

Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan

Ernawati^a, Agus Rahayu^b, Lili Adi Wibowo^c

^a Universitas Pendidikan Indonesia, Manajemen. Indonesia. Email : ernawati21@upi.edu

^b Universitas Pendidikan Indonesia, Manajemen. Indonesia. Email : agusrahayu@upi.edu

^c Universitas Pendidikan Indonesia, Manajemen. Indonesia. Email : liliadiwibowo@upi.edu

ABSTRAK

Tujuan penelitian – Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi diferensiasi dan karakteristik perbankan terhadap kinerja perbankan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor finansial perbankan yang terdaftar indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020.

Desain/Methodologi/Pendekatan – Sampel sebanyak 30 yang dipilih dengan menggunakan metode non-probability sampling dengan purposive sampling. Analisis data dengan teknik regresi linier berganda.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi yang diprosikan dengan SG&A/Sales memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perbankan yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA). Karakteristik perbankan yang diprosikan dengan ukuran perbankan (LnTotal Asset) juga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perbankan. Hal ini berarti bahwa manajemen memerlukan dana yang besar dalam pengelolaan strategi diferensiasi secara efektif sehingga mengakibatkan kinerja perbankan rendah. Perbankan lebih berhati-hati dalam menerapkan strategi diferensiasi produk apalagi pada saat kondisi perekonomian tidak stabil seperti masa pandemi covid 19 karena dapat menimbulkan risiko pembiayaan yang besar dan menurunnnya kinerja perbankan.

Keterbatasan penelitian – Pengaruh strategi diferensiasi dan karakteristik perbankan yang negatif bisa menjadi penelitian selanjutnya dengan perusahaan dan proksi yang berbeda.

Originality/value – Penelitian ini mengabungkan tentang teori manajemen strategik dan manajemen keuangan yang diukur dengan strategi diferensiasi, karakteristik perusahaan dan kinerja perusahaan, dengan pembahasan pada bank-bank yang terdaftar di LQ45 dengan pengujian variabel secara terpisah.

Keywords : Strategi Diferensiasi, Karakteristik Perbankan, Kinerja Perbankan, Ukuran perusahaan, Return on Asset

PENDAHULUAN

Strategi keuangan merupakan salah satu strategi fungsional perusahaan. Dari sebagian besar sudut pandang investor, kondisi keuangan perusahaan sebagai faktor penentu dari kondisi kompetitifnya dan faktor keuangan mengakibatkan perubahan dalam strategi dan program implementasinya. Strategi keuangan menguji implikasi keuangan dari pilihan strategis suatu perusahaan atau unit bisnis dan mengidentifikasi tindakan keuangan yang terbaik. Strategi ini juga dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui biaya modal yang lebih rendah dan kemampuan yang fleksibel untuk meningkatkan jumlah modal demi mendukung suatu strategi bisnis. Tujuan dari strategi keuangan adalah untuk menyediakan struktur keuangan dan dana yang cukup untuk perusahaan dalam mencapai tujuan (Wheelen, Thomas, J. dan Hunger, 2000).

Porter menyatakan bahwa keunggulan kompetitif ada ketika perusahaan memberikan hal yang sama manfaat sebagai pesaing tetapi dengan biaya yang lebih rendah dan menghasilkan manfaat itu melebihi kompetisi atau menciptakan keuntungan bagi kelompok tertentu. Porter juga mengemukakan bahwa terdapat tiga jenis strategi generik yang kompetitif yaitu strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi produk dan strategi fokus (Lewis, 1981).

Pengelolaan manajemen strategik merupakan proses yang penting untuk bisnis perbankan. Untuk meningkatkan daya saing yang tinggi, maka perbankan membutuhkan suatu strategi untuk bisa mempertahankan keberadaannya dalam jangka panjang sehingga dapat meningkatkan kinerja perbankan. Strategi generik yang sering diimplementasikan oleh perusahaan khususnya perbankan adalah strategi diferensiasi produk. Strategi fokus dan strategi kepemimpinan biaya tidak digunakan didalam penelitian ini, hal ini disebabkan karena strategi fokus hanya digunakan untuk segmen pasar tertentu saja, sedangkan strategi kepemimpinan biaya tidak bisa digunakan karena semua perbankan mempunyai standar biaya yang hampir sama dalam menentukan biaya dan bunga bagi nasabah. Standar biaya dan bunga sudah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Selain itu strategi fokus ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan segmen pasar yang sempit, sehingga strategi fokus jarang dipakai oleh perbankan secara keseluruhan.

Porter mengemukakan bahwa inovasi merupakan sarana keunggulan kompetitif untuk mencapai kesuksesan. Strategi diferensiasi menawarkan pencapaian keuntungan yang tinggi, tetapi perbankan yang menerapkan strategi diferensiasi harus berhati-hati dalam menyeimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang unik. Strategi mempengaruhi kinerja perbankan untuk menentukan apakah formulasi strategi rasional lebih efektif daripada formulasi strategi emergent (Weil, 1985).

