

**Pengaruh Strategi Diversifikasi Berhubungan dan
Diversifikasi Tidak Berhubungan Terhadap Kinerja
Pasar Perusahaan**

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI 2011-2016)



Disusun oleh :

Gita Chandra Ramadhan

13312362

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2017

**Pengaruh Strategi Diversifikasi Berhubungan dan
Diversifikasi Tidak Berhubungan Terhadap Kinerja
Pasar Perusahaan**

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI 2011-2016)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh :

Nama : Gita Chandra Ramadhan

No. Mahasiswa : 13312362

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2017

Pernyataan Bebas Plagiarisme

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 15 Januari 2018

Penulis,



(Gita Chandra Ramadhan)

**Pengaruh Strategi Diversifikasi Berhubungan dan
Diversifikasi Tidak Berhubungan Terhadap Kinerja
Pasar Perusahaan**

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI 2011-2016)

SKRIPSI

Diajukan Oleh :


Nama: Gita Chandra Ramadhan

No. Mahasiswa: 13312362

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 15 Januari 2018

Dosen Pembimbing



(Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., Cert.SAP.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH STRATEGI DIVERSIFIKASI BERHUBUNGAN DAN DIVERSIFIKASI TIDAK
BERHUBUNGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN**

Disusun Oleh : **GITA CHANDRA RAMADHAN**

Nomor Mahasiswa : **13312362**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 7 Februari 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : **Primanita Setyono, Dra., MBA, Ak, Cert. SAP.**



Penguji : **Hadri Kusuma, Prof., Dr., MBA.**

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Halaman Persembahan

Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Allah SWT atas segala yang telah terjadi pada hidup penulis, atas segala rezeki dan pelajaran yang tak ternilai harganya.
- Untuk Ibu, Ibu, Ibu, dan Bapak yang senantiasa menjadi “rumah” bagi penulis, yang pertama dan selamanya.
- Sahabat-sahabat penulis yang selalu menjadi bagian dari kebahagiaan penulis.

Kata Pengantar

Assalamualaikum wr. wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahman-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Shalawat serta salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk dan pencerahan bagi umat Islam diseluruh dunia.

Penelitian yang berjudul “**Pengaruh Strategi Diversifikasi Berhubungan dan Diversifikasi Tidak Berhubungan Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan**” disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Srtata-1 pada program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunannya, penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan sukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, kelancaran, dan kekuatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Nandang Sutrisno, Sh., M.Hum., LL.M., PhD selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Drs. Dwiprpto Agus Harjito, M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Dekar Urumsah, S.E., M.Si M.com(IS), PhD, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

5. Ibu Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., Cert.SAP. selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas waktu, saran dan nasihat-nasihat yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Suminar dan Ibu Sarni yang selalu memberikan dorongan baik materiil maupun non-materiil serta perhatiannya kepada penulis. Terimakasih atas segala nasihat, doa, dan kepercayaan yang tak henti-hentinya kepada penulis. Semoga penulis dapat selalu menjadi anak yang bermanfaat bagi kedua orang tua.
7. Kedua saudara kandung penulis, Ega chandra maulia dan Udyani kharisma savitri, terimakasih telah menjadi saudara sekaligus teman yang menyebarkan namun menyenangkan, tetap kompak.
8. Teman-teman OCB N yang menjadi komunitas penulis pertama kali di dunia perkuliahan, sukses bagi kita semua.
9. Sahabat-sahabat penulis, (Anis, Fitri, Reni, Susan, Alan, Witin, Odi) terimakasih sudah mengisi hari-hari penulis dimasa perkuliahan dengan suka-duka, tawa, dan saling *support*. Semoga persahabatan ini selalu terjalin sampai seterusnya.
10. Teman-teman KKN PW-108 2015/2016 (Adriawan, Yudha, Ismy, Vidia, Della, Arrum, Allo serta mbah Trubus) sebulan kita menjadi keluarga dari yang malu-malu sampai tahu kebiasaan masing-masing. Terimakasih sudah menjadi keluarga yang menyenangkan dan *unforgettable*. Stay lucu, stay kompak, jangan banyak wacana.

11. Sahabat masa kecil saya (Heru, Ajeng, Farera) yang sekarang sudah dewasa dan yang selalu mampu membuat saya tersenyum dan termotivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Selalu menyenangkan bisa bertemu dengan kalian.
12. Tim Dewanet (Yudha, Sidiq, mas Tony, mas Budi, mbak Fresty, mas Soleh, Fahur, mas Yefta, Tara, dan Irfan), sungguh waktu 1 tahun di Dewanet tidak akan terlupakan. Semoga komunikasi terus berlanjut serta semoga sukses bagi kita semua.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih penulis ucapkan, semoga Allah membalas segala kebaikan kalian.

Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan sangat diharapkan untuk menyempurnakan penelitian ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan kurang dan lebihnya mohon maaf.

Wassalamualaikum wr. wb

Yogyakarta, 30 Desember 2017

Penulis

Daftar isi

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Berita Acara Ujian Tugas Akhir Skripsi	v
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Daftar Gambar	xv
Abtrak	xvi
BAB I <u>P</u>ENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II <u>K</u>AJIAN PUSTAKA	24
2.1 Landasan teori	24
2.1.1 Teori Agensi.....	24

2.1.2	Teori Market-Based View.....	27
2.1.3	Strategi.....	28
2.1.4	Strategi Diverifikasi.....	29
2.1.6	Hubungan strategi Diversifikasi dengan Kinerja Pasar.....	34
2.1.5	<i>Leverage</i>	37
2.1.6	<i>Earning growth</i>	37
2.1.7	Umur.....	38
2.2	Penelitian terdahulu.....	38
2.3	Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Populasi dan Sampel.....	44
3.2	Variabel penelitian.....	44
3.2.1	Variabel Dependen.....	45
3.2.2	Variabel Independen.....	45
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	49
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.5.4	Uji T.....	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.2	Analisis Data.....	55
4.2.1	Analisis statistik deskriptif.....	55
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	57
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	58
4.2.2.3	Uji Heteroskedastitas.....	59
4.2.3	Analisis Regresi.....	60
4.2.4	Uji Hipotesis.....	62

4.2.4.1 Uji T	62
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan penelitian	68
5.3 Saran.....	69
Daftar Pustaka.....	70
LAMPIRAN.....	73

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 4.1 Daftar Kode Perusahaan Diversifikasi Tidak Berhubungan.....	53
Tabel 4.2 Daftar Perusahaan Diversifikasi Berhubungan	54
Tabel 4.3 hasil analisis deskriptif.....	55
tabel 4.4 hasil uji normalitas	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastistas.....	59
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi.....	60

Daftar Lampiran

1.	Lampiran Return Saham	74
2.	Lampiran Diversifikasi.....	79
3.	Lampiran Pengelompokkan Jenis Diversifikasi.....	89
4.	Lampiran Perhitungan Leverage	93
5.	Lampiran Penjualan Tiap Segmen.....	99
6.	Lampiran earning growth	107
7.	Lampiran Tabel Sic	113

Daftar Gambar

2.4	Kerangka Penelitian	43
-----	---------------------------	----

ABSTRACT

Strategy is defined as plans that will be implemented by firms to reach their goals. Diversification strategy is one of common strategy among firms. Diversification strategy is implemented hoping that firms can gain more competitive advantages also to reduce business risk. This paper aims to analyze the effect of diversification strategy to firms performance that measured with stock return and diversification strategy is measured with herfindahl index. In this paper, variable controls also included such as leverage (LEV), earning growth (EARN), firm's age, and type of diversification strategy. The population of this research are indonesian manufacture firms that implemented diversification strategy and listed on Bursa Efek Indonesia (BEI) on 2011-2016. Using purposive sampling method, 44 firms are selected as a sample of this research and also they are divided into groups based on the type of diversification strategy. The analytical tool used is multiple regression on SPSS 23. The results show that both of diversification strategy and leverage has negative insignificant effect on firm's performance. Firm's age have positive effect but not significant on firm's performance. In other hand, earning growth have positive significant effect on firm's performance. the result also showed that unrelated diversification have better value than related diversification.

Keywords : diversification strategy, firm's performance, leverage, indonesian manufacture firm

ABSTRAK

Strategi merupakan rencana yang akan dilaksanakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif serta untuk mengurangi resiko bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengailisis pengaruh dari strategi diversifikasi berhubungan dan tidak berhubungan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan menggunakan *return* saham. Strategi diversifikasi diukur dengan menggunakan *indeks herfindahl*. Peneliti juga turut menghiung variabel kontrol yang terdiri dari *leverange* (LEV), jenis diversifikasi, *earnig growth* (EARN) dan umur perusahaan. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur indonesia sebagai populasi penelitian yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2016. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, telah terpilih sampel penelitian sebanyak 44 perusahaan dan telah dikelompokkan sesuai dengan jenis diversifikasinya. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan nilai toleransi tingkat kesalahan sebesar 5% yang diolah menggunakan *software* SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diversifikasi dan *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan,

untuk variabel *earning growth* memiliki pengaruh positif signifikan, sedangkan untuk variabel umur menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa perusahaan dengan diversifikasi berhubungan memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan diversifikasi tidak berhubungan.

Kata kunci : strategi diversifikasi, kinerja keuangan, *leverage*, perusahaan manufaktur indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan jangka panjang dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan untuk meminimumkan biaya modal perusahaan Sari (2016). Nilai perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, namun tolak ukur yang umum digunakan adalah dengan melihat kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan mengindikasikan tentang bagaimana perusahaan tersebut dalam mengelola modalnya dan seberapa besar *return* yang didapatkan dari modal tersebut.

Dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, pemilik perusahaan harus mampu mengelola perusahaan dengan efektif dan efisien. Penting bagi pemilik perusahaan untuk memilih orang yang tepat untuk ditunjuk sebagai manajer yang akan membawa perusahaan kearah yang lebih baik. Manajer perusahaan yang dipilih oleh pemilik perusahaan akan diberikan kewenangan untuk menjalankan perusahaan sehingga perusahaan tersebut akan semakin kuat dan bertumbuh meskipun memiliki banyak kompetitor.

