

TANGGUNGJAWAB SOSIAL, STRATEGI DIVERSIFIKASI USAHA, DAN KINERJA PERUSAHAAN

Kusmawati

Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi

Abstract

Theoretical consideration are used in this research to prove effect of corporate social responsibility between diversification strategies and performance of firm. This studi have benefit for managements of firm, investors, and researchers. Population in this research are the public manufacture companies that listed in the Indonesian stock Exchange (IDX). Sample are selected with purposive sampling method. Documentation method are used to collect data and moderating linier regretion are used to analysis data. This study show that corporate social responsibility can not be moderating variable in effect of diversivication strategies to performance of firm.

Keyword: corporate social responsibility; diversification strategies; performance.

PENDAHULUAN

Strategi diversifikasi merupakan strategi tingkat *corporate* yang memfokuskan pada tindakan untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan memilih dan mengelola kelompok-kelompok bisnis yang berbeda atau dalam beberapa industri dan pasar. Strategi ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar dengan cara menambah usaha baru baik yang *related* ataupun *unrelated* dengan usaha inti perusahaan untuk meningkatkan pendapatan.

Strategi diversifikasi dipilih dengan tujuan untuk memperbesar peluang untuk memperoleh pendapatan dari berbagai macam usaha yang akan meningkatkan kinerja perusahaan. Pemaksimalan ukuran perusahaan ditunjukkan dengan peningkatan luas usaha, kekuatan pasar, kekuatan keuangan, dan peningkatan struktur bisnis. Hitt, Irreland, dan Hoskisson (2003:187),

Claessens et.al (2001), Sorenson (2000), serta Mc Collough dan Hoyt (2002).

Haberberg dan Rieple (2003:347) lebih memperluas pemahaman mengenai tujuan strategi diversifikasi yaitu *to seek growth and capture value added, to spread risk, to prevent a competitor from gaining ground, to achieve synergy, to control the supply or distribution chain, and to fulfil the prsonal ambition of the senior managers*. Pendapat ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja melalui strategi diversifikasi terjadi melalui peningkatan sumber daya untuk kegiatan operasional, peningkatan efisiensi, dan peningkatan kekuatan dalam menghadapi pesaing.

Berdasarkan pemahaman tentang tujuan dilaksanakannya strategi diversifikasi oleh perusahaan atau industri atau bisnis maka sudah tentu dapat diterka bahwa

peningkatan pendapatan dan keuntungan merupakan hal yang mendasari dilaksanakannya strategi ini. Dengan semakin makmurnya suatu perusahaan diharapkan akan meningkatkan kemakmuran rakyat karena lebih efisien dan murah produk yang dihasilkan sebagaimana yang diungkapkan dalam logika ekonomi neoklasik. Akan tetapi kenyataan yang terjadi tidak seperti yang diharapkan, karena banyak perusahaan bukan hanya makin kaya tetapi juga semakin berkuasa sementara penduduk miskin dan lemah serta rentan secara sosial, ekonomi, politik, kesehatan dan lingkungan makin banyak.

Kesenjangan sosial yang muncul antara pengusaha dan masyarakat serta timbulnya dampak lingkungan maka muncul ketidakpuasan bahkan kemarahan di kalangan rakyat. Banyak contoh nyata dari resistensi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan hidup dan sosial, antara lain kasus Indorayon di Sumatera Utara. Untuk memenuhi ketidakpuasan tersebut maka banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu suatu pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan.

Keputusan-keputusan yang berdasarkan pertimbangan sosial sudah banyak diterapkan seperti ditunjukkan oleh bank-bank di Eropa yang memberikan syarat tentang

jaminan lingkungan hidup bagi perusahaan-perusahaan di Asia yang mengajukan pinjaman, New York Stock Exchange mengeluarkan Dow Jones Sustainability Index (DJSI) yang merupakan salah satu ukuran dari nilai corporate sustainability, Bahkan di Indonesia ada award yang diselenggarakan untuk memberikan penghargaan kepada perusahaan yang memiliki tingkat tanggungjawab sosial nya tinggi.