Selain strategi bisnis, karakteristik perusahaan menentukan kinerja perbankan. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini menggunakan ukuran perbankan, Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total asset yang dimiliki perusahaan, total penjualan dan kapitalisasi pasar (Dang et al., 2018). Perusahaan yang lebih besar umumnya mendapat perhatian lebih banyak dari pihak eksternal seperti investor, analis, maupun pemerintah, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam mengelola laporan keuangannya. Penyajian laba pada perusahaan besar lebih akurat dan lebih berhati-hati, karena aktivitas operasi pada perusahaan besar lebih kompleks termasuk perbankan yang masuk dalam LQ45.

Salah satu sektor finansial di Bursa Efek Indonesia adalah sektor perbankan. Sektor Perbankan yang masuk dalam indeks LQ45 merupakan 45 emiten termasuk perbankan yang telah melalui proses seleksi dengan likuiditas tinggi (LiQuid) serta beberapa kriteria pemilihan lainnya. Saham LQ45 merupakan kumpulan saham-saham terbaik di pasar modal. Kriteria saham yang masuk LQ45 diantaranya adalah pertimbangan kapitalisasi pasar. Selain memiliki kapitalisasi pasar yang besar dan ramai diperdagangkan, saham LQ45 juga merupakan saham yang menjadi market leader di sektornya. Perbankan yang dapat masuk pada saham LQ45 tentunya perbankan yang mempunyai strategi bisnis yang kompetitif dan karakteristik perusahaan.

Rasio profitabilitas bisa digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perbankan yaitu dengan *Return On Asset* (ROA). Nilai ROA perbankan yang masuk dalam LQ45 selama lima tahun terakhir mengalami penurunan secara konstan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Return On Asset Perusahaan Sektor Perbankan yang Terindeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia.

No	Nama Bank	Return On Asset				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	BBRI	3.84	3.69	3.68	3.5	1.98
2	BBCA	4.00	3.9	4.00	4.00	3.3
3	BBNI	2.7	2.7	2.8	2.4	0.5
4	BMRI	1.95	2.72	3.17	3.03	1.64
5	BBTN	1.76	1.71	1.34	0.13	0.69
6	BPTS	9.00	11.2	12.4	13.58	7.16
Jumlah		23.25	25.92	27.39	26.64	15.27
Rata-rata		3.88	4.32	5.57	4.44	2.55

Sumber : Data Sekunder *idx.co.id*

Berdasarkan Tabel. 1 hasil statistik dari 30 sampel pengamatan menunjukkan bahwa nilai rata rata ROA perbankan tahun 2016-2018 mengalami peningkatan yaitu dari 3,88 menjadi 5,57, tetapi tahun 2018 hingga tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan. ROA tahun 2018 sebesar 5,57 lalu turun menjadi 4,44 dan terus turun sampai menjadi 2,55 di tahun 2020. Penurunan ROA perbankan ini apakah dipengaruhi oleh strategi bisnis yang diterapkan perbankan untuk mencapai keunggulan kompetitif atau pengaruh karakteristik perbankan atau ada faktor lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris tentang pengaruh strategi bisnis dan karakteristik perusahaan terhadap kinerja perusahaan sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia. Manfaat penelitian secara teoritis diharapkan memberikan sumbangan untuk teori teori dalam manajemen keuangan khususnya tentang kinerja keuangan perusahaan dalam pengambilan keputusan keuangan yang meliputi implementasi strategi bisnis dan karakteristik perbankan. Manfaat praktis diharapkan sebagai salah satu sumber informasi dalam pengambilan keputusan terkait strategi bisnis yang diimplementasikan oleh suatu perusahaan, karakteristik perusahaan dengan menilai kinerja keuangan perusahaan bagi para investor, emiten dan masyarakat.

Berdasarkan penelitian ini ada beberapa penelitian yang serupa dan telah dilakukan oleh para peneliti lainnya, tetapi terdapat perbedaan sehingga menimbulkan perbedaan pendapat dengan hasil yang diperoleh. Penelitian yang dilakukan oleh Valipour et al., (2012) menunjukkan strategi diferensiasi produk, mempunyai pengaruh dan arah negatif terhadap kinerja perusahaan. Sejalan dengan penelitian valipour, penelitian Chang et al., (2015) menguji hubungan antara posisi strategis perusahaan yang diukur dengan strategi kepemimpinan biaya dan strategi diferensiasi terhadap efisiensi produksinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara strategi diferensiasi terhadap efisiensi produksi perusahaan.