Menjalankan sebuah perusahaan bukanlah hal yang mudah. Perusahaan haruslah mampu bersaing dengan kompetitor yang memiliki ciri khas dan kekuatan pasar masing-masing, maupun dengan target sasaran pemasaran

produknya. Manajer puncak diharuskan memiliki strategi-strategi yang efektif untuk dilaksanakan dalam menjalankan perusahaan. Anthony dan Govindarajan (2011) dalam bukunya menyatakan, terdapat 3 strategi tingkat korporat, yaitu; 1. industri tunggal, 2. diversifikasi berhubungan, 3. diversifikasi tidak berhubungan.

“Strategi tingkat korporat (*corporate level strategy*) adalah tindakan yang diambil untuk mendapatkan keunggulan bersaing melalui pemilihan dan pengelolaan sejumlah bisnis / usaha yang bersaing dalam beberapa industri atau pasar produk” Slamet (n.d.). perbedaan paling mendasar antara ketiga strategi tersebut terdapat pada luas bauran produk yang dipasarkan oleh suatu entitas usaha. Masing-masing strategi memiliki kelebihan dan kelemahan sesuai dengan kondisi lingkungan bisnis suatu perusahaan. Manajer puncak adalah orang yang diberikan wewenang untuk menentukan strategi apa yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Manajer puncak harus memahami bisnis internal perusahaan untuk dapat memilih strategi yang paling baik bagi perusahaan.

Dalam penelitian ini, penulis akan berfokus terhadap strategi diversifikasi yang dilakukan perusahaan baik diversifikasi berhubungan maupun diversifikasi tidak berhubungan. Anil dan Yigit (2011) dalam penelitiannya mendefinisikan strategi diversifikasi sebagai kegiatan memperluas atau memasuki pasar yang berbeda dengan lini produk perusahaan yang sudah ada sebelumnya. Menurut Harto (2005) strategi diversifikasi dilakukan sebagai salah satu cara untuk

melakukan ekspansi usaha dan memperluas pasar. Penulis menganggap bahwa perusahaan yang melakukan strategi diversifikasi merupakan perusahaan yang lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan lini tunggal sehingga lebih menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

Banyak penelitian terdahulu yang membahas mengenai hubungan antara strategi diversifikasi dan kinerja perusahaan, beberapa menilai positif hubungan tersebut, dan sebagian lagi menilai negatif. Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pada masing-masing penelitian yang menyebabkan perbedaan dalam hasil penelitian. Berhasil atau tidaknya suatu strategi yang dijalankan oleh perusahaan juga tidak terlepas dari peran manajer dalam mengatur dan menjalankan perusahaan. Dalam penelitiannya, Sujoko (2007) menyatakan bahwa dalam prakteknya, strategi diversifikasi usaha yang dilakukan perusahaan tidak selalu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Apabila dikaitkan dengan teori agensi, hal tersebut dapat terjadi apabila manajer yang menjalankan perusahaan lebih memilih untuk mencari keuntungan pribadi dibandingkan dengan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan secara umum.

Kenyataannya banyak perusahaan di Indonesia yang melakukan strategi diversifikasi, baik yang berhubungan maupun yang tidak berhubungan. Perusahaan-perusahaan tersebut juga tampak stabil bersaing di pasar Indonesia. Bahkan banyak dari perusahaan tersebut yang menjadi salah satu perusahaan raksasa di Indonesia. Namun kesuksesan perusahaan tersebut tentu dipengaruhi

oleh banyak faktor. Dari faktor-faktor tersebut peneliti ingin mengetahui apakah strategi diversifikasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut, dan apabila terbukti berpengaruh, sejauh mana pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja keuangan perusahaan mengingat tujuan dari didirikannya perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilik.

Dalam penelitian ini, penulis akan melihat pengaruh antara dilaksanakannya strategi diversifikasi perusahaan baik berhubungan maupun tidak berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan sektor manufaktur di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

- Apakah pelaksanaan strategi diversifikasi berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan?
- Apakah terdapat perbedaan antara pelaksanaan strategi diversifikasi berhubungan dengan diversifikasi tidak berhubungan terhadap kinerja pasar perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam melaksanakan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai sejauh mana tingkat pengaruh pelaksanaan strategi diversifikasi baik berhubungan maupun tidak berhubungan terhadap kinerja pasar perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Mafaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai pengaruh pelaksanaan strategi diversifikasi berhubungan dan tidak berhubungan terhadap kinerja pasar perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan bagi manajer, calon investor, calon kreditur maupun bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan atas informasi tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis data dan hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran terkait dengan penelitian yang dilakukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi adalah teori yang menyatakan tentang adanya asimetri informasi antara pemilik perusahaan sebagai principal dan manajer perusahaan sebagai agen. Asimetri informasi yang terjadi tersebut seringkali menjadi awal adanya jurang pemisah antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Sedangkan dalam dunia usaha terdapat hal yang penting yang disebut dengan *goal congruence* yang merupakan keadaan dimana seluruh bagian dari perusahaan memiliki tujuan yang sama dan selaras untuk mewujudkan tujuan didirikannya perusahaan. Apabila setiap bagian dari perusahaan memiliki tujuan masing-masing yang saling bertentangan maka perusahaan tersebut tidak akan dapat bertahan lama. tentunya pemilik perusahaan menginginkan manajer untuk menjalankan perusahaan dengan sebaik-baiknya sehingga pemilik akan mendapatkan hasil atas pertumbuhan perusahaan. Namun disisi lain, manajer perusahaan juga memiliki kepentingannya sendiri untuk mendapatkan dan meningkatkan keuntungan pribadi atas timbal balik dari usahanya menjalankan perusahaan. Manajer akan berusaha untuk menjalankan dan meningkatkan kinerja perusahaan dengan harapan hal tersebut akan membawa keuntungan tersendiri bagi manajer tersebut. Semakin tinggi keuntungan dan performa perusahaan, maka semakin tinggi juga intensif yang diharapkan bagi manajer perusahaan.

Berdasarkan pemahaman mengenai maksud dari teori agensi tersebut, maka diperlukan adanya kontrak kesepakatan yang disetujui oleh masing-masing dari principal dan agen. Kontrak kesepakatan diadakan untuk mempertemukan kepentingan-kepentingan sehingga semua pihak akan mendapatkan apa yang diekspektasikan. Kesepakatan juga diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hak dan kewajiban masing-masing pihak atas perusahaan.

Manajer perusahaan tentunya tidak akan mau menjalankan perusahaan apabila ia tidak mendapatkan nilai manfaat atas perusahaan tersebut. Manajer akan menjalankan suatu aktivitas bisnis untuk mencapai target pribadi maupun target yang diberikan oleh perusahaan. Dengan mencapai target tersebut manajer akan mendapatkan intensif atas usaha yang telah ia lakukan. Intensif tersebut dapat berupa tambahan gaji, bonus, tunjangan, dan sebagainya. Oleh karena itu pemilik perusahaan akan menawarkan beberapa intensif kepada manajer agar manajer termotivasi dalam menjalankan kegiatan operasional dengan maksimal serta untuk mengurangi jurang kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer.

Menurut penelitian dari Sulastri (2006), strategi diversifikasi merupakan pilihan strategik yang didasarkan atas pertimbangan lingkungan eksternal dan sumber daya strategis yang berimplikasi dalam jangka panjang. Pemilihan jenis dtrategi diversifikasi masih menjadi perdebatan manakala proses pengambilan keputusan turut melibatkan masing-masing kepentingan misalnya antara manajemen dan pemilik perusahaan, atau kepentingan antar unit bisnis.

Penelitian dari Hartmann-wendels, Heinrichs, dan Matz (2013) menyatakan bahwa teori agensi memprediksi strategi diversifikasi akan sangat menarik minat manajer. Terlebih lagi apabila strategi diversifikasi tersebut dapat meningkatkan intensif bagi manajer. Diluar hal tersebut, strategi diversifikasi juga dinilai dapat meningkatkan kekuatan, kompensasi, dan keuntungan. Jika diperhatikan lebih jauh, Strategi diversifikasi tersebut merupakan pengaplikasian dari portfolio investasi.

Dalam memilih manajer, pemilik perusahaan haruslah berhati-hati, sebab manajerlah yang secara langsung mengendalikan dan memahami segala aktifitas operasional perusahaan. Kesalahan dalam memilih manajer akan membawa dampak yang sangat merugikan bagi perusahaan serta pihak-pihak lain yang terkait. Dalam memilih manajer, pemilik perusahaan perlu menetapkan standar kualifikasi yang cukup tinggi demi tercapainya tujuan perusahaan. Pemilik perusahaan juga sebaiknya melakukan pengawasan yang cukup terhadap keadaan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chiao (2013), yang menjelaskan bahwa diversifikasi yang dilakukan dalam perusahaan besar ada kaitannya dengan kebiasaan perilaku dan pandangan tentang pertumbuhan yang dimiliki oleh manajer perusahaan. Tingginya asimetri informasi memungkinkan manajemen dan pemegang saham besar untuk mengeksploitasi perusahaan sesuai dengan tujuan pribadi mereka, dimana biasanya adalah dalam bentuk diversifikasi.

2.1.2 Teori Market-Based View

Teori *market-based view* adalah teori yang dikembangkan oleh porter, yang membahas mengenai kinerja perusahaan bergantung pada keunggulan kompetitif perusahaan dalam lingkungan bisnisnya Hendriono (n.d.). dalam lingkungan bisnis, kompetitor akan selalu ada dan membuat suatu entitas bisnis merasa terancam dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Entitas bisnis tersebut harus menunjukkan bahwa ia adalah suatu entitas yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor-kompetitor dengan keunikan dan kekuatan masing-masing. Mereka harus menarik pelanggan untuk menggunakan jasa atau barang yang mereka tawarkan serta terus berusaha untuk menjaga kualitas jasa atau barang sehingga akan menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam teori *market-based view* disebutkan bahwa terdapat lima faktor pendorong eksternal yang harus diperhatikan agar mampu memperoleh keunggulan kompetitif, diantaranya; kekuatan pembeli, ancaman pesaing baru, kekuatan pemasok ancaman substitusi, dan intensitas persaingan.