Program tanggungjawab sosial saat ini semakin meluas, yaitu tidak hanya meliputi hubungan perusahaan dengan masyarakat tapi juga dengan lingkungan, kondisi tempat kerja, standar kerja yang layak bagi karyawan, penjaminan mutu produk, hingga investasi sosial perusahaan. Praktek-praktek sosial tersebut memiliki banyak manfaat yang dirasakan oleh perusahaan, antara lain membangun citizen brand, yaitu situasi dimana merek tidak cukup sekadar baik bagi masyarakat, melainkan juga memberi manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Kondisi sosial tersebut menunjukkan bahwa perusahaan saat ini tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja akan tetapi juga dituntut atas tanggungjawab akan kondisi sosial dan lingkungan. Hal ini dikarenakan kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan juga dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Strategi diversifikasi dilaksanakannya dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kenyataan dari hasil penelitian menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu bahwa perusahaan yang terdiversifikasi belum tentu memiliki kinerja yang baik, hal ini sebagaimana hasil penelitian dari beberapa peneliti yaitu antara lain Pandya (1998), Sorenson (2000), serta Mc Collough dan Hoyt (2002). Penelitian yang tidak mendukung antara lain penelitian Roger (2001), Kusmawati (2005), Kusmawati (2008).

Dari uraian tentang manfaat dari pelaksanaan program tanggungjawab sosial serta pemilihan strategi diversifikasi yang dijalankan perusahaan maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah tanggungjawab sosial perusahaan dapat membuat tingkat diversifikasi memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan”.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membuktikan bahwa tanggungjawab sosial dapat digunakan untuk meningkatkan pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan. Dengan menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian diharapkan dapat membuktikan bahwa semakin tinggi tanggungjawab sosial perusahaan maka pengaruh tingkat diversifikasi perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

LANDASAN TEORETIS

Strategi Diversifikasi

Hitt, Ireland, dan Hockinson (2003:183), Harto (2005), dan Kusmawati (2008) mengatakan bahwa strategi diversifikasi merupakan strategi tingkat corporate yang memfokuskan pada tindakan untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan memilih dan mengelola kelompok-kelompok bisnis yang berbeda dalam beberapa industri dan pasr. Strategi ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar dengan cara menambah usaha baru baik yang related ataupun unrelated dengan usaha inti perusahaan untuk meningkatkan pendapatan.

Tujuan dilaksanakan strategi diversifikasi salah satunya adalah untuk meningkatkan pertumbuhan dan memperoleh nilai tambah dari diversifikasi, sebagaimana yang dikatakan oleh Haberberg dan Rieple (2003:347). Ketika perusahaan berinvestasi pada usaha yang memiliki sumber daya strategis maka aktifitas operasional perusahaan akan meningkat dan selanjutnya meningkatkan pendapatan sehingga pertumbuhan pendapatan yang diharapkan dapat terjadi. Misalnya perusahaan yang tergantung kepada bahan baku yang bermutu, maka mengakuisisi pemasok yang memproduksi bahan baku utama perusahaan akan memberikan kekuatan bagi perusahaan untuk meningkatkan operasional perusahaan.

Tujuan lain dari strategi diversifikasi adalah untuk meratakan tingkat resiko. Investasi pada

beberapa usaha akan membuat resiko dari satu usaha tidak berpengaruh kepada usaha lain sehingga secara total dampaknya tidak begitu besar karena dapat diimbangi oleh return yang diperoleh dari usaha yang lain. Perusahaan yang bergerak dalam satu bidang usaha hanya menerima return dari satu usaha tersebut. Perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang lebih dari satu maka akan memperoleh return dari sumber yang berbeda dan dapat menutupi resiko dari usaha yang lain.

Pelaksanaan strategi diversifikasi melalui penguasaan pada usaha yang memiliki sumber daya strategis, seperti penguasaan atas pemasok dan distributor dalam *strategi related diversification*, dapat meningkatkan kekuatan perusahaan atas pasar produk yang dihasilkan. Adanya sinergi antara satu usaha dengan usaha lain dapat memberikan kekuatan dalam menghadapi persaingan. Haberberg dan Rieple (2003:343) menunjukkan sinergi sebagai tindakan sharing dalam hal keahlian, informasi, akses atas sumber keuangan, saluran penjualan dan distribusi, sumber daya dan fasilitas, pencapaian *economies of scale* dan *economies of scope*, serta sharing sistem.