Selanjutnya hasil penelitian Setiawan, (2017) menunjukkan bahwa perusahaan yang memilih strategi diferensiasi akan menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik dari pada perusahaan yang menerapkan strategik kepemimpinan biaya. Penelitian Bhattarai, (2018) dan Wibowo et al., (2017) hasil penelitiannya menunjukkan strategi generik dengan menggunakan strategi diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan manufaktur. Muiz & Sunarta, (2020) hasil penelitian menunjukkan perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi memiliki pengaruh yang penting terhadap kinerja perusahaan.

Selain itu penelitian tentang karakteristik perusahaan dengan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan, penelitian Hardika et al., (2018) dan Rani, (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, sedangkan penelitian Hossain & Said, (2019), Itung & Lasdi, (2018) dan Adi et al., (2014) menunjukkan bahwa pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah penelitian terdahulu meneliti pada perusahaan manufaktur sedangkan penelitian ini dilakukan pada sektor perbankan yang terdaftar di indek LQ45.

Kontribusi hasil penelitian ini adalah bagi perbankan, dapat dijadikan bahan untuk pengambilan keputusan dalam mengelola strategi diferensiasi dan meningkatkan kinerja perbankan pada masa pandemi covid-19 ini, terutama perbankan yang termasuk dalam indek LQ45. Untuk para peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dengan objek dan waktu yang berbeda.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Perusahaan

Porter, (1997) mengemukakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai keunggulan bersaing, selain itu strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Jadi strategi merupakan langkah langkah untuk mengambil keputusan yang diimplementasikan dalam mendapatkan keunggulan kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi bisnis ialah arah dan pedoman bagi perusahaan untuk bersaing dan bertahan. Perumusan strategi mengacu

pada proses dimana perusahaan mendefinisikan seputar arah jangka panjang secara keseluruhan serta ruang lingkup perusahaan (Gimbert et al., 2010).

Strategi Generik

Strategi generik merupakan salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk dapat bersaing dalam industri yang sejenis atau industri yang berbeda. Strategi bersaing generik bertujuan untuk menciptakan posisi yang menguntungkan dan kekuatan pada persaingan perusahaan. Strategi-strategi generik yang telah ditetapkan selanjutnya digunakan untuk menetapkan hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan, perumusan, dan pengimplementasian kegiatan operasional, sehingga mempunyai arah yang jelas dalam upaya mencapai tujuan perusahaan termasuk perbankan

Strategi bersaing mempunyai tujuan menegakkan posisi yang menguntungkan, strategi bersaing generik adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengungguli pesaing pesaingnya dalam industri, dimana dalam struktur industri tertentu berarti perusahaan dapat memperoleh tingkat pengembalian yang tinggi sementara di lain pihak keberhasilan dalam salah satu dari strategi generik perlu dilakukan peningkatan untuk memperoleh penerimaan yang layak dalam situasi tertentu, (Porter, 1997). Strategi jangka panjang seharusnya diperoleh dari suatu usaha perusahaan untuk mencari keunggulan bersaing dari salah satu ketiga strategi generik. Strategi generik meliputi strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi produk dan strategi fokus. Ketiga strategi generik ini merupakan pendekatan alternatif yang dapat digunakan untuk menanggulangi kekuatan persaingan. Perusahaan harus mengambil langkah langkah untuk mencapai keunggulan biaya, mengarahkan dirinya pada target tertentu (fokus) atau mencapai keunikan produk tertentu (diferensiasi) (Bhattarai, 2018).

Strategi Diferensiasi

Diferensiasi produk lebih menekankan keunggulan produk, pengembangan serta pengenalan produk baru ke pangsa pasar dengan tujuan untuk menemukan keunikan tersendiri terhadap produknya. Pencapaian strategi ini ditekankan pada keunikan produk, tambahan features, kenyamanan, dan tambahan lainnya pada produk agar sulit ditiru oleh pesaing. Porter mengemukakan bahwa strategi diferensiasi harus tersusun atas sekumpulan aktivitas yang saling berhubungan dan saling menunjang konstruktif dengan yang lainnya (Lewis, 1981).

Porter mengemukakan bahwa strategi diferensiasi fokus pada pembuatan produk, penawaran serta pelayanan yang unik kepada pelanggan. Menggunakan strategi diferensiasi produk lebih baik untuk jangka panjang karena unik dan sulit untuk ditiru (Banker et al., 2014). Faktor kunci dari strategi diferensiasi produk adalah perusahaan mengenalkan produk baru, melakukan pengembangan dan inovasi secara terus menerus, memberikan layanan yang prima dan berbeda untuk pelanggan sehingga terlihat berbeda dengan pesaing dalam industri yang sejenis maupun yang tidak sejenis.