Dalam teori ini, keunggulan kompetitif perusahaan dipandang sangat penting untuk menguasai pasar sehingga perusahaan harus memperhatikan dengan jelas lima faktor tersebut. Dengan memiliki keunggulan kompetitif, perusahaan akan mempersulit masuknya kompetitor baru dalam industri bisnis yang sama atau serupa.

Cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk memenangkan kompetisi adalah dengan melakukan strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah

langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk lebih melebarkan jangkauan pasar. Dalam penelitian milik Selçuk (2015) dikatakan bahwa diversifikasi memberikan beberapa keuntungan bagi perusahaan, diantaranya adalah internal capital market, segmen dengan *cash flow* yang tinggi dapat membiayai segmen yang memiliki *cash flow* rendah namun memiliki potensi yang baik. Keuntungan selanjutnya adalah dengan memiliki beberapa pendapatan dari segmen yang berbeda-beda hal tersebut akan mengurangi resiko tidak sistematis dari perusahaan dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Dari segi pajak, perusahaan dapat menekan pajak saat segmen yang merugi diimbangi dengan segmen yang memiliki keuntungan yang tinggi.

2.1.3 Strategi

“Strategi adalah rencana-rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi” Anthony dan Govindarajan (2011). Strategi yang dimiliki suatu organisasi akan menggambarkan arah dan tujuan yang akan dicapai oleh organisasi tersebut. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan mempunyai satu atau lebih strategi yang telah disesuaikan dengan kompetensi dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan.

Dalam bukunya, Anthony dan Govindarajan membagi strategi menjadi dua, yaitu strategi tingkat korporat dan strategi tingkat unit bisnis. Strategi yang pertama lebih menjelaskan tentang memposisikan perusahaan ditengah persaingan bisnis. Strategi ini membagi perusahaan menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan lini tunggal, perusahaan dengan diversifikasi berhubungan, dan perusahaan

dengan diversifikasi tidak berhubungan. Pada strategi yang kedua lebih menekankan bagaimana untuk menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitif dalam masing-masing industri yang telah dipilih oleh perusahaan.

Strategi merupakan alat yang sangat penting dalam perusahaan untuk mengetahui apa yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut. Dengan adanya strategi, perusahaan akan berjalan dengan baik serta manajer akan terhindar dari kesalahan dalam pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, pemilihan strategi yang sesuai akan membawa perusahaan sesuai dengan tujuan awal.

2.1.4 Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi dapat didefinisikan sebagai kegiatan memperluas atau memasuki pasar baru yang berbeda dengan unit bisnis perusahaan yang sudah ada Boz, Yigit, dan Anil (2013). Strategi diversifikasi merupakan strategi perusahaan dimana perusahaan menambah unit bisnis baru yang berbeda dengan unit bisnis yang sudah ada sebelumnya, dengan tujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan kekuatan perusahaan.

Penelitian dari Garcia, Hidalgo, dan Rodriguez (2013) mengemukakan bahwa terdapat beberapa motif dibalik alasan melakukan diversifikasi. Dilihat dari *Neoclassical Theory*, pelaksanaan diversifikasi berhubungan akan dinilai lebih masuk akal daripada diversifikasi tidak berhubungan karena teori ini melihat *cost* transaksi, efisiensi, dan pemanfaatan sumberdaya untuk sesama segmen. Sedangkan dilihat dari *New Economic Analysis*, terdapat dua teori yang mendasari alasan untuk diversifikasi. Yaitu *transaction cost* dan Teori Agensi. *Transaction*

cost menilai bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan multi-segmen lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan lini tunggal. Sedangkan pada teori agensi dijelaskan bahwa alasan dilakukan diversifikasi adalah karena manajer akan mendapat intensif, prestis, dan kekuatan yang lebih besar. Selain itu, dalam *Resource-Based Theory* menyatakan bahwa perusahaan akan melakukan diversifikasi apabila perusahaan tersebut memiliki kelebihan sumber daya dan kemampuan yang dapat ditransfer ke setiap segmen.

Penelitian dari Amit dan Livnat (1998) menyatakan bahwa terdapat dua strategi diversifikasi utama, yaitu diversifikasi berhubungan dan diversifikasi tidak berhubungan. Mereka juga berpendapat bahwa strategi diversifikasi berhubungan lebih berupaya untuk meningkatkan sinergi operasional. Sedangkan pada diversifikasi tidak berhubungan akan cenderung untuk mengambil keuntungan dari sisi finansial. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chirani dan Effatdoost (2013), dijelaskan bahwa diversifikasi berhubungan dapat dicapai apabila suatu perusahaan mempunyai beberapa kegiatan bisnis yang berbeda namun saling berhubungan dalam beberapa hal, serta terdapat hubungan yang terlihat maupun tidak terlihat. Sedangkan diversifikasi tidak berhubungan dijelaskan bahwa terdapat sedikit sekali hubungan antar segmen usaha dalam suatu perusahaan.

Dalam penelitian tersebut, juga menjelaskan bahwa perbedaan mendasar antara kedua jenis strategi tersebut terletak pada pemanfaatan sumber daya perusahaan. Aset spesial, khususnya yang berhubungan dengan alam akan lebih

menjurus kepada diversifikasi berhubungan daripada diversifikasi tidak berhubungan. Penelitian dari Gassenheimer and Keep (1998) menyatakan bahwa perbedaan antara diversifikasi berhubungan dan diversifikasi tidak berhubungan dilihat dari jarak relatif antara pengetahuan yang diperlukan untuk membuka unit baru dengan pengetahuan yang sudah ada yang digunakan untuk mengoperasikan unit yang sudah ada. Dalam penelitian dari Ernest H. Hull dan Lee (1999) mengemukakan bahwa dalam diversifikasi berhubungan hal yang paling menonjol adalah kemampuan untuk berbagi sumber daya antar segmen. kemampuan berbagi tersebut yang dinilai akan membawa kearah sinergi yang memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya dengan maksimal dan menjadi entitas yang efisien. Sedangkan diversifikasi tidak berhubungan kurang memiliki sinergi tersebut sehingga harus bergantung pada sinergi dari sisi finansial.

Kedua strategi tersebut tentu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing sehingga manajer harus dapat memilih strategi yang tepat bagi karakteristik perusahaan hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Harto (2005) bahwa pemilihan strategi yang tepat akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2.1.3.1 Pengukuran strategi diversifikasi

Terdapat beberapa alternatif pengukuran strategi diversifikasi yang biasa dipakai dalam penelitian tentang strategi diversifikasi, diantaranya adalah pengukuran menggunakan indeks Herfindahl dan indeks entropy.

Pengukuran dengan indeks Herfindahl adalah pengukuran yang dikembangkan oleh Berry dengan dasar hasil pemikiran oleh Hirschman dan

Herfindahl. Indeks Herfindahl mengukur diversifikasi berdasarkan penjualan masing-masing segmen perusahaan. Indeks ini mengukur tingkat diversifikasi perusahaan dengan menghitung kuadrat dari penjualan segmen dibagi dengan total penjualan. Hasil perhitungan indeks ini akan memiliki nilai antara 0 sampai 1 dimana semakin hasil indeks mendekati nilai 0 maka semakin terdiversifikasi perusahaan tersebut.

Pengukuran kedua adalah indeks Entropy. Indeks Entropy dikembangkan oleh Jacquemin dan Berry. Mereka mengembangkan indeks ini dengan tujuan untuk menganalisa hubungan antara diversifikasi perusahaan dengan pertumbuhan Palepu (1985). Indeks Entropy diukur berdasarkan tiga elemen diversifikasi perusahaan. 1. Jumlah segmen yang beroperasi, 2. Distribusi dari total penjualan terhadap segmen produk, 3. Tingkat keterkaitan antar segmen produk. Hal yang membedakan indeks entropy dengan indeks pengukuran diversifikasi yang lain terletak pada poin ketiga.

Berdasarkan penelitian dari Garcia, Hidalgo, dan Rodriguez (2013) menyimpulkan bahwa indeks herfindahl memiliki kelebihan yaitu mudah untuk dihitung. Sedangkan indeks entropy memiliki kelebihan dalam hal kemampuan untuk membedakan antara diversifikasi berhubungan dan tidak berhubungan. Namun kedua pengukuran tersebut juga memiliki kekurangan masing-masing, dimana kekurangan dari indeks herfindahl adalah hanya menyediakan tingkat diversifikasi secara umum bukan membedakan jenis diversifikasi. Sedangkan kekurangan indeks entropy terdapat pada perhitungannya yang sangat kompleks.

2.1.5 Kinerja Pasar

“Kinerja adalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan” Hendriono (n.d.). Kinerja perusahaan merupakan alat yang dapat digunakan untuk melihat apakah perusahaan tersebut sudah dijalankan dengan baik atau belum. Tidak hanya itu, kinerja perusahaan juga menjadi alat untuk menilai kinerja seorang manajer yang bertanggung jawab atas jalannya operasional perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan tahunan perusahaan terkait yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam mengambil keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Kinerja pasar perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, antara lain;

2.1.4.1 Return Saham

Return saham adalah kelebihan nilai jual saham di atas harga belinya, Arista (2012). Semakin tinggi harga jual saham dibandingkan dengan harga belinya, maka semakin besar pula keuntungan yang akan diperoleh pemilik saham tersebut. Harga jual saham sangat dipengaruhi oleh operasional perusahaan, semakin stabil perusahaan akan semakin menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Selain itu, kemampuan untuk menghasilkan laba juga menjadi penentu naiknya harga jual saham, karena ada kemungkinan besar bagi perusahaan dengan keuntungan yang tinggi untuk membagikan dividen sebagai imbalan untuk investor.

Namun tidak menutup kemungkinan juga dimana harga jual saham perusahaan bernilai lebih rendah dari harga belinya. Investor harus siap dalam menghadapi kemungkinan kerugian yang disebabkan oleh menurunnya harga saham diluar ekspektasi. Turunnya harga saham dapat terjadi secara tiba-tiba karena harga saham dapat dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk kondisi perusahaan, kendala-kendala eksternal, serta kekuatan permintaan dan penawaran saham di pasar saham.

