

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Akuntansi keuangan adalah salah satu bidang akuntansi yang bertujuan untuk menyajikan laporan keuangan suatu satuan usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan pihak eksternal (Supriyono, 1999). Standar Akuntansi Keuangan menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang disajikan dalam berbagai cara misalnya, laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Laporan keuangan untuk tujuan umum adalah laporan keuangan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pengguna laporan. Laporan keuangan untuk tujuan umum termasuk juga laporan keuangan yang disajikan terpisah atau yang disajikan dalam dokumen publik lainnya seperti laporan tahunan atau prospektus.

PSAK nomor 1 didalam SAK 2002 menyatakan bahwa tujuan laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan sebuah perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Salah satu informasi yang tersedia didalam laporan keuangan adalah informasi mengenai pelaporan segmen.

Informasi mengenai pelaporan segmen tertuang dalam PSAK Nomor 5. Ada dua bentuk pelaporan segmen yaitu segmen usaha dan segmen geografi. Bentuk atau format yang digunakan akan ditentukan oleh karakteristik dan sumber utama risiko dan imbalan perusahaan. Jika risiko dan tingkat imbalan perusahaan terutama dipengaruhi oleh perbedaan produk atau jasa yang dihasilkan, bentuk primer pelaporan segmen ialah segmen usaha, dan informasi sekundernya dilaporkan secara geografis. Demikian juga halnya, jika risiko dan tingkat imbalan perusahaan terutama dipengaruhi oleh kondisi operasi yang berbeda diberbagai negara atau wilayah geografis, bentuk primer pelaporan informasi segmen ialah segmen geografis dan informasi sekundernya dilaporkan berdasarkan kelompok produk atau jasa. Pada pelaporan segmen usaha terdiri dari pendapatan segmen, beban segmen, hasil segmen, aset segmen dan kewajiban segmen.

Informasi segmen harus disusun sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dianut dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan konsolidasian atau perusahaan. Tujuan informasi segmen ialah untuk membantu pengguna laporan keuangan dalam memahami dan membuat penilaian yang lebih memadai mengenai perusahaan secara keseluruhan. Penyajian pelaporan segmen tersebut dapat digunakan investor untuk menilai kinerja suatu perusahaan sebelum melakukan investasi (PSAK Nomor 5, 2009).

Kinerja suatu perusahaan dipengaruhi antara lain strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi dilakukan sebagai salah satu cara untuk melakukan ekspansi usaha dan memperluas pasar. Diversifikasi merupakan bentuk pengembangan

usaha dengan cara memperluas jumlah segmen secara bisnis maupun geografis atau mengembangkan berbagai produk yang beraneka ragam (Harto, 2005).

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Diversifikasi konsentrik merupakan suatu strategi yang menghasilkan produk atau layanan baru tetapi berhubungan dengan yang telah ada. Contoh dari strategi ini adalah perusahaan mobil Suzuki juga memproduksi sepeda motor. Keunggulan dari strategi ini adalah adanya produk baru yang terkait dengan produk yang ada saat ini dapat menaikkan penjualan produk yang ada.

Jika suatu perusahaan menerapkan strategi yaitu menambah produk atau layanan baru yang tidak berhubungan dengan produk lama tetapi ditujukan kepada pasar atau konsumen yang telah ada disebut sebagai diversifikasi horizontal. Contohnya Garuda Indonesia Airways yang memiliki beberapa jaringan hotel di Indonesia. Keunggulan strategi diversifikasi horizontal adalah saluran distribusi yang ada saat ini dapat dimanfaatkan. Ketika suatu perusahaan menambah suatu produk atau layanan baru yang tidak berhubungan dengan yang sekarang ada disebut diversifikasi konglomerat. Contohnya Canon yang memproduksi mesin fotocopy juga memproduksi kamera, komputer dan printer.

Contoh perusahaan yang telah melakukan diversifikasi adalah PT Astra Internasional Tbk. Selain bergerak pada bidang otomotif dan peralatan berat, perusahaan juga melakukan diversifikasi dibidang agribisnis dan agroindustri yang sama sekali tidak ada kaitannya dengan bisnis inti. Diversifikasi bisnis tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan karena agroindustri tersebut

mampu menyelamatkan PT Astra Internasional Tbk pada masa krisis (Suharyono, 2006). Selain itu contoh perusahaan yang melakukan diversifikasi adalah PT. Coca Cola Company yang memproduksi Fanta, Sprite, Coca cola, Air mineral Ades, Frestea Fruit dan Coke Zero.