Strategi diferensiasi produk lebih banyak digunakan dalam perbankan hal ini disebabkan karena strategi diferensiasi produk lebih fleksibel mengikuti perkembangan zaman sehingga mampu untuk bertahan dalam persaingan. Strategi diferensiasi berfokus pada pencarian peluang pasar untuk menawarkan produk yang unik kepada pelanggan, melakukan peluncuran produk baru, serta melakukan pengembangan dan inovasi produk, sehingga produk menjadi unik daripada pesaing. Keberhasilan setiap perusahaan pada akhirnya bergantung pada seberapa baik penerapan strategi bisnis yang dipilihnya. Sejalan dengan penelitian Bhattarai, (2018) dan Chang et al., (2015), pada penelitian ini untuk mengukur strategi diferensiasi produk menggunakan (SG&A/Sales) yaitu rasio total biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum terhadap penjualan.

Karakteristik Perbankan

Ukuran perusahaan adalah gambaran untuk menunjukkan seberapa besar kecilnya perusahaan, ukuran perusahaan biasanya digunakan sebagai karakteristik perusahaan fundamental yang penting (Dang et al., 2018). Semakin besar modal yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin mudah perusahaan dalam melakukan strategi sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Apabila perusahaan memiliki total aset yang besar, maka perusahaan dianggap secara finansial mampu berkontribusi bagi para investor dimana para investor merupakan pihak eksternal yang menanamkan dana pada perusahaan.

Kinerja Perbankan

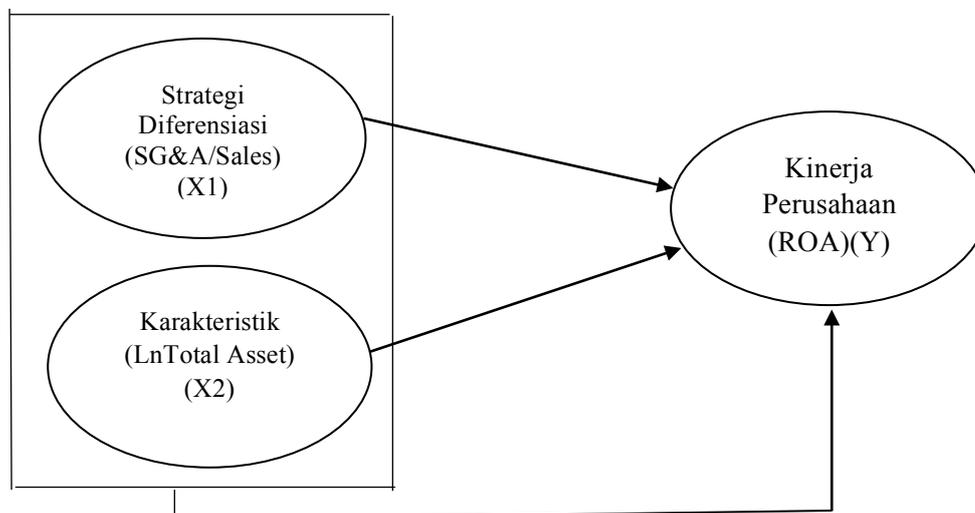
Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu investor juga akan sangat memperhatikan aspek fundamental dalam menilai ekspektasi return yang akan diperolehnya karena investor diasumsikan sebagai seorang yang rasional (Febrianty & Wulandari, 2018).

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. *Return On Asset* (ROA) termasuk ke dalam kelompok rasio profitabilitas dan digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada dan setelah biaya-biaya modal. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya (Brigham & Houston, 2016). Semakin besar ROA bank, semakin baik kinerja perbankan tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan aset (Dendawijaya, 2019).

ROA dapat membantu perusahaan yang telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik untuk dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri. ROA juga sebagai alat mengevaluasi atas penerapan kebijakan-kebijakan manajemen. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi (Setyawan Agus et al., 2015).

Kerangka konseptual

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, kajian hasil penelitian empiris dan kajian teoritis yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini adalah H₁ : strategi diferensiasi berpengaruh terhadap kinerja perbankan, H₂ : karakteristik perbankan berpengaruh terhadap kinerja perbankan, H₃ : strategi diferensiasi dan karakteristik perbankan berpengaruh terhadap kinerja perbankan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah anggota industri perbankan di Indonesia yang terdaftar indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan keuangan dari tahun 2016-2020. Sampel diambil Perbankan yang terdaftar indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan keuangan yang telah diaudit secara terus-menerus dari tahun 2016-2020 yaitu sebanyak 6 (enam) bank. Penentuan sampel (*sampling*) dalam penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel dengan metode non probability sampling dengan *purposive sampling* (Sugiyono, 2017).

Metode pengumpulan data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Bank Indonesia dan internet berupa laporan keuangan industri perbankan yang telah dipublikasikan melalui situs <http://www.idx.co.id>. Data diambil dari sektor finansial yaitu perbankan yang terdaftar di indek LQ45 Bursa Efek Indonesia secara berturut turut dari tahun 2016-2020 dengan asumsi bahwa perusahaan masuk dalam indeks LQ45 memiliki kapitalisasi pasar yang tinggi sebagai bahan rujukan dalam pasar saham.

