
 - a) Bisnis tunggal: lebih dari 95% pendapatannya berasal dari bisnis tunggal
 - b) Bisnis dominan: antara 70% s.d. 95% pendapatannya berasal dari bisnis tunggal
- 2) Tingkat diversifikasi moderat sampai tinggi
 - a) Berkaitan terbatas: kurang dari 70% pendapatannya berasal dari bisnis yang dominan dan semua bisnis saling berbagi produk, teknologi, dan jaringan distribusi
 - b) Berakitan berhubungan: kurang dari 70% pendapatannya berasal dari bisnis yang dominan dan hanya terdapat sedikit hubungan antar bisnis.



3) Tingkat diversifikasi sangat tinggi

Tidak berkaitan: kurang dari 70% penjualan berasal dari bisnis yang dominan dan tidak terdapat hubungan antar bisnis.

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005), strategi diversifikasi terbagi menjadi dua, yaitu diversifikasi berhubungan dan diversifikasi tak berhubungan.

1) Strategi Diversifikasi Berhubungan

Perusahaan yang disebut sebagai perusahaan dengan diversifikasi berhubungan jika perusahaan tersebut beroperasi dalam beberapa industri dan bisnisnya saling berhubungan satu sama lain melalui sinergi operasi.

Sinergi operasi terdiri dari dua jenis hubungan lintas unit bisnis, yaitu kemampuan untuk membagi sumber daya umum dan kemampuan untuk membagi kompetensi inti umum. Salah satu cara perusahaan menciptakan sinergi operasi adalah dengan membuat dua atau lebih unit bisnis menggunakan sumber daya yang sama seperti kekuatan penjualan, fasilitas manufaktur, dan fungsi perbekalan. Penggunaan sumber daya yang sama secara bersama-sama seperti ini membantu perusahaan untuk memperoleh manfaat dari skala dan ruang lingkup ekonomis.

Karakteristik kunci lainnya dari perusahaan dengan diversifikasi yang berhubungan adalah bahwa perusahaan tersebut memiliki kompetensi inti yang bermanfaat bagi banyak unit bisnis perusahaan. Perusahaan seperti ini tumbuh dengan cara meningkatkan kompetensi inti yang dikembangkan dalam satu bisnisnya saat perusahaan melakukan diversifikasi ke bisnis lainnya.



2) Strategi Diversifikasi Tidak Berhubungan

Perusahaan dengan strategi diversifikasi tidak berhubungan beroperasi dalam bisnis yang tidak saling berhubungan satu sama lain, hubungan antara unit-unit bisnis bersifat murni finansial.

Unit bisnis dalam perusahaan diversifikasi tidak berhubungan hanya memiliki sedikit sekali kesamaan umum. Hanya ada sedikit sinergi operasi lintas unit bisnis. Perusahaan induk (*holding company*) memberikan pinjaman uang kepada unit bisnis yang diperkirakan akan menghasilkan pengembalian keuangan yang tinggi.

Menurut Parayudha (2009:6) dalam buku Strategi Korporasi, ada 3 bentuk strategi diversifikasi, yakni: strategi konsentris, horizontal, dan konglomerat.

1) Strategi Diversifikasi Konsentris

Strategi ini dijalankan dengan menambah produk baru yang masih terkait dengan produk yang ada saat ini, baik keterkaitan dalam kesamaan teknologi, pemanfaatan fasilitas bersama, ataupun jaringan pemasaran yang sama.

Dengan strategi ini, bisnis baru yang dipilih mempunyai kesesuaian yang tinggi dengan bisnis lama. Diversifikasi konsentrik yang ideal adalah bilamana laba perusahaan yang bergabung meningkatkan kekuatan dan peluang mengurangi ancaman dan risiko. Perusahaan mencari usaha-usaha baru, produk, saluran distribusi, teknologi, dan sumber daya yang serupa tapi tidak sama dengan yang dimilikinya, sehingga perusahaan menghasilkan sinergi tetapi tidak saling tergantung sepenuhnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Contoh dari strategi ini adalah perusahaan mobil Honda juga memproduksi sepeda motor.

2) Strategi Diversifikasi Horizontal

Strategi diversifikasi horizontal adalah strategi menambah atau menciptakan produk baru yang tidak terkait dengan produk saat ini. Dasarnya adalah bahwa perusahaan sudah sangat familiar dengan pelanggannya saat ini dan pelanggan sangat loyal dengan merk/*brand* perusahaan.

Pedoman yang akan menjamin keberhasilan strategi diversifikasi horizontal yaitu: adanya tambahan produk baru akan meningkatkan pendapatan secara signifikan, tingkat kompetisi yang tajam dalam industri yang tidak tumbuh, dan saluran distribusi yang ada saat ini dapat dimanfaatkan.