2.1.6 Hubungan strategi Diversifikasi dengan Kinerja Pasar

Perusahaan memiliki tujuan untuk memberikan kemakmuran kepada pemilik perusahaan. Manajer merupakan orang yang diberikan kewenangan untuk menjalankan perusahaan demi terwujudnya tujuan perusahaan tersebut. Manajer yang diberikan kewenangan tersebut haruslah menjalankan kewajibannya dengan baik karena sudah ada kesepakatan bahwa manajer harus menjalankan tugas mengelola perusahaan dan sebagai imbal baliknya, manajer akan mendapatkan insentif dari pihak pemilik perusahaan.

Sebagai manajer, mengelola perusahaan tidak dapat dilakukan dengan sembarangan. Perlu banyak pertimbangan dan perhitungan sebelum mengambil keputusan bagi perusahaan. Manajer akan dinilai oleh pemilik perusahaan atas kinerjanya secara periodik dan akan diberikan insentif sesuai dengan prestasi yang sudah ia lakukan. Salah satu kriteria penilaian yang diperhatikan adalah tentang bagaimana manajer mempertahankan eksistensi perusahaan ditengah persaingan yang semakin ketat, serta bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan

dengan baik. Karena operasional perusahaan yang baik menandakan bahwa perusahaan tersebut berjalan dengan baik.

Strategi diversifikasi merupakan salah satu cara yang dapat dilaksanakan oleh manajer perusahaan dengan tujuan agar perusahaan memiliki daya saing yang tinggi. Daya saing yang tinggi akan berdampak pada ketahanan perusahaan terhadap persaingan dari kompetitor yang akhirnya akan mempertahankan eksistensi perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Satoto (2009) yang menyatakan bahwa penggunaan strategi diversifikasi dapat didorong oleh adanya keinginan untuk melakukan ekspansi usaha melalui penambahan unit usaha baru. Dengan menambah unit usaha baru maka perusahaan akan memiliki pasar yang lebih luas sehingga akan menambah sasaran baru bagi perusahaan.

Menurut penelitian dari Sari, Wiranto, dan Suyono (2014) strategi diversifikasi adalah salah satu cara untuk mengurangi resiko kebangkrutan. Dengan menerapkan strategi diversifikasi, maka sumber pendapatan perusahaan akan terbagi sesuai dengan jumlah segmen usahanya sehingga perusahaan tidak akan bergantung pada satu segmen saja. Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Hermawan (2015) yang menyatakan bahwa alasan perusahaan melakukan diversifikasi produk adalah untuk meningkatkan volume penjualan serta perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja. Strategi ini juga dapat digunakan manajer untuk meningkatkan kekuatan dan prestis karena dengan menjalankan strategi diversifikasi seolah-olah manajer sedang memimpin suatu entitas bisnis yang besar dan kompleks.

Pelaksanaan strategi diversifikasi tentu diharapkan akan berdampak pada kinerja perusahaan. Penambahan unit bisnis dalam perusahaan akan meningkatkan aktifitas operasional perusahaan. Calon investor dan kreditur akan melihat kondisi kinerja perusahaan melalui informasi laporan keuangan perusahaan dan akan dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan sebelum berinvestasi dan sebelum memberikan kredit keada perusahaan tersebut. Oleh karena itu pihak perusahaan harus memperhatikan dengan sungguh-sungguh mengenai kinerja perusahaan karena hal itu sedikit banyak akan menentukan jalannya operasional perusahaan.

Dalam sebuah penelitian dari Amit and Livnat (1998) disebutkan bahwa terdapat dua motif utama yang mendukung manajer untuk melaksanakan strategi diversifikasi. Pertama adalah motif sinergi. Sinergi didapatkan dari beberapa unit bisnis yang bekerja sebagai satu kesatuan usaha. dilihat dari segi ekonomi, sinergi muncul saat cost untuk memproduksi barang secara bersama lebih rendah dari cost untuk memproduksi barang secara terpisah. Kedua adalah motif keuangan. Motif ini menjelaskan bahwa perusahaan sebaiknya tidak bergantung atas satu jenis kegiatan operasional. Dengan membagi sumber pemasukan, perusahaan secara tidak langsung sudah mengurangi resiko kebangkrutan. hal tersebut juga dapat menguntungkan perusahaan dari segi prestis karena perusahaan dianggap sebagai perusahaan yang besar, bertumbuh dan memiliki daya saing tersendiri.

2.1.5 Leverage

“*Leverage* adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan perusahaan” Wahyundari (2014). Dimana semakin banyak hutang yang didapatkan maka perusahaan dianggap sebagai perusahaan yang dapat dipercaya mengingat pihak eksternal tidak akan meminjamkan asetnya tanpa melalui pertimbangan yang matang.

Dengan menggunakan tambahan hutang untuk pendanaan, maka perusahaan dapat lebih meningkatkan performa perusahaan dengan melakukan investasi yang diharapkan akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. *Leverage* dapat dihitung dengan membandingkan antara total hutang dengan total asset perusahaan.

2.1.6 Earning growth

Earning growth merupakan salah satu indikator kinerja perusahaan. *Earning growth* melihat perkembangan perusahaan melalui pertumbuhan laba yang dihasilkan dari tiap lembar saham perusahaan yang beredar. Menurut penelitian dari Sari, Wiranto, and Suyono (2014) *earning growth* menunjukkan bahwa semakin tinggi laba per lembar saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, hal tersebut akan berdampak pada semakin tingginya dividen yang bisa dibagikan kepada pemegang saham perusahaan. Hal tersebut dapat menunjukkan kinerja perusahaan. *Earning growth* akan membandingkan laba per lembar saham sebagai indikator kinerja perusahaan.

Semakin tinggi nilai *earning growth* maka akan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Semakin perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi investor, maka akan semakin tinggi pula harga saham yang ditawarkan, saat semakin banyak investor membeli saham perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan dana investasi untuk lebih berkembang lagi. *Earning growth* dihitung dari selisih laba per saham tahun berjalan dengan tahun sebelumnya dibanding laba per lembar saham tahun sebelumnya.

2.1.7 Umur

Umur perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan dengan umur yang relatif awet menunjukkan eksistensinya di pasaran serta menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu beradaptasi dengan perubahan jaman. Perusahaan yang telah lama beroperasi juga memiliki konsumen loyal dan sasaran pasar tersendiri yang sulit untuk diambil oleh perusahaan sejenis lainnya. Umur perusahaan dapat diukur dengan menghitung selisih tahun awal perusahaan tercatat di BEI dengan tahun laporan keuangan terakhir perusahaan.

2.2 Penelitian terdahulu

Pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan nampaknya masih menjadi perdebatan. Banyak penelitian yang mencoba mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh pelaksanaan strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan. Namun dari sekian banyaknya penelitian tersebut, masih belum ada

hasil yang konsisten mengenai pengaruh strategi diversifikasi sehingga harus ada penelitian lebih lanjut untuk memperkuat hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sari, Wiranto, dan Suyono (2014) yang membandingkan kinerja antara perusahaan diversifikasi dengan perusahaan lini tunggal menunjukkan hasil bahwa tidak ada perbedaan antara kinerja dari kedua jenis perusahaan tersebut. Sedangkan menurut penelitian dari Amit dan Livnat (1998) perusahaan yang melaksanakan strategi diversifikasi, secara keseluruhan memiliki keuntungan yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan lini tunggal. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian dari Harto (2005) menyatakan bahwa perusahaan dengan strategi diversifikasi memiliki nilai yang lebih rendah dari perusahaan dengan strategi lini tunggal. Dalam penelitian tersebut, diketahui juga bahwa perusahaan dengan strategi diversifikasi memiliki nilai *Leverage* yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lini tunggal. Hal tersebut menandakan bahwa sebenarnya perusahaan dengan nilai *Leverage* tinggi memiliki kesempatan untuk berinvestasi lebih tinggi pula, namun dalam keadaan krisis ekonomi, nilai *Leverage* tinggi justru akan mengakibatkan kesulitan keuangan bagi perusahaan. Dalam penelitian Satoto (2009) dikatakan bahwa perusahaan dengan strategi diversifikasi memiliki pengaruh yang negatif terhadap kinerja perusahaan. Strategi diversifikasi dianggap tidak dapat memberikan kenaikan nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Hendriono, (n.d.) yang menyatakan bahwa strategi diversifikasi bisnis memiliki

pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini juga menyatakan bahwa hal tersebut disebabkan karena perusahaan berinvestasi pada segmen yang memiliki keuntungan rendah. Disisi lain, penelitian dari Hyland (2008) mengemukakan bahwa perusahaan kecil yang menerapkan strategi diversifikasi memiliki efek jangka panjang yang negatif. Hyland menilai bahwa perusahaan yang melakukan diversifikasi akan mengurangi nilai perusahaan. Namun berbeda halnya dengan perusahaan besar yang memiliki efek jangka panjang bernilai positif. Dalam penelitian Hartmann-wendels, Heinrichs, dan Matz (2013) dikatakan bahwa terdapat perbedaan pendapat mengenai efek diversifikasi terhadap nilai perusahaan yang sulit untuk dibuktikan dan diprediksi. Namun terdapat beberapa prediksi yang dapat diterima, antara lain; 1) diversifikasi berhubungan dinilai lebih memberikan kenaikan nilai dibandingkan dengan diversifikasi tidak berhubungan. 2) perusahaan dengan diversifikasi memiliki kinerja yang lebih baik dalam industri yang didominasi oleh perusahaan multi-segmen. 3) strategi diversifikasi relatif lebih baik untuk perusahaan yang menerapkan nilai efisiensi kinerja.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian	Peneliti	Hasil penelitian
1	Pengaruh Strategi Diversifikasi dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan	Inayah Adi Sari, Adi Wiratno, dan Eko suyono (2014)	Jumlah segmen usaha berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan

2	Diversification strategies, business cycles and economic performance	Raphael amit dan joshua livnat (1988)	Perusahaan dengan strategi diversifikasi memiliki keuntungan yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan lini tunggal
3	Kebijakan Diversifikasi Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik di Indonesia	Puji harto (2005)	Perusahaan dengan strategi diversifikasi memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan lini tunggal
4	Strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan	Shinta heru satoto (2009)	Strategi diversifikasi memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan
5	The long-run performance of diversifying firms	David C. Hyland (2008)	Strategi diversifikasi memberikan efek jangka panjang yang negatif terhadap perusahaan kecil, namun berbanding terbalik dengan perusahaan besar
6	Corporate diversification and firm value: a survey of recent literature	Stefan efdorf, thomas hartman-wendels, nicolas heinrichs dan michael matz (2013)	Efek dari diversifikasi terhadap kinerja perusahaan sulit untuk dibuktikan dan diprediksi
7	Pengaruh Diversifikasi	Elok hendriono	Strategi diversifikasi

	Bisnis terhadap Risiko Bisnis dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia		bisnis memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan
--	--	--	--

Sumber Data : Kumpulan penelitian terdahulu

2.3 Hipotesis Penelitian

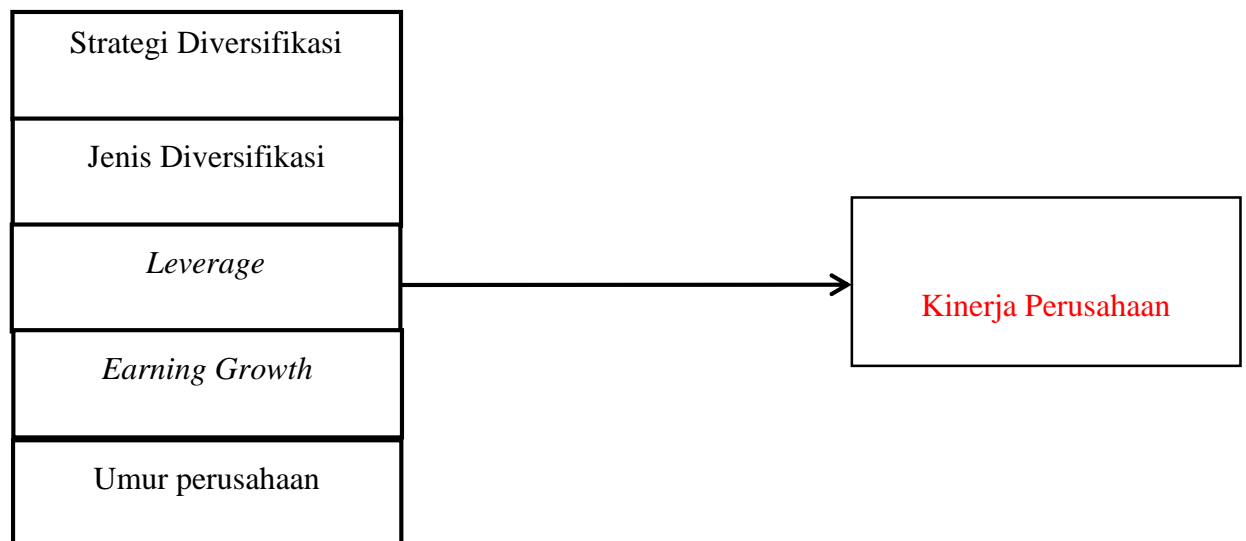
Dampak strategi diversifikasi bagi perusahaan masih menjadi perdebatan. Banyak teori yang menjelaskan mengenai mengapa perusahaan melakukan diversifikasi. Beberapa diantaranya adalah teori agensi dan *internal capital market*. Namun karena teori-teori tersebut tidak dapat memberikan prediksi yang jelas mengenai tingkat pengaruh strategi diversifikasi terhadap perusahaan, maka banyak penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh strategi diversifikasi. Banyak penelitian yang telah dilakukan memberikan hasil yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan keterbatasan masing-masing penelitian.

Beberapa penelitian yang dilakukan memberikan hasil bahwa perusahaan dengan strategi diversifikasi memberikan pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang menerapkan strategi lini tunggal. Beberapa juga memberikan hasil bahwa strategi diversifikasi berhubungan akan lebih banyak memberikan pengaruh jika dibandingkan dengan strategi diversifikasi tidak berhubungan.

H1 : Strategi diversifikasi berpengaruh positif terhadap kinerja Pasar perusahaan

H2 : Perusahaan dengan strategi diversifikasi berhubungan memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan dengan strategi diversifikasi tidak berhubungan.

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak pada sektor manufaktur di Indonesia dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berjumlah 144 perusahaan. Sedangkan sampel dari penelitian ini berjumlah 31 perusahaan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dimana peneliti akan memilih objek penelitian sesuai kriteria yang sudah ditentukan yaitu ;

- Tercatat di Bursa Efek Indonesia
- Perusahaan sektor manufaktur
- Menerbitkan laporan keuangan berturut-turut untuk periode 2011-2016, dan mencantumkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
- Disajikan dalam Rupiah
- Melakukan strategi diversifikasi usaha. Strategi diversifikasi dapat dilihat dari jumlah segmen yang ada dalam perusahaan. Semakin banyak segmen maka perusahaan tersebut semakin terdiversifikasi.

3.2 Variabel penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa variabel yang terdiri dari;

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh beberapa variabel independen. Disini penulis menggunakan kinerja pasar yang diukur dengan:

3.2.1.1 return saham

kinerja pasar perusahaan diukur dengan menggunakan return saham. Return saham merupakan selisih antara harga jual saham dengan harga beli. Return saham menunjukkan seberapa tinggi nilai saham suatu perusahaan bagi investor serta menunjukkan profitabilitas perusahaan dalam menjalankan aktifitas bisnisnya. Return saham dapat diukur dengan rumus :

$$\text{return saham} = \frac{\text{harga saham tahun } n+1 - \text{harga saham tahun } n}{\text{harga saham tahun } n}$$

harga saham perusahaan diambil pada harga saham tanggal 1 bulan april setiap tahunnya, hal tersebut dikarenakan bulan april merupakan tenggat waktu penerbitan laporan keuangan setelah proses audit sehingga harga saham untuk bulan april sudah dipengaruhi oleh informasi laporan keuangan perusahaan tahun sebelumnya.

3.2.2 Variabel Independen

3.2.2.1 Strategi Diversifikasi

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Penulis menggunakan strategi diversifikasi berhubungan dan tidak

berhubungan yang diukur dengan indeks *Herfindahl*. Indeks *Herfindahl* mengukur penjualan segmen dibagi dengan total penjualan perusahaan.

Merujuk dari penelitian yang dilakukan oleh Harto (2005) dan Sari, Wiranto, and Suyono (2014), penulis memutuskan untuk menggunakan indeks *Herfindahl* dalam menghitung tingkat diversifikasi dengan rumus sebagai berikut ;

$$\text{Diversifikasi} : \sum \text{segsales}^2 / \sum \text{sales}^2$$

Penjualan segmen perusahaan dapat dilihat dari informasi pada catatan atas laporan keuangan dalam laporan keuangan masing-masing perusahaan.

3.2.2.2 *Leverage*

Leverage adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan perusahaan. Semakin besar nilai *Leverage*, perusahaan akan dinilai semakin baik sebab perusahaan akan diasumsikan memiliki performa keuangan yang baik sehingga kreditur tidak segan memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut. *Leverage* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Leverage} : \text{Total Hutang} / \text{Total Asset}$$

3.2.2.3 *Earning Growth*

Earning growth merupakan salah satu indikator kinerja perusahaan. *Earning growth* melihat perkembangan perusahaan melalui laba yang dihasilkan dari tiap lembar saham perusahaan yang beredar. Semakin tinggi nilai *earning*

growth maka semakin dinilai baik perusahaan oleh para investor. *Earning growth* dihitung dengan rumus :

$$Earning\ growth : \frac{(EPS\ tahun\ n - EPS\ tahun\ n-1)}{EPS\ tahun\ n-1}$$

3.2.2.4 Umur

Umur perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan dengan umur yang relatif awet menunjukkan eksistensinya di pasaran serta menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu beradaptasi dengan perubahan jaman. Perusahaan yang telah lama beroperasi juga memiliki konsumen loyal dan sasaran pasar tersendiri yang sulit untuk diambil oleh perusahaan sejenis lainnya. Umur perusahaan dapat diukur dengan menghitung selisih tahun awal perusahaan tercatat di BEI dengan tahun laporan keuangan terakhir perusahaan.

3.2.2.5 Jenis Diversifikasi

Variabel ini merupakan variabel yang digunakan dengan tujuan untuk membedakan antara perusahaan dengan strategi diversifikasi berhubungan dan diversifikasi tidak berhubungan. Dengan menggunakan variabel Dummy untuk membedakan Perusahaan dengan diversifikasi berhubungan dan diversifikasi tidak berhubungan. Perusahaan dengan diversifikasi berhubungan akan diberikan nilai 1, sedangkan perusahaan dengan strategi diversifikasi tidak berhubungan akan diberikan nilai 0.

Dalam membedakan antara kedua jenis strategi diversifikasi tersebut, sesuai dengan penelitian dari Chirani dan Effatdoost (2013) menyatakan bahwa perbedaan paling menonjol antara kedua jenis strategi diversifikasi tersebut adalah kesamaan atau kemiripan segmen yang dimiliki perusahaan. Dari kemiripan tersebut masing-masing segmen dapat melakukan aktifitas transfer informasi dan atau transfer teknologi. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis membedakan jenis strategi diversifikasi perusahaan dengan memberikan kode kepada segmen perusahaan terkait sesuai dengan kode *Standard Industrial Classification* (SIC). Berdasarkan penelitian dari Jiang, Zhihui, and Chan (2005), kode SIC dikelompokkan menjadi 21 golongan dan digunakan untuk melihat variasi golongan dari segmen usaha perusahaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari informasi laporan keuangan perusahaan. Laporan ini didapatkan melalui website bursa efek Indonesia atau didapatkan secara langsung dari *website* perusahaan terkait.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan sebagai berikut;

- Dokumentasi penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan literatur yang ada hubungannya dengan pembuatan skripsi dengan tujuan untuk mendapatkan landasan teori dan teknik analisa dalam memecahkan masalah

- Pengumpulan data laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan yang dapat diakses melalui www.idx.co.id atau dari *website* perusahaan terkait.

