

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis global saat ini memiliki pengaruh yang signifikan pada kondisi suatu perusahaan, secara langsung ataupun tidak secara langsung. Di dalam persaingan yang ketat dalam pemasaran bebas serta lingkungan investasi yang terbuka, perusahaan perlu beradaptasi agar dapat bertahan dan memperoleh keuntungan untuk memastikan kelangsungan perusahaan dimasa depan. Perusahaan yang mampu berinovasi dan meningkatkan kinerjanya akan memiliki peluang lebih besar untuk terus berjalan. Maka dari itu, perusahaan perlu merancang strategi bisnis yang efektif agar dapat menjaga keberlangsungan dan pertumbuhannya pada dunia bisnis.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan yang makin pesat, ekonomi yang semakin bersaing, perusahaan dihadapkan dengan permasalahan yang semakin rumit. Oleh karena itu, perusahaan perlu berhati-hati serta cerdas ketika membuat keputusan, khususnya dalam merancang kebijakan strategisnya. Kebijakan tersebut akan diterapkan untuk menjaga atau meningkatkan keunggulan dalam operasional bisnisnya. Dengan demikian perusahaan bisa membuat kemajuan dalam bidang bisnis dengan menggunakan diversifikasi pendapatan untuk meningkatkan keuntungan dan keberlangsungan dari sebuah Perusahaan.

Untuk mampu bertahan dalam persaingan arus pasar, strategi diversifikasi merupakan salah satu cara yang digunakan manajer dalam mengembangkan bisnis. Perusahaan dapat menghasilkan produk dan jasa yang lebih beragam dari produk utama perusahaan tersebut dengan cara menggunakan strategi diversifikasi yang akan dilakukan. Tujuan dari penerapan strategi diversifikasi pada perusahaan adalah untuk mempercepat pengembangan suatu usaha, meningkatkan keuntungan perusahaan, dan meningkatkan daya saing dalam dunia industri. Penting bagi suatu perusahaan untuk membuat strategi diversifikasi karena dapat membuat perusahaan lebih unggul dalam bersaing dibandingkan dengan perusahaan yang hanya memiliki bisnis tunggal dan juga dapat mengurangi resiko jika salah satu bisnis mengalami penurunan.

Diversifikasi adalah bentuk dari strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan melalui peningkatan volume penjualan dalam bentuk produk baru ataupun pasar baru. Risiko utama bagi suatu perusahaan terletak pada keberadaan strategi bisnis tunggal. Karena jika perusahaan tersebut mengalami penurunan secara terus menerus maka itu akan berakibat fatal karena kurangnya cadangan usaha dari perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian Yuliani, dkk (2012) yang mengatakan bahwa pengaruh diversifikasi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Umrie & Yuliani (2013) juga mengatakan bahwa pengaruh diversifikasi terhadap nilai perusahaan berpengaruh signifikan dan positif.

Menurut Chandra & Willestania (2021) perusahaan menggunakan diversifikasi untuk menurunkan risiko perusahaan seperti kegagalan, dan menciptakan sinergi dalam pemanfaatan sumber daya mentah dalam pembuatan produk yang berbeda. Namun, bisa saja perusahaan yang melakukan diversifikasi akan menghadapi lebih banyak risiko keuangan jika mengalami kegagalan bisnis dan dapat menurunkan nilai perusahaan. Menurut Kurniasari (2011) strategi diversifikasi atau diversifikasi pendapatan sebagai pengembangan perusahaan yang meliputi perluasan jumlah sektor bisnis geografis, perluasan pangsa pasar saat ini, dan produksi beragam jenis produk.

Tujuan diversifikasi menurut Govindarajan dan Anthony (2012) dapat diringkas sebagai berikut: pertama, mencapai keuntungan jangka panjang daripada hanya fokus pada keuntungan triwulanan atau tahunan; kedua, meningkatkan nilai pemegang saham dan harga pasar perusahaan melalui maksimalisasi keuntungan; ketiga, mengevaluasi dan mengelola risiko dengan mempertimbangkan tingkat kesiapan manajemen dalam menerima risiko, yang bervariasi sesuai kepribadian manajer masing-masing; dan keempat, menerapkan pendekatan multi-subyek dengan berpartisipasi di pasar modal, pasar produk, dan pasar faktor produksi.

Peningkatan nilai pada suatu perusahaan dapat dilihat dengan cara perusahaan tersebut menggunakan strategi yang tepat untuk memperoleh keuntungan. Menurut Tjiptono (2008), diversifikasi merupakan upaya untuk mencari dan mengembangkan pasar baru atau produk ataupun keduanya untuk

mengejar pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Dengan meningkatnya keuntungan dari suatu perusahaan maka itu akan berdampak terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu sebaiknya perusahaan melakukan diversifikasi. Diversifikasi merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan besar seperti perusahaan manufaktur yang memiliki banyak sektor yang dijalankan seperti sektor dibidang makanan, minuman, dan farmasi.