Strategi diversifikasi perusahaan dapat dilihat dari berbagai ukuran. Pandya (1998) mengukur strategi diversifikasi melalui tingkatan diversifikasi, yaitu dengan menggunakan ukuran rasio spesialisasi, yaitu berdasarkan pendapatan segmen yang paling besar dari pendapatan tahunan perusahaan. Tingkat diversifikasi yang ditunjukkan adalah:

- *Undersified (single product firm)*, yaitu $SR \geq 0,95$
- *Moderately (diversified firm)*, yaitu $0,95 < SR < 0,5$
- *Highly diversified firms*, yaitu $SR < 0,95$

Bosworth et al (1997) mengukur tingkat diversifikasi menggunakan kode SIC, dengan klasifikasi sebagai berikut:

- *Highly diversified*, yaitu $SIC \geq 4$ digit
- *Medium*, yaitu $2 \leq SIC < 4$
- *Focused*, yaitu $SIC < 2$

$SIC \geq 4$ digit menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi pada lebih dari empat segmen usaha. $2 \leq SIC < 4$ menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi pada dua hingga empat segmen usaha. $SIC < 2$ menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi pada 1 jenis usaha.

Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perusahaan terhadap masyarakat dan harus menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari tujuan dan strategi perusahaan agar dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan kedepannya dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Kesadaran tentang tanggungjawab sosial saat ini sudah menjadi masalah yang mengglobalisasi. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, akan tetapi juga harus dicerminkan dalam kondisi sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh

secara berkelanjutan (sustainable). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan juga dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Praktek-praktek sosial sudah banyak dijalankan oleh perusahaan-perusahaan baik di dunia maupun di Indonesia. Bahkan di Indonesia ada award yang diselenggarakan untuk memberikan penghargaan kepada perusahaan yang memiliki tingkat tanggungjawab sosial nya tinggi, sebut saja HM Sampoerna, Citi Bank, dan masih banyak lagi. Praktek sosial yang dijalankan perusahaan-perusahaan tersebut mulai dari pemberian beasiswa, pemberian pelatihan, sampai dengan pemberian sumbangan bencana alam. Praktek-praktek sosial tersebut memiliki banyak manfaat yang dirasakan oleh perusahaan, antara lain membangun citizen brand, yaitu situasi dimana merek tidak cukup sekadar baik bagi masyarakat, melainkan juga memberi manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Program tanggungjawab sosial semakin meluas, yaitu tidak hanya meliputi hubungan perusahaan dengan masyarakat tapi juga dengan lingkungan, kondisi tempat kerja, standar kerja yang layak bagi karyawan, penjaminan mutu produk, hingga investasi sosial perusahaan. Stakeholder yang didalamnya terdapat investor terutama semakin besar perhatiannya terhadap permasalahan sosial, sehingga lebih menyukai berinvestasi pada perusahaan yang melakukan CSR dibanding perusahaan lainnya.

Dari uraian tentang manfaat dari pelaksanaan program

tanggungjawab sosial maka timbul dugaan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang melakukan program tanggungjawab sosial baik secara jangka pendek maupun jangka panjang lebih baik dibanding perusahaan yang tidak melakukan program tanggungjawab sosial. Dugaan berikutnya yang muncul adalah bahwa kinerja jangka panjang untuk perusahaan yang melakukan program tanggungjawab sosial lebih bagus dibanding kinerja jangka pendeknya.

Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan

Tujuan strategi diversifikasi yang dikemukakan oleh Haberberg dan Rieple (2003:347) menunjukkan bahwa peningkatan kinerja melalui strategi diversifikasi terjadi melalui peningkatan sumber daya untuk kegiatan operasional, peningkatan efisiensi, dan peningkatan kekuatan dalam menghadapi pesaing. *Reward* yang diberikan kepada manajer secara tidak langsung juga dapat meningkatkan kinerja, karena motivasi untuk mendapat *reward* yang tinggi membuat manajer akan berupaya untuk memaksimalkan keuntungan yang dicapai.

Pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja dapat berpengaruh positif dan negatif. Pengaruh positif dari strategi diversifikasi adalah sebagaimana ditunjukkan Pandya (1998), yang mengatakan bahwa ditinjau dari sisi *return* dan risiko ditemukan bahwa rata-rata perusahaan yang menerapkan strategi diversifikasi usaha kinerjanya lebih baik dibanding perusahaan yang tidak

menerapkan strategi diversifikasi usaha. Sorenson (2000) yang melakukan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan yang melakukan merger menemukan bahwa perusahaan yang melakukan akuisisi dan merger secara signifikan profitabilitasnya lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak melakukan merger dan akuisisi. McCollough dan Hoyt (2002) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan akuisisi akan meningkatkan modal internal perusahaan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan sekaligus laba perusahaan.

Pengaruh negatif dari strategi diversifikasi usaha adalah sebagaimana yang ditunjukkan antara lain oleh Bosworth et al (1997), Rogers (2001), Pandya dan Rao (1998). Hasil penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih fokus memiliki profitabilitas yang lebih baik dibanding yang terdiversifikasi, hal ini terjadi karena semakin terdiversifikasi, maka kompleksitas perusahaan semakin besar. Hal ini akan berakibat semakin sulit melakukan pengendalian dan pengawasan.

Peranan Tanggungjawab Sosial Dalam Peningkatan Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdiversifikasi

Tujuan strategi diversifikasi yang dikemukakan oleh Haberberg dan

Rieple (2003:347) yaitu *To fulfil the personal ambition of the senior managers* menunjukkan bahwa strategi diversifikasi akan membuat ukuran perusahaan semakin besar dan sehingga dapat diharapkan akan memberikan *reward* yang lebih besar, karena semakin terdiversifikasi maka kompleksitas konflik yang terjadi akan semakin besar. *Reward* yang semakin besar akan terpenuhi seandainya perusahaan mencapai profitabilitas yang direncanakan sehingga ini akan memotivasi manajer untuk memaksimalkan keuntungan yang dicapai.

Pemenuhan ambisi manajer yang menjadi salah satu tujuan strategi diversifikasi akan mendorong manajer memperbesar dan memperbanyak usaha dengan tidak mempertimbangkan pemenuhan kepentingan stakeholder, dan ini akan menimbulkan konflik keagenan (Jensen, 1986).

Keberadaan tanggungjawab sosial dalam perusahaan diharapkan dapat mengendalikan ambisi manajer agar tetap menjalankan fungsinya sesuai tujuan yang diharapkan bersama. Tanggung jawab sosial akan menuntut manajer untuk tetap menggunakan sumber daya yang dimiliki dengan tetap mempertimbangkan lingkungan dan masyarakat.

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan kerangka kerja teoritis maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 = Tingkat diversifikasi usaha berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja

H2 = Dengan adanya tanggungjawab sosial maka tingkat diversifikasi perusahaan akan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja perusahaan

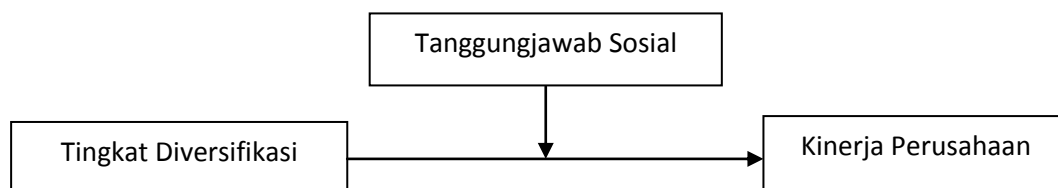
METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti peranan tanggungjawab sosial terhadap hubungan antara hubungan antara tingkat diversifikasi dan kinerja perusahaan adalah metode penelitian empirik. Penelitian ini menggunakan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di bursa efek jakarta sebagai objek penelitian.