Variabel Independen

Strategi Diferensiasi

Strategi ini adalah strategi untuk diferensiasi produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan menciptakan suatu produk atau jasa baru yang dirasakan oleh seluruh perusahaan sebagai sesuatu yang unik (Porter, 1997). Untuk mengukur strategi diferensiasi produk menggunakan (SG&A/Sales) yaitu rasio total biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum terhadap penjualan (Chang et al., 2015). Rasio SG&A/Sales digunakan untuk mengukur strategi diferensiasi produk. Alokasi yang lebih tinggi untuk SG&A mencerminkan upaya yang lebih baik untuk mencapai keunggulan strategi dan pencapaian laba. Penggunaan rasio ini dapat memberikan informasi mengenai berapa pengeluaran yang telah dikeluarkan oleh perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi produk untuk memperoleh pendapatan yang tinggi (Wibowo et al., 2017).

$$SG\&A/Sales = \frac{Bi.Penjualan,Adm\ dan\ Umum}{Penjualan\ bersih}$$

Variabel ini menjelaskan tentang investasi perusahaan untuk membedakan produk yang ditawarkan oleh para pesaingnya. Perusahaan yang menggunakan strategi diferensiasi produk mengeluarkan biaya yang lebih daripada kepemimpinan biaya dan fokus seperti biaya iklan, pelayanan yang lebih kepada pelanggan, dan biaya-biaya lainnya terkait untuk memberikan sesuatu yang unik kepada pelanggan dan tingkat penjualan yang lebih tinggi.

Karakteristik Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva, total penjualan, rata-rata total aktiva dan rata-rata penjualan. Semakin besar ukuran perusahaan, kelebihan modal dalam perusahaan dapat diversifikasikan sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan (Hossain & Said, 2019). Ukuran perusahaan yang besar dapat

mempengaruhi tingkat kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan (size) dalam penelitian ini menggunakan indikator nilai total aset perusahaan yang di ubah dalam bentuk log natural dengan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LnTotal Asset}$$

Perusahaan yang besar cenderung memiliki kemampuan untuk menghasilkan kinerja yang baik pula dikarenakan banyaknya sumber daya yang dapat dikelola dan dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang besar juga mampu memanfaatkan *economies of scale* yang mereka peroleh sehingga perusahaan besar lebih mudah untuk bersaing dan memperoleh pendapatan.

Variabel Dependen

Return on Total Asset (ROA), merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya (Brigham & Houston, 2016)

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk membuktikan pengaruh SG&A/Sales dan LnAsset terhadap ROA. Untuk menguji maka ditemukan persamaan yaitu

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = *Return On Asset* (ROA)

X₁ = SG&A/Sales

X₂ = Ukuran Perusahaan (*LnTotal Asset*)

a = Konstanta yang menyatakan bahwa tanpa pengaruh independen variabel, maka nilai b_{1,2,..} = a

b_{1,2,..} = Koefisien regresi parsial untuk X₁, X₂,

e = Kesalahan pengganggu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan sampel perbankan yang diperoleh melalui teknik purposive sampling maka diambil perbankan yang terdaftar pada indek LQ45 di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016-2020 sebanyak 6 (enam) Bank dengan 30 data observasi.

Statistik Deskripsi

Hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
SG&A/Sales	0,28	2,25	0,80	0,49
LnAsset	15,81	21,08	19,75	1,67
ROA	0,13	13,58	3,95	3,37

Sumber : Diolah dari Laporan Keuangan (2021)

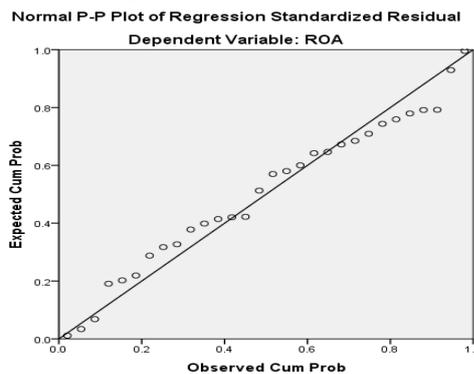
Berdasarkan Tabel 2 dengan jumlah sampel = 30 dapat diketahui variabel ROA memiliki rata rata (mean) adalah 3,95. Hal ini berarti bahwa rata-rata perolehan laba bersih adalah sebesar 3,95% dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Variabel SG&A/Sales

memiliki nilai rata rata sebesar 0,80. Hal ini berarti bahwa rata-rata sampel perbankan melaporkan beban penjualan dan beban administrasi & umum sebesar 0,80% dari total penjualan bersih yang dimiliki oleh perbankan. Ukuran perbankan memiliki nilai rata rata sebesar 19,75 atau sebesar 19,75%.

Pengujian Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas menurut (Ghozali, 2016) uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini dengan metode *Normal Probability Plots* seperti Gambar 2.