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah strategi diversifikasi baik berhubungan maupun tidak berhubungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Analisa data dilakukan dengan metode regresi linear berganda

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif akan memberikan gambaran umum setiap variabel penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah nilai rata-rata, distribusi frekuensi, nilai minimum dan maksimum, serta standar deviasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian regresi linier berganda akan dapat dilakukan setelah model penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos uji asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu adalah data terdistribusi secara normal, serta tidak terjadi heteroskedastitas, dan multikolinieritas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi data yang normal. Distribusi data yang normal merupakan syarat mutlak yang diperlukan dalam model regresi linear. Untuk mengetahui tingkat

kenormalan distribusi, dapat dilihat dengan bantuan grafik atau dengan uji statistik. Suatu data dikatakan memenuhi asumsi normal jika memiliki hasil uji normalitas lebih besar dari 0,05.

3.5.2.2 Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas digunakan untuk menguji apakah variance dari residual pengamatan bernilai sama. model regresi yang baik adalah penelitian dengan variabel yang homoskedastistas, yaitu jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain bernilai tetap.

3.5.2.3 Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam penelitian. Variabel akan dinilai bebas dari multikolinearita apabila nilai VIF kurang dari 10

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan persamaan kuadrat sebagai berikut;

- $RETURN = \alpha + \beta_1 Div + \beta_2 Lev + \beta_3 Earning + \beta_4 Umur + \beta_5 Jenis$
Perusahaan + e

Dimana:

RETURN : *Return Saham*

Div : *Strategi Diversifikasi*

Lev	: <i>Leverage</i>
Earning	: <i>Earning Growth</i>
Umur	: Umur Perusahaan
Jenis perusahaan	: Variabel Dummy
a	: Konstanta
b	: Koefisien Regresi
e	: Variabel Residual

3.5.4 Uji T

Uji T atau sering disebut dengan uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila t-statistik bernilai lebih besar dari t-tabel maka dapat diartikan bahwa masing-masing variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak pada sektor manufaktur, menerapkan strategi diversifikasi usaha serta tercatat di Bursa Efek Indonesia. Sampai pada tahun 2017, jumlah populasi perusahaan sektor manufaktur tercatat sejumlah 144 perusahaan. Dari populasi tersebut kemudian dipilih perusahaan yang akan dijadikan sampel sesuai kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Adapun kriteria dalam memilih sampel penelitian adalah ;

- Tercatat di Bursa Efek Indonesia
- Perusahaan sektor manufaktur
- Menerbitkan laporan keuangan berturut-turut untuk periode 2013-2016, dan mencantumkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
- Melakukan strategi diversifikasi usaha. Strategi diversifikasi dapat dilihat dari jumlah segmen yang ada dalam perusahaan. Semakin banyak segmen maka perusahaan tersebut semakin terdiversifikasi.

Berdasarkan kriteria diatas, telah dipilih 31 perusahaan sebagai sampel penelitian. Penulis juga telah mengelompokkan sampel berdasarkan jenis strategi diversifikasi yang dijalankan. Pengelompokkan jenis diversifikasi perusahaan mengacu pada penelitian milik Jiang, Zhihui, dan Chan (2005) dimana unit usaha

dikelompokkan menurut kode pada *Standard Industrial Classification* (SIC) (tabel dapat dilihat pada lampiran). Perusahaan yang memiliki unit usaha dengan kode SIC yang sama akan dinilai sebagai perusahaan dengan diversifikasi berhubungan, dan sebaliknya. Berikut adalah daftar kode perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian ini ;

Tabel 4.1 Daftar Kode Perusahaan Dengan Diversifikasi Tidak Berhubungan

Kode perusahaan	Nama perusahaan
KBLM	Kabelindo Murni Tbk.
ASII	Astra International Tbk.
BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
INDS	Indospring Tbk.
ADES	Akasha Wira International Tbk.
INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
AUTO	Astra Otoparts Tbk.
TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
MBTO	Martina Berto Tbk.

Tabel 4.2 Daftar Perusahaan Dengan Strategi Diversifikasi Berhubungan

Kode perusahaan	Nama perusahaan
ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce
ALDO	Alkindo Naratama Tbk.
KICI	Kedaung Indah Can Tbk
GJTL	Gajah Tunggal Tbk.
DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
MERK	Merck Tbk
ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading
MLIA	Mulia Industrindo Tbk
MYOR	Mayora Indah Tbk.
SRSN	Indo Acidatama Tbk
SIPD	Sierad Produce Tbk.
JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
MRAT	Mustika Ratu Tbk.
PYFA	Pyridam Farma Tbk
RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk
JECC	Jembo Cable Company Tbk.
MAIN	Malindo Feedmill Tbk.

TCID	Mandom Indonesia Tbk.
KBLI	KMI Wire & Cable Tbk.
BRNA	Berlina Tbk.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis statistik deskriptif

Tabel 4.3 hasil analisis deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RETURN	156	-,662	1,088	,05767	,327664
DIV	156	,282	,999	,61419	,214845
LEV	156	,098	,886	,44997	,193139
EARNING	156	-2,260	2,960	-,09615	,739202
UMUR	156	1	35	19,21	6,908
Valid N (listwise)	156				

Sumber: *outcome* SPSS

1. Hasil statistik deskriptif untuk nilai RETURN menunjukkan nilai maksimum dimiliki oleh (CPIN) dengan nilai sebesar 1,088. Nilai tersebut didapatkan dengan menghitung selisih antara harga saham bulan april tahun n+1 dikurang harga saham bulan april tahun n, dibagi dengan haega saham tahun n. Sedangkan nilai terrendah dimiliki oleh (BRNA) dengan nilai sebesar -0,662.

2. Hasil statistik deskriptif untuk diversifikasi perusahaan menunjukkan nilai maksimum sebesar 0,999 yang dimiliki oleh (INDS),

sedangkan nilai diversifikasi terkecil adalah 0,282 yang dimiliki oleh (SKBM). Mengadopsi dari penelitian milik (Harto 2005), perhitungan nilai diversifikasi menggunakan *indeks herfidahl* yang membandingkan jumlah kuadrat penjualan masing-masing segmen dengan kuadrat dari total penjualan perusahaan. Semakin nilai diversifikasi mendekati angka 1 menandakan bahwa penjualan perusahaan tersebut terkonsentrasi pada salah satu segmen saja.

3. Hasil statistik deskriptif untuk *leverage* menunjukkan nilai tertinggi adalah 0,886 yang merupakan nilai dari perusahaan (INDF) dan nilai terendah sebesar 0,098 dari perusahaan (TCID). nilai *leverage* merupakan hasil dari perbandingan antara total hutang dengan total asset. Tingginya nilai *leverage* sering dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasional bisnisnya. Perusahaan dengan nilai *leverage* yang tinggi akan dianggap mampu mengelola hutang sebagai pembiayaan dengan baik.

4. Untuk hasil dari *Earning Growth* menunjukkan nilai maksimum sebesar 2,960 yang merupakan nilai dari perusahaan (INDS) dan nilai minimum sebesar (-2,260) dari perusahaan (SIPD). Nilai dari *earning growth* menunjukkan pertumbuhan laba dari perusahaan terkait dengan cara menghitung selisih laba per lembar saham tahun berjalan dengan laba per lembar saham tahun sebelumnya dibagi dengan laba per lembar saham tahun sebelumnya. Semakin tinggi nilainya maka perusahaan akan dinilai mampu memberikan keuntungan bagi para pemegang saham.

5. Variabel umur dihitung dengan menghitung selisih tahun laporan keuangan terakhir dengan tahun saat pertama kali perusahaan tercatat di BEI.

6. Variabel Dummy digunakan untuk mengelompokkan perusahaan berdasarkan jenis strategi diversifikasi yang dilakukan. Perusahaan dengan diversifikasi berhubungan akan diberikan nilai 1 sedangkan perusahaan dengan strategi diversifikasi tidak berhubungan akan diberikan nilai 0.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Tabel 4.4 hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		156
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,30810939
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,041
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,076 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *outcome* SPSS

Dari tabel diatas dapat dilihat pada kolom Asymp, Sig. (2-tailed) yang memiliki nilai 0,076 lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa data

penelitian memenuhi asumsi distribusi normal. Distribusi data normal adalah salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam model analisis regresi.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,268	,122		2,197	,030		
DIV	-,182	,117	-,119	-1,549	,124	,993	1,007
LEV	-,057	,132	-,034	-,432	,667	,974	1,027
EARNING	,109	,034	,246	3,169	,002	,979	1,021
UMUR	,002	,004	,046	,596	,552	,988	1,012
JENIS	-,151	,055	-,213	-2,746	,007	,978	1,023

a. Dependent Variable: RETURN

Multikolinearitas adalah keadaan dimana sebuah penelitian memiliki variabel-variabel yang saling terkait. Keadaan multikolinearitas dalam penelitian akan mengurangi reliabilitas hasil penelitian karena antar variabel akan saling mempengaruhi hasil satu sama lain.

Tabel diatas menunjukkan ada atau tidaknya gejala multikolinearitas. Dilihat dari nilai tolerance yang lebih besar dari 0,01, dan nilai VIF yang kurang dari 10 mengindikasikan bahwa rentang antara tolerance dan VIF tidak jauh sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdeteksi gejala multikolinearitas.

Disamping itu, gejala multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai standar error yang menunjukkan nilai kurang dari 1 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,263	,069		3,796	,000
DIV	,013	,067	,015	,193	,848
LEV	-,080	,074	-,085	-1,076	,283
EARNING	,019	,015	,099	1,249	,214
UMUR	,002	,002	,077	,972	,333
JENIS	-,036	,031	-,092	-1,148	,253

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: *outcome* SPSS

Uji heteroskedastitas digunakan untuk melihat apakah data penelitian bernilai sama. Penelitian yang baik adalah penelitian yang bersifat homoskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari kolom signifikan. Pada kolom signifikan apabila memiliki nilai yang lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2.3 Analisis Regresi

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,268	,122		2,197	,030
DIV	-,182	,117	-,119	-1,549	,124
LEV	-,057	,132	-,034	-,432	,667
EARNING	,109	,034	,246	3,169	,002
UMUR	,002	,004	,046	,596	,552
JENIS	-,151	,055	-,213	-2,746	,007
Confidence level : 90%					
R : 0,382					
R ² : 0,146					

a. Dependent Variable: RETURN

Sumber: *outcome* SPSS

Hasil pengujian persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{RETURN} = 0,268 - 0,182 \text{ DIV} - 0,057 \text{ LEV} + 0,109 \text{ EARN} + 0,002 \text{ UMUR} - 0,151 \text{ JENIS}$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna:

1. konstanta sebesar 0,268 menunjukkan bahwa jika variabel diversifikasi, *leverage*, *earning growth*, dan umur perusahaan bernilai nol maka kinerja keuangan perusahaan akan bernilai 0,268.