Kerangka Kerja konseptual

Gambar 3.2 Kerangka Konseptual



Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Berdasarkan kerangka kerja konseptual maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (www.idx.co.id). Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang memenuhi kriteria sampel, yaitu:

1. Perusahaan manufaktur terdaftar di bursa efek jakarta pada tahun 2008-2010
2. Menyajikan data ROE dalam ringkasan laporan Keuangan di yahoo *finance* untuk periode 2008-2010
3. Menyajikan informasi segmen di catatan atas laporan keuangan untuk periode 2008-2010
4. Memiliki data tentang tanggungjawab sosial perusahaan yang berupa biayatangtanggungjawab sosial untuk periode 2008-2010

Dari hasil seleksi sampel maka jumlah perusahaan yang bisa dijadikan sampel adalah sebanyak 35 perusahaan dengan jumlah data untuk periode 2008 sampai dengan 2010 adalah sebanyak 105 data.

1. Satu buah variabel independen
Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Tingkat diversifikasi yang diukur dengan menggunakan rumus yang digunakan dalam penelitian

Bosworth et al. (1997), Pandya dan Rao (1998), dan Roger (2001), yaitu sebagai berikut:

$$\text{SpecializationRatio} = \text{Si-max} / S$$

Dimana:

Si-max = Pendapatan paling tinggi perusahaan dari pendapatan segmen
S = Jumlah pendapatan segmen.

2. Satu buah variabel dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan yang diukur dari nilai profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan menciptakan laba berdasarkan investasi atau disebut dengan Return On Investment.

3. Satu buah variabel moderat

Variabel moderat yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel tanggung jawab sosial yang diukur dengan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial yang terdapat di catatan atas laporan keuangan.

Data Dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di bursa efek Jakarta. Data sekunder yang digunakan untuk semua variabel, ada yang tersaji secara eksplisit dan ada yang secara implisit, yang artinya harus dihitung dulu nilainya.

Data sekunder yang digunakan untuk variabel tingkat diversifikasi diperoleh dari informasi segmen dalam catatan atas laporan keuangan emiten, yaitu berupa

jumlah segmen atau jumlah anak perusahaan. Data untuk variabel kinerja laba perusahaan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan tersaji secara eksplisit yaitu *Return On Investment (ROI)*. Data untuk tanggungjawab sosial diperoleh dari laporan tahunan perusahaan.

Teknik Analisis Data

Data sebelum dianalisa akan diuji dulu dengan menggunakan asumsi klasik yaitu uji normalitas data dan uji heterokedastisitas, Ghazali (2005:91). Selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Metode pengujian normalitas yang digunakan yaitu metode uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov, dengan tingkat signifikan yang harus lebih besar dari 0,05.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk melihat terjadi atau tidaknya heterokedastisitas salah satunya adalah dengan grafik plot yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang teratur (bergelombang, melar kemudian menyempit), maka ini menunjukkan adanya heterokedastisitas.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, selanjutnya adalah pengujian hipotesis, dengan menggunakan regresi linier berganda dengan variabel moderat. Hipotesis pertama diterima jika nilai koefisien determinasi untuk variabel diversifikasi tidak lebih besar dari

0.05. Sebaliknya untuk hipotesis dua, yang menggunakan variabel moderat, akan diterima jika nilai koefisien determinasi yang dihasilkan lebih besar dari 0.05.

Setelah dilakukan pengujian hipotesis, selanjutnya dapat dicari nilai *Adjusted R Square* untuk melihat apakah ada faktor lain yang mempengaruhi variabel dependen.

Dan untuk membentuk persamaan hipotesis yang dihasilkan, maka digunakan nilai *unstandardize coefficient* β dari variabel independen dan variabel moderat. Adapun persamaan untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

$$H1: \text{Profit} = \alpha + \beta \text{ Divers}$$

$$H2: \text{Profit} = \alpha + \beta \text{ Divers} + \beta \text{ MCSR} + \beta \text{ Divers MCSR}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DIVERS	57	8,00	2,00	10,00	3,1930	1,84622
KINERJA	57	1,12	,03	1,15	,2493	,26550
CSR	57	15,00	3,00	18,00	9,0526	4,23177
Valid N (listwise)	57					

