

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan adalah tujuan utama dari perusahaan. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan kinerja perusahaan yang baik, kinerja yang baik akan menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi sehingga dapat menjadi daya tarik bagi investor untuk melakukan investasi. Berdasarkan data investasi Badan Kordinasi Penanaman Modal (BKPM) tahun 2014 menunjukkan investasi Indonesia bergerak cukup signifikan dengan penanaman modal baru untuk aktivitas ekspansi untuk *foreign direct investment* sebesar 93.9 triliun rupiah dan *domestic direct investment* sebesar 46 triliun rupiah dan penyerapan investasi tersebut mayoritas digunakan untuk pengembangan perusahaan pada sektor industri manufaktur. Sebagai upaya peningkatan nilai perusahaan melalui investasi mengharuskan perusahaan memiliki perencanaan investasi yang baik. Menurut Prakasa (2011) dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan mengharuskan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan sehingga dapat beradaptasi dengan kondisi pasar dan menjaga eksistensi. Oleh karena itu, dibutuhkan *strategic planing* yang tepat oleh perusahaan agar dapat mendukung optimalisasi kinerja perusahaan itu sendiri.

Diversifikasi adalah salah satu strategi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Strategi diversifikasi

memiliki arti memperluas skala bisnis perusahaan melalui penambahan segmen bisnis baru baik yang terkait atau tidak terkait dengan segmen utama perusahaan. Menurut Prakasa (2011) teori diversifikasi saat ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan diversifikasi ketika perusahaan mempunyai sumber daya, kapasitas dan kompetensi inti berlebih sehingga sangat mendukung untuk aktivitas ekspansi. Selain itu, strategi diversifikasi bertujuan untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat serta sebagai salah satu cara perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Berbagai kajian masih memperdebatkan apakah strategi diversifikasi secara komprehensif dapat memberikan manfaat dan keunggulan kompetitif atau bahkan berdampak negatif bagi perusahaan. Bukti dari penelitian Berger dan Ofek (1995); Stowe dan Xing (2006) ; Tong (2011) menyatakan bahwa strategi diversifikasi akan menghasilkan efek negatif atau *diversification discount*. Sedangkan penelitian lain yang dikemukakan Campa dan Kedia (2002); Vilalonga (2004a) ; Jandik dan Makhija (2005) menganggap bahwa strategi diversifikasi berpengaruh positif pada nilai perusahaan atau *premi diversification*. Andres et al. (2014) melakukan penelitian pengaruh *growth opportunity* dan efek strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi diversifikasi memberikan efek diskon pada diversifikasi tingkat rendah sedangkan pada diversifikasi tingkat tinggi akan menghasilkan efek positif pada nilai perusahaan.

Berbagai bentuk usaha konglomerasi dengan skala menengah dan besar di Indonesia juga dijadikan bahan penelitian oleh beberapa peneliti tentang efek penerapan strategi diversifikasi terhadap kinerja maupun nilai perusahaan. Sari et al. (2009) menyatakan bahwa kinerja perusahaan *multi-segment* lebih tinggi daripada *single-segment*. Sedangkan Harto (2005) dan Setionoputri et al. (2009) menyatakan bahwa diversifikasi memberikan efek negatif pada perusahaan. Menurut George (2007) strategi diversifikasi menjadi *trend* dalam dunia usaha. Alasan perusahaan melakukan strategi diversifikasi berbeda-beda, diantaranya adalah untuk meningkatkan pangsa pasar, mengurangi risiko, meningkatkan profitabilitas serta pertumbuhan perusahaan yang lebih tinggi. Faktor pertumbuhan perusahaan menjadi perhatian dalam strategi diversifikasi dengan alasan perusahaan mengharapkan *growth opportunity* yang baik di masa depan. Secara konsep, keterkaitan investasi dengan *growth opportunity* adalah semakin baik peluang pertumbuhan perusahaan maka hasil dari investasi yang dilakukan juga akan baik. Menurut Rajan et al. (2000) salah satu faktor penentu dampak diversifikasi pada nilai perusahaan adalah keragaman *growth opportunity*.

Tujuan perencanaan pertumbuhan perusahaan melalui diversifikasi didasarkan pada keinginan perusahaan untuk memiliki bisnis yang potensial di masa depan. Hal ini berarti perusahaan tidak hanya menginginkan keuntungan secara finansial pada waktu tertentu namun prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan juga menjadi perhatian dalam penerapan strategi diversifikasi. Menurut Stowe dan Xing (2006) bahwa komponen nilai perusahaan terdiri dari dua bagian yaitu : nilai *assets in place* dan nilai *future growth*. Hal

tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan yang berkelanjutan menjadi prioritas perusahaan dalam menerapkan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Perbedaan *growth* setiap perusahaan memberikan kontribusi yang beragam pada penerapan strategi yang dilakukan perusahaan termasuk strategi diversifikasi, sehingga perusahaan dengan *growth opportunity* potensial akan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan baik. Kontribusi dari penelitian ini adalah memberikan gambaran dan analisa mengenai efek penerapan strategi diversifikasi dalam mempengaruhi nilai perusahaan dengan memasukan *growth opportunity* sebagai variable mediasi. Selanjutnya penelitian ini diberi judul **“Growth Opportunity, Strategi Diversifikasi dan Nilai Perusahaan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas maka peneliti mengajukan rumusan masalah yang dinyatakan dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah diversifikasi berpengaruh terhadap *growth opportunity*?
2. Apakah diversifikasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *growth opportunity* memediasi hubungan diversifikasi dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh diversifikasi terhadap *growth opportunity*.

2. Mengetahui pengaruh diversifikasi terhadap nilai perusahaan.
3. Mengetahui efek variabel *growth opportunity* sebagai variabel mediasi dalam hubungan diversifikasi dengan nilai perusahaan.

1.4.1 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan investor dalam memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan dan melihat efek *growth opportunity* dalam hubungan antara diversifikasi dan nilai perusahaan, sehingga perusahaan mampu mempertimbangkan keputusan pemilihan strategi investasi yang tepat serta dapat menjadi bahan pertimbangan investor dalam mengambil keputusan berinvestasi dalam sebuah perusahaan dilihat dari aspek peluang pertumbuhan di masa mendatang (*growth in future*). Manfaat lain dari penelitian ini juga dapat berkontribusi bagi dunia pendidikan, yaitu sebagai tambahan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai penjelasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori dan penelitian terdahulu, model analisis dan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang menguraikan pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik penentuan populasi dan sampel, teknik analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan deskripsi objek penelitian yang membahas tentang sampel dan variabel, analisis data dan pengujian dalam penelitian serta pembahasan yang menjelaskan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir dalam penulisan yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan, saran serta rekomendasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk referensi penelitian selanjutnya.