2. Diversifikasi perusahaan mempunyai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar $-0,182$. jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap kenaikan diversifikasi sebesar 1 maka akan berdampak pada penurunan kinerja keuangan sebesar $0,182$.
3. *Leverage* mempunyai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar $-0,057$, Jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap kenaikan struktur *leverage* sebesar 1 maka akan berdampak pada penurunan kinerja keuangan sebesar $0,057$
4. *Earning growth* (EARN) memiliki koefisien regresi dengan arah positif sebesar $0,109$. jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap kenaikan diversifikasi sebesar 1 maka akan berdampak pada kenaikan *earning growth* sebesar $0,109$.
5. Umur perusahaan memiliki koefisien regresi dengan arah positif sebesar $0,002$. jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap kenaikan umur perusahaan sebesar 1 maka akan berdampak pada kenaikan kinerja keuangan perusahaan sebesar $0,002$.
6. Variabel Jenis Diversifikasi mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar $-0,151$ serta nilai signifikansi yang terbilang kecil. hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi diversifikasi berhubungan memiliki kinerja yang lebih rendah bila dibandingkan dengan perusahaan dengan strategi diversifikasi tidak berhubungan. Menurut penelitian dari Qian (1997) membangun sinergi yang dibutuhkan dalam menjalankan strategi diversifikasi berhubungan membutuhkan waktu yang lama. Dalam

penelitian tersebut disebutkan juga bahwa banyak perusahaan yang lebih memilih menerapkan strategi diversifikasi tidak berhubungan karena strategi ini tidak menimbulkan biaya transaksi yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang muncul pada perusahaan dengan strategi diversifikasi berhubungan.

4.2.4 Uji Hipotesis

4.2.4.1 Uji T

Uji statistik T adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen pada suatu penelitian. Dari pengujian analisis regresi diketahui hasil-hasil sebagai berikut:

a. pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap kinerja pasar perusahaan

koefisien variabel strategi diversifikasi adalah sebesar -0,182 dengan probabilitas t statistik sebesar $-1,549 < \alpha 10\%$ yang menunjukkan bahwa strategi diversifikasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan. hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Sari, Wiranto, dan Suyono (2014) yang menyatakan bahwa strategi diversifikasi berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, strategi diversifikasi tidak akan selalu memberikan keuntungan pada perusahaan. Menurut Boz, Yigit, dan Anil (2013) strategi diversifikasi yang diharapkan memberikan manfaat,

ternyata juga dapat memberikan kerugian bagi perusahaan. Kerugian penerapan strategi diversifikasi dapat berasal dari birokrasi yang sulit, lemahnya koordinasi antar segmen, kesalahan dalam mengambil keputusan dan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik perusahaan. Namun tidak selalu strategi diversifikasi memberikan hasil yang merugikan bagi perusahaan. Pemilihan segmen yang sesuai dengan sumber daya dan kemampuan perusahaan dalam mengelola segmen tersebut menjadi penting untuk diperhatikan mengingat segmen perusahaan merupakan investasi bagi perusahaan di masa mendatang.

b. pengaruh *Leverage* terhadap kinerja pasar perusahaan

koefisien variabel *Leverage* adalah sebesar -0,057 dengan probabilitas Tstatistik sebesar $0,432 > \alpha$ 10% yang menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan. Hal ini berarti semakin perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan, maka kinerja perusahaan akan semakin buruk. Menurut Harto (2005) semakin tinggi nilai *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula kesempatan perusahaan untuk berinvestasi. Namun sebaliknya, semakin tinggi hutang yang digunakan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi pula risiko perusahaan mengalami kesulitan keuangan. Pada investasi yang buruk, penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan akan memberikan kerugian bagi perusahaan, tidak hanya pokok hutang, namun perusahaan juga harus mengembalikan angsuran bunga sesuai kesepakatan dengan kreditur.

Gagal bayar juga akan membawa nama perusahaan menjadi buruk sehingga berdampak pada berkurangnya pinjaman, dan berkurangnya investasi oleh investor.

c. Pengaruh *earning growth* terhadap kinerja pasar perusahaan

Koefisien variabel *earning growth* (EARN) adalah sebesar 3,169 dengan probabilitas T statistik $0,002 < \alpha 10\%$ yang menunjukkan bahwa *earning growth* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan. *Earning growth* merupakan salah satu indikator performa perusahaan yang dilihat berdasarkan perbandingan selisih *earning per share* tahun n dan tahun $n-1$ dengan *earning per share* tahun $n-1$. Sedangkan *earning per share* didapatkan dari jumlah laba bersih perusahaan dibandingkan dengan jumlah saham perusahaan yang beredar. Semakin tinggi nilai *earning growth* maka semakin baik pula nama perusahaan dikalangan investor. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan keuntungan pada investor.

Nilai keuntungan dari saham yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan, dengan demikian perusahaan akan memiliki sumber pendanaan yang lebih banyak serta memiliki kesempatan untuk berkembang lebih besar.

d. Pengaruh Umur terhadap kinerja pasar perusahaan

Koefisien variabel umur adalah sebesar -0,596 dengan probabilitas T statistik sebesar $0,552 > \alpha 10\%$ yang menunjukkan bahwa variabel umur perusahaan memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Umur perusahaan memang menunjukkan eksistensi perusahaan dalam persaingan bisnis, namun haruslah diimbangi oleh penggunaan teknologi dan inovasi-inovasi yang baru dan berbeda dengan kompetitor sehingga perusahaan akan dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

e. Jenis Diversifikasi

Jenis diversifikasi memiliki koefisien sebesar -2,746 dengan probabilitas T statistik sebesar $0,07 > \alpha 10\%$ yang menunjukkan bahwa perbedaan performa antara perusahaan dengan diversifikasi berhubungan dan tidak berhubungan dinilai signifikan. Jenis diversifikasi tidak hanya menunjukkan tingkat bauran produk, namun juga mempengaruhi keadaan operasional perusahaan tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh setelah melalui tahap pengumpulan data, pengelompokan data, pengolahan data, analisis data, dan interpretasi hasil analisis data mengenai pengaruh penerapan strategi diversifikasi, jenis diversifikasi, *leverage*, *earning growth*, dan umur perusahaan terhadap kinerja pasar perusahaan yang diukur menggunakan *return* saham, maka didapatkan hasil sebagai berikut;

1. Dari hasil analisis secara parsial diperoleh bahwa variabel strategi diversifikasi memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap variabel *return* saham. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,124 > 0,1$ dengan koefisien sebesar $-1,549$. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa strategi diversifikasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan ditolak.
2. Dari hasil analisis secara parsial diperoleh bahwa variabel jenis diversifikasi memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel *return* saham. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,1$ dengan koefisien sebesar $-0,151$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa strategi diversifikasi berhubungan

memiliki pengaruh lebih baik dibandingkan strategi diversifikasi tidak berhubungan ditolak.

3. Dari hasil analisis secara parsial diperoleh bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap variabel return saham. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,667 > 0,1$ dengan koefisien sebesar $-0,057$.
4. Dari hasil analisis secara parsial diperoleh bahwa variabel *earning growth* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel return saham. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,1$ dengan koefisien sebesar $0,109$.
5. Dari hasil analisis secara parsial diperoleh bahwa variabel umur perusahaan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap variabel return saham. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,552 > 0,1$ dengan koefisien sebesar $0,002$.

Dari hasil analisis regresi tersebut dapat dikatakan bahwa penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya dimana mayoritas mengemukakan bahwa tingkat diversifikasi memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun dalam praktiknya, perusahaan-perusahaan besar masih menjalankan dan mengembangkan strategi diversifikasi. Sesuai dengan teori market-based view, perusahaan haruslah memiliki daya saing yang melebihi kompetitornya untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya saing adalah dengan menggunakan strategi

diversifikasi. Perusahaan akan mampu membuka pasar baru sehingga kompetitor akan berfikir ulang untuk memasuki pasar tersebut.

5.2 Keterbatasan penelitian

Adapun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah:

1. Penelitian ini hanya menggunakan kurun waktu pengamatan enam tahun, sehingga data yang digunakan kurang mencerminkan kondisi jangka panjang
2. Penelitian ini hanya terbatas pada penggunaan sampel perusahaan manufaktur sehingga kurang mewakili seluruh perusahaan terdiversifikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Model regresi pada penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel yang mempengaruhi variabel return saham sebesar 31% sehingga masih banyak variabel lain yang mempengaruhi variabel return saham
4. Dalam penelitian ini masih terdapat variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel return saham. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel return saham.