Pengujian Normalitas Data

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		DIVERS	KINERJA	CSR
N		57	57	57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,1930	,2493	9,0526
	Std. Deviation	1,84622	,26550	4,23177
Most Extreme Differences	Absolute	,314	,241	,172
	Positive	,314	,241	,172
	Negative	-,259	-,200	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		2,367	1,816	1,296
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.085	,073	,070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan bahwa tingkat signifikan untuk ketiga variabel lebih

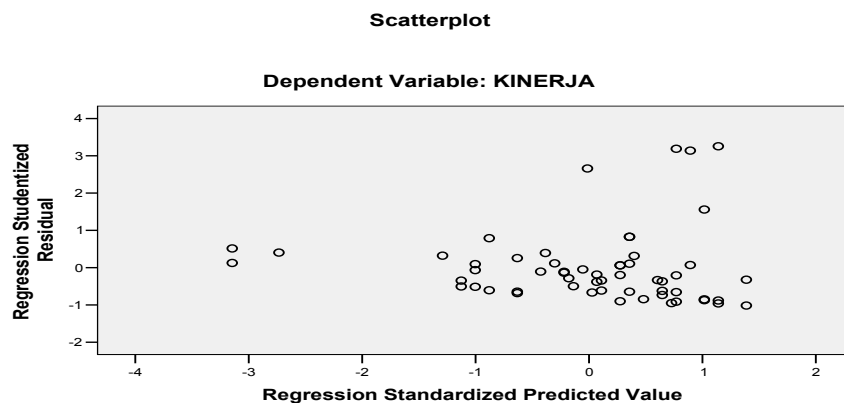
besar dari 0,05 dan ini menunjukkan data yang diolah terdistribusi normal.

Pengujian heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas yang menggunakan grafik plot dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Hasil pengujian pada gambar.3 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), sehingga data yang diolah bebas dari heterokedastisitas.

Gambar 3. Grafik Plot



Uji Hipotesis

Tabel 3. Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,463	,219		2,115	,039
	DIVERS	-,053	,065	-,367	-,810	,422
	CSR	-,019	,032	-,310	-,615	,541
	MODERAT	,005	,011	,262	,451	,654

a. Dependent Variable: KINERJA

Hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan pada tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel DIVERS adalah sebesar 0,422 dan nilai ini jauh lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis satu ditolak. Ditolaknya hipotesis satu ini berarti

bahwa strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian ini juga menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel moderat adalah sebesar 0,654. Nilai ini jauh lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dua juga ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Bosworth, Derek., Peter Dawkins, Mark Harris, Stuart Kells, 1997. Diversification And The Performance Of Australian Enterprises. Www. Ecom. Unimelb. Edu. Au
- Claessens, S., Simeon Djankov, J.P.H. Fan, Larry H.P. Lang. 2001. The Benefit and Cost of internal Markets: Evidence from Asia's Financial Crisis. Center for Economic Institutions Working Paper Series, No.2001-15.
- Hitt, Michael A., Duane R Ireland, Robert E. Hoskisson, 2003. *Strategic Management Ompetitiveness And Globalization*, Thomson, Fifth Edition, South-Western.
- Haberberg, Adrian., Rieple Alison, 2003. *The Strategic Management Of Organizations*. Prentice Hall
- Jensen, M., and W. Meckling. 1976. The theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure, *Journal of Financial Economics*, 3, 305-60.
- Jensen, M.1986. Agency costs of free cash flow, corporate finance and takeovers. *American Economic Review* 76, 323-329.
- Mc Collough, Kathleen A, Robert E Hoyt, 2002. Implications Of Corporate Diversification And Focus Strategies. [Www.Aria.Org](http://www.Aria.Org).
- Pandya Anil. M., Narendar V Rao, 1998. Diversification And Firm Performance: An Empirical Evaluation. *Journal Of Financial And Strategic Decisions* Volume 11 Number 2: 67-81
- Rogers, Mark., 2001. The Effect Of Diversification On Firm Performance. [Www.Stemnyu.Edu](http://www.Stemnyu.Edu)
- Sorenson, E Donald. 2000. Characteristics Of Merging Firm. *Journal Of Economic And Business* 52: 423-433
- Umar, Husein, 2003. *Srategic Managment In Action*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.