Perusahaan melakukan diversifikasi dengan beberapa tujuan. Roger (2001) dalam Handayani (2009) menyatakan bahwa diversifikasi dengan industri yang berbeda dapat mengurangi risiko. Ali (2007) dalam Handayani (2009) menyatakan bahwa perusahaan dengan keanekaragaman produk dan pasar yang luas dapat menciptakan *economic of scale* misalnya penghematan biaya teknologi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki keanekaragaman produk dan pasar yang tidak luas.

Varadarajan (1986) dalam Sutrasnawati (2008) menyatakan bahwa diversifikasi akan menghasilkan kinerja yang lebih baik dan lebih unggul. Hal ini berarti bahwa strategi diversifikasi dan diferensiasi produk diakui sebagai basis strategi pemasaran untuk menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik. Kahn (1998) dalam Sutrasnawati (2008) mengatakan salah satu cara untuk dapat bersaing secara efektif pada abad 21 adalah dengan jalan memenuhi kebutuhan pelanggan lebih baik daripada pesaing, dengan menawarkan lini produk yang bervariasi. Strategi ini akan dapat meningkatkan pangsa pasar perusahaan karena semakin bervariasi produk yang dihasilkan maka akan semakin memudahkan customer untuk mencari barang sesuai kehendaknya (*customization strategy*).

Berbagai kajian dan pendapat masih memperdebatkan apakah kebijakan diversifikasi dapat membawa manfaat ataupun justru membawa dampak negatif.

Satoto (2009) menyatakan bahwa dampak positif diversifikasi yaitu perusahaan yang terdiversifikasi dapat menggunakan sejumlah mekanisme untuk menciptakan dan memperluas keunggulan dari kekuatan pasar yang dimiliki. Diantaranya pemotongan harga dan subsidi silang (kelebihan penghasilan dari satu *product line* dapat mendukung *product line* yang lain). Sedangkan dampak negatif dari diversifikasi adalah lini bisnis yang tidak menguntungkan dari suatu perusahaan dapat menciptakan kerugian yang lebih besar daripada perusahaan tunggal (Meyer, 1992 dalam Satoto, 2009).

Banyak penelitian yang telah mencoba menguji secara empiris pengaruh diversifikasi perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Aisjah (2008) melakukan penelitian mengenai pengaruh strategi diversifikasi terhadap *return on invested capital*. Penelitian Aisjah (2008) dilakukan pada seluruh perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2001 – 2007. Hasil penelitian Aisjah (2008) menunjukkan bahwa diversifikasi *related* dan *unrelated* tidak berpengaruh terhadap *return on invested capital*.

Penelitian Kusmawati (2008) melakukan penelitian pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2004 menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan yang memiliki banyak usaha menghasilkan profitabilitas yang lebih baik. Perusahaan yang memiliki satu jenis usaha sekalipun jika dikelola dengan baik akan dapat menghasilkan profitabilitas yang baik juga.

Daning (2009) melakukan penelitian mengenai analisis kinerja perusahaan yang melakukan diversifikasi usaha pada perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005. Hasil penelitian Daning (2009)

menunjukkan bahwa strategi diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan diversifikasi tidak mampu membawa perubahan yang cukup berarti sehingga tidak memberikan kinerja keuangan yang lebih baik. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan.”

## 1.2. Rumusan Masalah

Diversifikasi merupakan bentuk pengembangan usaha dengan cara memperluas jumlah segmen secara bisnis maupun geografis maupun memperluas *market share* yang ada atau mengembangkan berbagai produk yang beraneka ragam. 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 dan cara yang lainnya. Berbagai kajian dan pendapat masih memperdebatkan apakah diversifikasi dapat membawa manfaat ataupun justru membawa dampak negatif terhadap keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Di satu sisi pendapat mengatakan bahwa dengan diversifikasi perusahaan dapat meningkatkan skala ekonomis. Sementara disisi lain banyak pendapat bahwa strategi fokus pada kompetensi inti justru merupakan kunci utama terhadap keunggulan perusahaan dalam jangka panjang. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah diversifikasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian dilakukan tentu saja memiliki maksud dan tujuan tertentu. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah diversifikasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menerapkan dari teori – teori yang telah didapat selama menjalani masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi tentang kinerja perusahaan yang melakukan diversifikasi.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

#### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II : Diversifikasi, Kinerja Perusahaan dan Pelaporan Segmen**

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian ini yaitu mengenai diversifikasi, kinerja perusahaan, pelaporan segmen dan hipotesis.

**Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi mengenai populasi dan sampel, definisi operasional, variabel penelitian, pengukuran variabel, data, sumber data, pengumpulan data dan metode analisis data.

**Bab IV : Analisis Data**

Bab ini berisi hasil analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

**Bab V : Penutup**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan keterbatasan penelitian.