Gambar 2
 Uji Normalitas



Sumber : Data diolah tahun 2021

Uji normalitas mensyaratkan bahwa grafik normal dari pola yang menunjukkan penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan gambar 2 dapat disimpulkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal atau data mengikuti garis diagonal. Hal ini berarti bahwa data pada model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan linear sempurna atau mendekati sempurna antara dua variabel atau lebih dalam suatu model regresi (Ghozali, 2016). Uji multikolinearitas mensyaratkan bahwa nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat Coefficients pada kolom Tolerance dan VIF pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Multikolonearitas

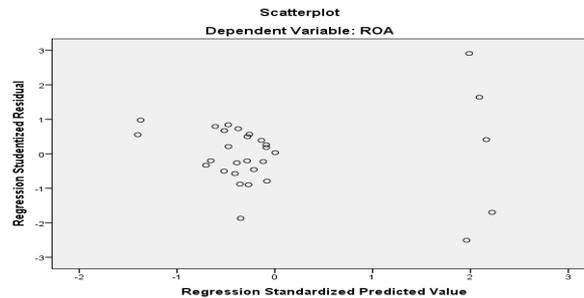
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
SG&A/Sales	0,953	1,050	Tidak terjadi multikolinearitas
LnAsset	0,953	1,050	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Diolah dari Laporan Keuangan Tahun 2021

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat menggunakan grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik scatterplot, yang ditunjukkan pada gambar 3.

Gambar 3
 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah tahun 2021

Grafik scatterplot di atas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak terkumpul di suatu tempat, serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada saat ini dengan sebelumnya. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi linier. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016).

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,752

Sumber : Data diolah tahun 2021

Angka D-W pada tabel 3 sebesar 1,752 dimana angka tersebut terletak antara -2 sampai 2 yang artinya bahwa tidak ada masalah autokorelasi dalam model regresi penelitian.

Hasil Uji t

Uji statistik digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pembuktian hipotesis dapat dibandingkan dengan signifikansi dengan 0,05 dan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan pengujian dua arah. Untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	34,675	2,845		12,189	,000
SG&A/Sales	-3,217	,494	-,472	-6,506	,000
LnTotal Asset	-1,425	,147	-,705	-9,725	,000

Sumber : Coefficients data diolah tahun 2021

Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 5 diperoleh estimasi data persamaan regresi linier yang terbentuk pada penelitian ini :

$$Y = 34,675 - 3,217 \text{ SG\&A/Sales} - 0,705 \text{ LnTotalAsset}$$

$H_1 = \text{SG\&A/Sales}$ berpengaruh terhadap ROA

Untuk SG&A/Sales hasil pengujian nilai t_{hitung} sebesar -6,506 dengan signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti SG&A/Sales berpengaruh negatif terhadap perubahan ROA secara signifikan sehingga H_1 diterima.

$H_2 = \text{LnTotal Asset}$ berpengaruh terhadap ROA

Untuk LnTotalAsset hasil pengujian nilai t_{hitung} sebesar -9,725 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya LnTotal Asset mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan ROA sehingga H_2 diterima.

Hasil Uji F

Uji F atau disebut juga uji signifikansi serentak. Uji ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) secara serentak atau bersama-sama. Pada penelitian ini uji F digunakan untuk melihat pengaruh SG&A/Sales dan LnTotalAsset secara simultan terhadap ROA. Jika terjadi pengaruh secara simultan antara variabel terikat dengan variabel bebas, maka nilai signifikansi dari uji F harus < 0,05. Sebaliknya, jika nilai yang didapat > 0,05 maka tidak terjadi pengaruh secara simultan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Hasil dari uji F pada penelitian ini seperti Tabel 6

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	285,421	2	142,710	86,282	,000 ^b
Residual	44,658	27	1,654		
Total	330,079	29			

Sumber : Regression ANOVA data diolah tahun 2021

Berdasarkan Tabel 6 hasil estimasi regresi uji signifikansi SG&A/Sales dan LnTotalAsset secara bersama-sama terhadap ROA didapat bahwa $F_{hitung} = 86,282$ dengan signifikan sebesar 0,000 pada taraf uji 5%. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara SG&A/Sales dan LnTotalAsset secara bersama-sama terhadap ROA.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat kemampuan variabel independen dalam model regresi tersebut menerangkan variasi dependen. Sebaliknya jika R^2 mendekati nol maka semakin lemah variasi independen menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil output besarnya nilai adjusted R^2 pada penelitian ini seperti tabel 7.