Nilai Perusahaan merupakan konsep yang sangat penting bagi investor, karena ini merupakan indikator yang digunakan pihak pasar untuk menilai perusahaan secara menyeluruh. Kusumadilaga (2010) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang Perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi juga Rachmawati dan Akram (2007) dan sebaliknya. Apabila perusahaan tidak dapat menjaga nilai pemegang saham maka kepercayaan atau minat untuk membeli saham sekaligus membuat nilai perusahaan di mata masyarakat juga akan menurun.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah diversifikasi. Karena dengan strategi diversifikasi yang baik, perusahaan akan memperoleh laba dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Hal ini tentunya akan membuat rasa

percaya investor terhadap perusahaan akan semakin meningkat. Harto (2005) mengatakan bahwa strategi diversifikasi merupakan salah satu strategi perusahaan untuk melakukan ekspansi dan memperluas pasarnya.

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu price to book value. Brigham dan Houston (2010) menyatakan bahwa price to book value (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai PBV semakin tinggi, maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran suatu perusahaan. Menurut Noerirawan & Muid (2012), nilai perusahaan merupakan hasil kinerja perusahaan, dari awal berdirinya perusahaan hingga sekarang. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan suatu organisasi memiliki peluang yang baik, karena makin tinggi tingkat nilai perusahaan kesejahteraan pemilik saham akan makin tinggi. Hal tersebut menarik investor untuk berinvestasi.

Perusahaan manufaktur adalah entitas bisnis yang berfokus pada produksi barang fisik melalui berbagai proses, mulai dari desain produk hingga produksi massal. Manufaktur adalah sektor penting dalam ekonomi global dan memiliki peran yang signifikan dalam menyediakan berbagai produk yang masyarakat gunakan pada kehidupan sehari-hari, seperti kendaraan bermotor bahkan perangkat elektronik, peralatan rumah tangga, dan banyak lagi. Seiring berjalannya waktu, sektor manufaktur telah mengalami transformasi signifikan.

Pada awalnya, manufaktur dilakukan secara manual dengan pekerjaan tangan, namun seiring dengan perkembangan teknologi dan otomatisasi, proses produksi menjadi lebih efisien dan presisi. Penggunaan mesin dan robot dalam produksi telah menjadi umum, meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.

Manufaktur juga sangat beragam, mencakup berbagai industri seperti otomotif, elektronik, makanan dan minuman, tekstil, kimia, dan banyak lagi. Setiap industri memiliki karakteristik dan tantangan unik yang memengaruhi cara perusahaan manufaktur beroperasi. Selain itu, perusahaan manufaktur memiliki peran penting lainnya dalam membangun lapangan kerja serta menyumbang kontribusi pada kemajuan ekonomi suatu negara. Ini membuatnya menjadi salah satu sektor yang sangat diperhatikan oleh pemerintah dan investor.

Penelitian ini akan menggunakan sub sektor makanan, minuman, dan farmasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021. Peneliti memilih perusahaan sub sektor makanan, minuman, dan farmasi karena sub sektor ini karena sub sektor tersebut menyumbang PDB tertinggi di Indonesia, dan berpotensi menguntungkan baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Perusahaan-perusahaan dalam sub sektor ini umumnya memiliki beragam produk dalam portofolionya. Penelitian ini dapat mengeksplorasi strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh perusahaan, dampaknya terhadap tingkat daya saing, dan cara perusahaan menanggapi perubahan dalam permintaan pasar. Alasan lainnya karena Performa keuangan

pada sub sektor makanan, minuman, dan farmasi ini memberikan kepercayaan kepada investor karena kesehatan ekonomi secara keseluruhan. Selain itu sub sektor makanan, minuman, dan farmasi ini memiliki potensi untuk mencapai keuntungan dalam jangka panjang karena produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat, dengan meningkatnya populasi manusia di Indonesia, semakin meningkat juga kebutuhan primer manusia.

Gambar 1.1 Pendapatan PDB Indonesia tahun 2017-2021



Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka Peneliti melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Diversifikasi Pendapatan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Farmasi dan Makanan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2017-2021**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah diversifikasi pendapatan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode

2017-2021.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah diversifikasi pendapatan memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur yang terhadap di BEI periode 2017-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan diversifikasi bisnis dan Nilai Perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat Menyediakan informasi kepada praktisi seperti manajer yang berperan sebagai eksekutif perusahaan dan investor mengenai kebijakan diversifikasi perusahaan.