Contoh dari strategi diversifikasi horizontal yaitu PT. Garuda Indonesia *Airways* memiliki jaringan hotel di Indonesia yaitu PT. Aerowisata.

3) Strategi Diversifikasi Konglomerasi

Strategi diversifikasi konglomerasi merupakan strategi dimana perusahaan menambahkan produk baru atau layanan baru dan dipasarkan pada pasar baru yang tak terkait dengan yang ada saat ini. Ide dasar dari strategi ini terutama pertimbangan profit.

Perusahaan berencana memasuki suatu bisnis baru karena bisnis tersebut memberikan peluang investasi yang paling menarik. Strategi ini tidak mementingkan sinergi, tetapi mengutamakan pola laba dari usaha baru tersebut.



Contoh perusahaan dengan strategi diversifikasi konglomerasi adalah PT. Bank Lippo, Tbk sebagai cikal bakal Lippo Group memutuskan untuk bergerak di sektor properti seperti Lippo Karawaci dan Lippo Cikarang.

e. Alasan Perusahaan Melakukan Diversifikasi

Berbagai upaya terus dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Salah satu upaya tersebut adalah dengan melakukan strategi diversifikasi. Terdapat berbagai alasan mengapa sebuah perusahaan melakukan strategi diversifikasi tersebut. Biasanya strategi diversifikasi digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan. Ketika strategi diversifikasi meningkatkan kinerja perusahaan, maka daya saing strategis perusahaan akan meningkat sehingga total nilai perusahaan juga akan meningkat. Alasan lain perusahaan melakukan strategi diversifikasi adalah untuk mendapatkan kekuatan pasar relatif terhadap pesaing (Hitt *et al*, 2007:173).

Ada empat kondisi dimana suatu perusahaan melakukan strategi diversifikasi (Thompson *et al*, 2012):

- 1) Ketika perusahaan dapat mengembangkan usahanya ke dalam industri yang mana penggunaan teknologi dan juga produk yang dihasilkannya dapat memberi nilai tambah bagi bisnis yang sudah ada.
- 2) Ketika kompetensi dan kemampuan yang dimiliki perusahaan saat ini dapat digunakan sebagai keunggulan untuk memasuki bisnis lain.
- 3) Ketika pilihan untuk melakukan strategi diversifikasi dapat membuka peluang untuk menurunkan biaya.

- 4) Ketika perusahaan memiliki merk/*brand* yang sangat kuat dan dikenal masyarakat sehingga dapat menjadi dasar untuk digunakan pada bisnis lain.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Kinerja Perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Hanif dan Darsono (2009:197), kinerja adalah pencapaian seseorang, tim, atau unit kerja dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan sasaran yang ditargetkan padanya. Sasaran kerja individu, tim, atau unit kerja tersebut harus jelas sehingga dapat dengan mudah diukur.

Pengukuran terhadap kinerja perusahaan dimaksudkan untuk menilai dan mengevaluasi tujuan perusahaan terutama penilaian terhadap keputusan dan tindakan yang telah dilakukan oleh manajer perusahaan. Keuntungan yang diperoleh dalam kinerja keuangan seringkali diartikan sebagai kesuksesan organisasi atau perusahaan.

Tujuan utama dari pengukuran kinerja adalah untuk memotivasi karyawan agar mencapai sasaran organisasi dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan perusahaan, agar dapat membedakan tindakan dan hasil yang diinginkan (Kurniasari, 2014). Pelaporan kinerja merupakan refleksi kewajiban untuk mempresentasikan kinerja semua aktivitas dan sumber daya yang perlu dipertanggungjawabkan.

Untuk melihat kondisi kinerja perusahaan ada tiga rasio keuangan yang paling dominan yang dijadikan rujukan bagi investor yaitu rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas. Rasio keuangan sangat penting gunanya untuk melakukan analisa terhadap kondisi keuangan perusahaan. Bagi investor jangka pendek dan menengah, pada umumnya lebih banyak tertarik kepada kondisi keuangan jangka pendek dan kemampuan untuk membayar dividen yang memadai.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Secara jangka panjang, rasio keuangan juga dipakai dan dijadikan sebagai acuan dalam menganalisis kinerja suatu perusahaan. Untuk mengukur kinerja perusahaan digunakan *Return On Assets* (Javed dan Khan, 2011).

Return on assets (ROA) merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. ROA juga mengukur keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aset yang tersedia. Semakin tinggi pengembalian perusahaan atas total aset semakin baik kinerja perusahaan (Gitman dan Zutter, 2012).

4. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan salah satu mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) untuk mengurangi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dengan pemilik karena terjadi perbedaan kepentingan. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham yang dimiliki manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen.

Kepemilikan manajerial dimaksudkan untuk memberi kesempatan manajer terlibat dalam kepemilikan saham, sehingga kedudukan manajer sejajar dengan pemilik perusahaan. Oleh karena itu, manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan akan menurunkan kecenderungan manajer untuk melakukan tindakan yang berlebihan, serta manajer akan bertanggung jawab atas kemakmuran pemegang saham. Tidak hanya itu, manajer juga dapat merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil. Dengan demikian, kepemilikan manajerial dianggap sebagai salah satu aspek yang dapat menyatukan kepentingan manajer dan pemegang saham atau pemilik perusahaan (Kurniasari, 2014).



B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan antara lain:

Tabel 2.1

Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun Penelitian)	Judul	Variabel	Sampel	Alat Uji	Kesimpulan
1	Puji Harto (2005)	Kebijakan Diversifikasi Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja: Studi Empiris pada Perusahaan Publik di Indonesia	Variabel independen V1: Level diversifikasi Variabel kontrol V2: <i>Leverage</i> V3: <i>Tobin's Q</i> V4: <i>Earning Growth</i> V5: <i>Size</i> V6: Umur V7: <i>Dummy</i> karakteristik industri Variabel dependen Y: <i>Excess Value</i>	Perusahaan yang terdaftar di BEJ pada kategori industri properti & <i>real estate</i> , infrastruktur & utilitas, serta perdagangan & jasa dengan periode penelitian 2003-2004	Uji regresi linier berganda	V1, V3, V4, V6 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. V2, V5 berpengaruh positif signifikan terhadap Y. V7 berpengaruh negatif terhadap Y.
2	Shinta H. Satoto (2009)	Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel independen V1: Level diversifikasi Variabel kontrol V2: <i>Firm size</i> V3: <i>Debt ratio</i> V4: <i>Current ratio</i> V5: <i>Firm age</i> Variabel dependen Y: Kinerja perusahaan (ROA)	Seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2004-2005	Uji regresi linier berganda	V1 berpengaruh negatif terhadap Y
3	Rafri Amyanthi, Nurani Sari (2013)	Pengaruh Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel independen V1: Level diversifikasi Variabel kontrol V2: <i>Size</i> V3: <i>Tobin's Q</i> V4: <i>Dummy</i>	Perusahaan go public yang terdaftar di BEI pada kategori industri sektor manufaktur, properti & <i>real</i>	Uji regresi linier berganda	V1 berpengaruh negatif terhadap Y



			karakteristik industri	estate, serta industri retail tahun 2002-2007		
			Variabel dependen Y: <i>Excess value</i>			
4	Mashin Eukeria, Sebele Favourate (2014)	<i>Diversification as a Corporate Strategy and Its Effect on Firm Performance: A Study of Zimbabwean Listed Conglomerates in the Food and Beverages Sector</i>	Variabel independen V1: Diversifikasi (<i>Specialisation Ratio</i>) Variabel dependen Y: Kinerja perusahaan (ROA)	Perusahaan konglomerasi kategori makanan dan minuman yang terdaftar di ZSE (Zimbabwe Stock Exchange) pada periode penelitian 1999-2004	Uji regresi linier berganda	V1 berpengaruh positif terhadap Y
5	Sulistyo Esti Kurniasari (2014)	Pengaruh Diversifikasi Usaha terhadap Kinerja Perusahaan yang dimoderasi oleh Kepemilikan Manajerial	Variabel independen V1: Level diversifikasi Variabel moderasi V2: Kepemilikan Manajerial Variabel kontrol V3: <i>Size</i> V4: <i>Debt ratio</i> V5: <i>Growth</i> Variabel dependen Y1: <i>Tobin's Q</i> Y2: ROA	Seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011	Uji regresi linier berganda	V1 tidak berpengaruh terhadap Y1 dan Y2. V2 tidak berpengaruh terhadap Y1 dan Y2.

C. Kerangka Pemikiran

1. Diversifikasi Korporat dan Kinerja Perusahaan

Penerapan strategi korporasi yang tepat diharapkan dapat mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Dengan demikian penerapan diversifikasi diharapkan mampu memenuhi tujuan perusahaan, tentunya pencapaian tujuan ini diperlihatkan dengan kinerja yang baik pula.