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,930 ^a	,865	,855	1,28608
---	-------------------	------	------	---------

Sumber: Model Summary data diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 7 nilai dari koefisien determinasi R Square sebesar 0,865 dan nilai *adjusted R²* sebesar 0,855 atau 86%. Artinya 86% perubahan yang sangat kuat nilai ROA dijelaskan oleh SG&A/Sales dan LnTotalAsset karena lebih dari 60%. Sisanya 14% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Strategi Diferensiasi Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perbankan. Hal ini berarti bahwa perubahan kinerja perbankan yang diukur dengan ROA dipengaruhi oleh strategi diferensiasi yang diukur dengan SG&A/Sales. Pengaruh strategi diferensiasi negatif menggambarkan bahwa perbankan dengan strategi diferensiasi tinggi mengakibatkan penurunan kinerja perbankan. Sebaliknya perbankan dengan strategi diferensiasi yang rendah akan meningkatkan kinerja perbankan. Strategi diferensiasi perbankan selama 5 tahun berfluktuasi sedangkan ROA perbankan selama 5 tahun mengalami penurunan ini mengindikasikan bahwa strategi diferensiasi lebih berguna untuk mengurangi risiko fluktuasi kinerja perusahaan agar cenderung lebih stabil namun tidak dapat meningkatkan kinerja perbankan.

Strategi diferensiasi banyak dilakukan perbankan untuk bisa bersaing seperti pengembangan fitur-fitur produk, pengembangan sistem monitoring dan evaluasi, peningkatan pelayanan perbankan, penerapan program pemasaran, kerjasama berbagai pihak lain pengguna jasa perbankan serta berbagai promosi yang dilakukan untuk menarik minat nasabah. Manajemen memerlukan dana yang besar dalam pengelolaan diferensiasi secara efektif sehingga mengakibatkan kinerja rendah. Sedangkan pada perbankan dengan tingkat diferensiasi rendah memudahkan bagi manajemen dalam mengelolanya sehingga mampu meningkatkan kinerjanya.

Penggunaan strategi ini bukan berarti bahwa perbankan mengabaikan faktor biaya, tetapi biaya bukanlah target utama. Namun dengan penerapan strategi diferensiasi oleh perbankan membuat investor percaya dengan kinerja perbankan yang masuk dalam LQ45. Hasil penelitian ini serupa dengan Valipour et al., (2012) dan Chang et al., (2015) bahwa strategi diferensiasi berpengaruh negatif terhadap kinerja dan efisiensi produksi. Hasil penelitian Banker et al., (2014) juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mengejar strategi diferensiasi memiliki risiko biaya yang lebih besar. Penelitian Guo et al., (2018) menemukan bahwa perusahaan yang menjalankan strategi diferensiasi produk memiliki lebih banyak pengeluaran research and development dibandingkan dengan strategi strategi lain

Sementara penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Bhattarai, (2018) dan Wibowo et al., (2017) bahwa strategi diferensiasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, karena untuk perusahaan manufaktur mengeluarkan biaya yang lebih untuk membuat produk menjadi unik dari pesaing yang lainnya akan lebih cepat meningkatkan penjualan produk agar perusahaan dapat memperoleh pencapaian laba dan meningkatkan kinerja.

Pengaruh Karakteristik perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian tentang pengaruh karakteristik perbankan yang diukur dengan ukuran perbankan (LnTotalAsset) dan kinerja perbankan yang diukur dengan ROA adalah dengan arah negatif dan signifikan. Hasil penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa LnTotalAsset mempunyai pengaruh negatif terhadap perubahan ROA perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin besar ukuran perbankan maka semakin kecil ROA perbankan karena semakin besar ukuran perusahaan maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengelola usaha semakin besar dan dapat mengurangi *return on asset* perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hardika et al., (2018) dan Rani, (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa Perusahaan yang lebih besar umumnya mendapat perhatian lebih banyak dari pihak eksternal seperti investor, analis, maupun pemerintah, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya. Sedangkan penelitian Itung & Lasdi, (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena dengan ukuran perusahaan yang besar maka sumber daya perusahaan yang digunakan untuk membangun lini usaha lain sehingga peningkatan pasar di sektor baru dapat mengorbankan peningkatan pasar di lini usaha utama perusahaan yang menyebabkan tidak meningkatnya kinerja perusahaan secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan ini memberikan kesimpulan bahwa strategi diferensiasi dan karakteristik perbankan masing-masing mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini juga mempunyai nilai adjusted R Square sangat tinggi yaitu sebesar 0,855, hal ini berarti strategi diferensiasi dan karakteristik perbankan mempunyai kontribusi yang tinggi yaitu sebesar 86% pada perubahan kinerja perbankan dan sisanya hanya sebesar 14% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Saran penelitian yaitu perbankan lebih memperhatikan dalam mengelola strategi diferensiasi karena strategi diferensiasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perbankan. Perbankan lebih berhati-hati dalam menerapkan strategi diferensiasi produk apalagi pada saat kondisi perekonomian tidak stabil seperti masa pandemi covid 19 karena dapat menimbulkan risiko pembiayaan yang besar dan menurunnya kinerja perbankan.

KETERBATASAN DAN FUTURE RESEARCH

Pengaruh strategi diferensiasi dan karakteristik perbankan yang negatif bisa menjadi penelitian selanjutnya dengan perusahaan diluar perbankan yang terindeks LQ45 untuk melakukan pengujian hubungan linier antara strategi diferensiasi, ukuran perusahaan dan kinerja perusahaan dengan indikator berbeda.

REFERENSI

- Adi, Inayah, S., Wiratno, A., & Suyono, E. (2014). Pengaruh Strategi Diversifikasi Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan. *JAFFA*, 02(1).
- Banker, R. D., Mashruwala, R., & Tripathy, A. (2014). Does a differentiation strategy lead to more sustainable financial performance than a cost leadership strategy? *Management Decision*, 52(5). <https://doi.org/10.1108/MD-05-2013-0282>
- Bhattarai, D. (2018). Generic Strategies and sustainability of Financial Performance of Nepalese Enterprises. *Pravaha*, 24(1). <https://doi.org/10.3126/pravaha.v24i1.20224>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2016). Fundamentals of Financial Management: Concine, Ninth Edition. In *Light-Emitting Diodes*.
- Chang, H., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2015). An Empirical Study of Strategic Positioning and Production Efficiency. *Advances in Operations Research*, 2015. <https://doi.org/10.1155/2015/347045>
- Dang, C., (Frank) Li, Z., & Yang, C. (2018). Measuring firm size in empirical corporate finance. *Journal of Banking and Finance*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.09.006>
- Dendawijaya. (2019). Pengaruh Car, Ldr Dan Npl Terhadap Profitabilitas Pada Industri

- Perbankan (studi Pada Bank Umum Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Febrianty, & Wulandari. (2018). Kinerja Keuangan Perusahaan Property dan Real Estate di BEI Selama Periode 2012-2016 yang Termasuk di Indeks LQ45 (Studi pada Perusahaan yang Termasuk Pemeringkatan Indeks LQ45 Periode Februari 2017-Juli 2017). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS SRIWIJAYA*, 15(1). <https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i1.5642>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gimbert, X., Bisbe, J., & Mendoza, X. (2010). The role of performance measurement systems in strategy formulation processes. *Long Range Planning*, 43(4). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.01.001>
- Guo, B., Wang, J., & Wei, S. X. (2018). R&D spending, strategic position and firm performance. *Frontiers of Business Research in China*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s11782-018-0037-7>
- Hardika, A. L., Manurung, D. T. H., & Mulyati, Y. (2018). Corporate governance mechanism, company size financial performance and sustainability reporting. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(4.34SpecialIssue 34). <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.34.23888>
- Hossain, M. S., & Said, A. N. M. (2019). Impact of Firm Size on Financial Performance of Banking Companies in Impact of Firm Size on Financial Performance of Banking Companies in Bangladesh. *Journal of Banking & Financial Services*, 11(2).
- Itung, S., & Lasdi, L. (2018). Pengaruh Strategi Diversifikasi Dan Kepemilikan Mana-Jerial Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Struktur Modal. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 10(2).
- Lewis, W. (1981). *Competitive strategy*, Michael E. Porter, The Free Press, New York, 1980. No. of pages: 396. Price: \$15.95. *Strategic Management Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.1002/smj.4250020110>
- Muiz, E., & Sunarta, S. (2020). Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.37932/j.e.v8i1.15>
- Porter, M. E. (1997). Michael E. Porter replies: "What Is. *Harvard Business Review*, 75(1).
- Rani, P. (2015). Peran Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4.
- Setiawan, A. S. (2017). Pengaruh Pemilihan Strategi Deferensiasi Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Food & Beverages terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi*, 20(1). <https://doi.org/10.24912/ja.v20i1.78>
- Setyawan Agus, A., Isa, M., Wajdi, W. F. M., Syamsudin, & Nugroho Permono, S. (2015). An Assessment of SME Competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness*, 7(2), 60–74. <https://doi.org/10.7441/joc.2015.02.04>

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). In *Alfabeta*, cv. Alfabeta.
- Valipour, H., Birjandi, H., & Honarbakhsh, S. (2012). The Effects of Cost Leadership Strategy and Product Differentiation Strategy on the Performance of Firms. *Asian Economic and Social Society*, 2(1), 14–23.
- Weil, K. E. (1985). PORTER, Competitive advantage, creating and sustaining superior performance. *Revista de Administração de Empresas*, 25(2). <https://doi.org/10.1590/s0034-75901985000200009>
- Wheelen, Thomas, J. dan Hunger, J. D. (2000). Strategic Management. New Jersey: Prentice Hall, Inc. In *Journal of Managerial Psychology* (Vol. 30, Issue 2).
- Wibowo, S. S. A., Handayani, Y., & Lestari, A. R. (2017). Strategi Bersaing Perusahaan Dan Kinerja Perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4896>