Strategi diversifikasi adalah pengembangan usaha dengan cara membuka unit bisnis yang baru baik dalam lini bisnis yang sama maupun dalam unit bisnis yang berbeda. Dengan penerapan strategi tersebut maka manajemen dituntut untuk dapat melakukan kinerja yang optimal agar dapat menghasilkan laba yang optimal.



Menurut Hitt *et al.* (2007:173) menyatakan alasan perusahaan melakukan diversifikasi yaitu untuk mendapatkan kekuatan pasar yang unggul terhadap pesaing dan memperluas portofolio perusahaan untuk mengurangi resiko pekerjaan manajerial. Alasan tersebut menunjukkan bahwa dengan strategi diversifikasi maka perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya.

H₁ : Diversifikasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

2. Peranan Kepemilikan Manajerial dalam Memoderasi Peningkatan Kinerja pada Perusahaan yang Terdiversifikasi

Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara diversifikasi dengan kinerja perusahaan, maka diduga terdapat variabel lain yang ikut mempengaruhinya. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan untuk memoderasi hubungan diversifikasi dengan kinerja perusahaan adalah kepemilikan manajerial.

Kepemilikan manajerial merupakan salah satu mekanisme *good corporate governance* (GCG) yang digunakan untuk membantu mengendalikan terjadinya konflik keagenan. Kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang akhirnya berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen, yang berarti besar kecilnya jumlah kepemilikan manajerial dalam perusahaan akan mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajer dengan pemilik. Sehingga kepemilikan manajerial dipandang sebagai mekanisme kontrol yang tepat untuk mengurangi konflik keagenan.

H₂ : Kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh diversifikasi perusahaan terhadap kinerja perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

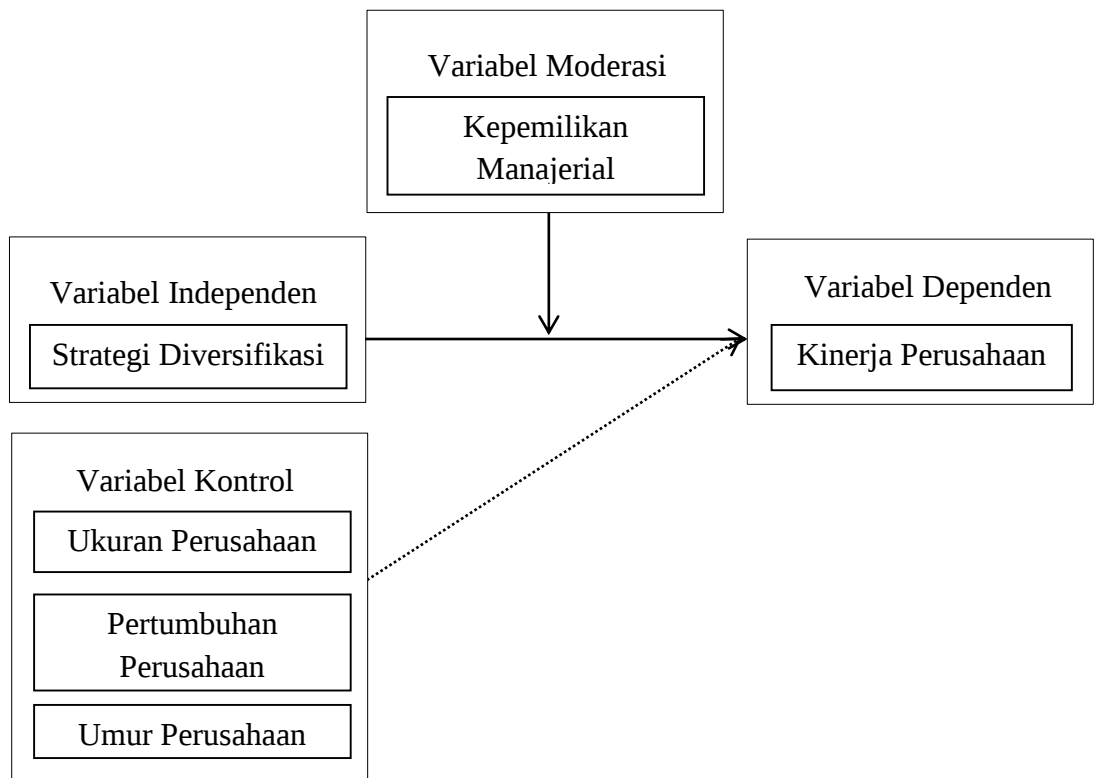
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Hipotesis Penelitian

- Ha₁ : Tingkat diversifikasi perusahaan akan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.
- Ha₂ : Kepemilikan manajerial mampu memoderasi hubungan antara diversifikasi perusahaan dengan kinerja perusahaan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.