5.3 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah tahun penelitian untuk melihat efek pengaruh jangka panjang masing-masing variabel
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas populasi dan sampel penelitian seperti perusahaan sektor jasa maupun perusahaan sektor dagang
3. Disarankan untuk menggunakan variasi alat pengukuran yang lain untuk variabel kinerja perusahaan dan strategi diversifikasi

Daftar Pustaka

- Amit, Raphael, and Joshua Livnat. 1998. "Diversification Strategies, Business Cycles and Economic Performance." *Strategic Management Journal* 9 (2): 99.
- Anil, Ibrahim, and Ihsan Yigit. 2011. "The Relation between Diversification Strategy and Organizational Performance: A Research on Companies Registered to the Istanbul Stock Exchange Market." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 24: 1494–1509. doi:10.1016/j.sbspro.2011.09.093.
- Anthony, N Robert, and Vijay Govindarajan. 2011. *Management Control Systems, 12th Edition*. 12th ed.
- Arista, Desy. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan* 3: 1–15.
- Boz, Ilknur Tastan, Ihsan Yigit, and Ibrahim Anil. 2013. "The Relationship Between Diversification Strategy And Organizational Performance: A Research Intended For Comparing Belgium And Turkey." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99: 997–1006. doi:10.1016/j.sbspro.2013.10.573.
- Chiao, Ching-pu. 2013. "A PROPOSED PERSPECTIVE INSPIRED BY ENTROPY ON DIVERSIFICATION , CORPORATE PERFORMANCE AND RISK." *International Journal of Organizational Innvation*, 53–69.
- Chirani, Ebrahim, and Mona Effatdoost. 2013. "Diversification Strategy, A Way Toward The Competitive Advantage." *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 3 (1): 23–28.
- Ernest H. Hull, Jr, and JooH Lee. 1999. "Broadening the View of Corporate Diversification : An International Perspective." *The International Journal of Organizational Analysis* 7 (1): 25–53.
- Garcia, Ma. Belen Lozano, Alberto de Miguel Hidalgo, and Diana Monserat Rios Rodriguez. 2013. "Responsible Diversification : Knowing Enough About Diversification to Do It Responsibly : Motives , Measures and Consequences." *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica* 15 (1): 217–37.
- Gassenheimer, Jule B., and William W. Keep. 1998. "Generalizing Diversification Theory across Economic Sectors : Theoretical and Empirical Consideration." *Journal of Marketing Theory and Practice* 6 (1).
- Hartmann-wendels, Stefan Erdorf Thomas, Nicolas Heinrichs, and Michael Matz. 2013. "Corporate Diversification and Firm Value : A Survey of Recent Literature." *Financ Mark Portf Manag*, no. 27: 187–215. doi:10.1007/s11408-013-0209-6.

- Harto, Puji. 2005. "Kebijakan Diversifikasi Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Di Indonesia." *SNA VIII Solo*, no. September: 15–16.
- Hendriono, Elok. n.d. "Pengaruh Diversifikasi Bisnis Terhadap Risiko Bisnis Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia."
- Hermawan, Lucius. 2015. "Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?" *Jurnal Studi Manajemen* 9 (2).
- Hyland, David C. 2008. "The Long-Run Performance of Diversifying Firms." *Journal of Economics and Finance* 32 (3).
- Jiang, Wei, Chen Zhihui, and Peng S Chan. 2005. "Diversification, Relatedness, And Firm Performance: Empirical Evidence From China." *International Business & Economic Research Journal* 4 (3): 1–10.
- Palepu, Krishna. 1985. "Diversification Strategy , Profit Performance and the Entropy Measure." *Strategic Management Journal* 6: 239–55.
- Qian, Gongming. 1997. "Assessing Product-Market Diversification of U . S . Firms." *Management International Review* 37 (2): 127–49.
- Sari, Inayah Adi, Adi Wiranto, and Eko Suyono. 2014. "Pengaruh Strategi Diversifikasi Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan." *JAFFA* 2 (1): 13–22.
- Sari, Septi Diana. 2016. "Pengaruh Risiko Bisnis, Life Cycle Dan Diversifikasi Terhadap Struktur Modal Serta Hubungannya Dengan Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, no. 1: 58–77.
- Satoto, Shinta Heru. 2009. "Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan." *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 13 (2): 280–87.
- Selçuk, Elif Akben. 2015. "Corporate Diversification and Firm Value : Evidence from Emerging Markets." *International Journal of Emerging Market* 10 (3): 249–310. doi:10.1108/IJoEM-12-2012-0180.
- Slamet, Giarti. n.d. "Strategi Tingkat Perusahaan Sebagai Upaya Dalam Menciptakan Nilai Perusahaan."
- Sujoko. 2007. "Pengaruh Struktur Kepemilikan, Strategi Diversifikasi, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Niai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta)." *EKUITAS* 11: 236–54.
- Sulastrri. 2006. "Sebuah Pengembangan Model Hipotesis Pengaruh Aset Strategis Dan Lingkungan Terhadap Pilihan Strategi Diversifikasi." *Jurnal*

Manajemen & Bisnis Sriwijaya 4 (7).

Wahyundari, Retno Hardini. 2014. “Analisis Praktek Internal Capital Market Dalam Perusahaan Koglomerasi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan.” Universitas Diponegoro.

LAMPIRAN

1. Lampiran I Return Saham

KODE	TAHUN	harga saham	return
icbp	2017	8200	
	2016	15150	-0,459
	2015	14675	0,032
	2014	10250	0,432
	2013	9700	0,057
	2012	5500	0,764
	2011	5300	0,038
indf	2017	7950	
	2016	7225	0,100
	2015	7500	-0,037
	2014	7350	0,020
	2013	7400	-0,007
	2012	4850	0,526
	2011	5450	-0,110
myor	2017	2100	
	2016	31475	-0,933
	2015	28500	0,104
	2014	30000	-0,050
	2013	23143	0,296
	2012	16457	0,406
	2011	9600	0,714

KODE	TAHUN	harga saham	return
pyfa	2017	214	
	2016	115	0,861
	2015	128	-0,102
	2014	149	-0,141
	2013	205	-0,273
	2012	184	0,114
	2011	128	0,438
tcid	2017	14175	
	2016	16600	-0,146
	2015	18600	-0,108
	2014	13500	0,378
	2013	13500	0,000
	2012	9000	0,500
	2011	7600	0,184
main	2017	1235	
	2016	1285	-0,039
	2015	1700	-0,244
	2014	3375	-0,496
	2013	3100	0,089
	2012	1060	1,925
	2011	1040	0,019

ULTJ	2017	4280	
	2016	3850	0,112
	2015	3980	-0,033
	2014	3950	0,008
	2013	2400	0,646
	2012	1160	1,069
	2011	1040	0,115
aldo	2017	600	
	2016	725	-0,172
	2015	720	0,007
	2014	650	0,108
	2013	680	-0,044
	2012	420	0,619
	2011	340	0,235
brna	2017	1120	
	2016	810	0,383
	2015	695	0,165
	2014	472	0,472
	2013	710	-0,335
	2012	340	1,088
	2011	308	0,104

merk	2017	9200	
	2016	7150	0,287
	2015	145000	-0,951
	2014	200000	-0,275
	2013	152000	0,316
	2012	147000	0,034
	2011	94000	0,564
mrat	2017	208	
	2016	210	-0,010
	2015	295	-0,288
	2014	480	-0,385
	2013	590	-0,186
	2012	600	-0,017
	2011	530	0,132
ricy	2017	155	
	2016	142	0,092
	2015	173	-0,179
	2014	164	0,055
	2013	193	-0,150
	2012	215	-0,102
	2011	172	0,250

budi	2017	100	
	2016	72	0,389
	2015	94	-0,234
	2014	107	-0,121
	2013	116	-0,078
	2012	240	-0,517
	2011	220	0,091
cpin	2017	3220	
	2016	3530	-0,088
	2015	3475	0,016
	2014	4030	-0,138
	2013	5000	-0,194
	2012	2750	0,818
	2011	2025	0,358
dvla	2017	1720	
	2016	1225	0,404
	2015	1745	-0,298
	2014	2130	-0,181
	2013	2275	-0,064
	2012	1240	0,835
	2011	1060	0,170

scco	2017	10450	
	2016	4725	1,212
	2015	4000	0,358
	2014	4190	0,358
	2013	5000	0,358
	2012	2400	0,358
	2011	1700	0,358
sipd	2017	965	
	2016	950	0,016
	2015	750	0,267
	2014	530	0,415
	2013	670	-0,209
	2012	530	0,264
	2011	600	-0,117
ades	2017	1200	
	2016	1055	0,137
	2015	1375	-0,233
	2014	2070	-0,336
	2013	4575	-0,548
	2012	1060	3,316
	2011	1170	-0,094

gjtI	2017	1130	
	2016	740	0,527
	2015	1320	-0,439
	2014	2125	-0,379
	2013	2550	-0,167
	2012	2675	-0,047
	2011	2225	0,202
inds	2017	870	
	2016	440	0,977
	2015	1300	-0,662
	2014	2136	-0,391
	2013	4205	-0,492
	2012	2787	0,509
	2011	1740	0,602
jecc	2017	7000	
	2016	2100	2,333
	2015	2390	-0,121
	2014	2800	-0,146
	2013	1890	0,481
	2012	830	1,277
	2011	520	0,596

asii	2017	8700	
	2016	7350	0,184
	2015	8575	-0,143
	2014	7500	0,143
	2013	7850	-0,045
	2012	7445	0,054
	2011	5700	0,306
auto	2017	2800	
	2016	1910	0,466
	2015	3530	-0,459
	2014	4000	-0,118
	2013	3884	0,030
	2012	3213	0,209
	2011	2647	0,214
jpfa	2017	1550	
	2016	805	0,925
	2015	780	0,032
	2014	1410	-0,447
	2013	1890	-0,254
	2012	820	1,305
	2011	690	0,188

kbli	2017	725	
	2016	149	3,866
	2015	136	0,096
	2014	170	-0,200
	2013	265	-0,358
	2012	120	1,208
	2011	87	0,379
kblm	2017	490	
	2016	133	2,684
	2015	144	-0,076
	2014	150	-0,040
	2013	158	-0,051
	2012	121	0,306
	2011	110	0,100

mbto	2017	178	
	2016	138	0,290
	2015	204	-0,324
	2014	297	-0,313
	2013	465	-0,361
	2012	420	0,107
	2011	520	-0,192
mlia	2017	610	
	2016	515	0,184
	2015	630	-0,183
	2014	500	0,260
	2013	235	1,128
	2012	345	-0,319
	2011	385	-0,104

2. Lampiran Diversifikasi

kode	Tahun	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	Diversifikasi
icbp	2016	565.137.415.844.336.000.000.000.000	34.466.069.000.000	0,476
	2015	484.685.022.500.369.000.000.000.000	31.741.094.000.000	0,481
	2014	433.529.098.560.638.000.000.000.000	30.022.463.000.000	0,481
	2013	326.987.622.805.695.000.000.000.000	25.094.681.000.000	0,519
	2012	239.666.911.678.134.000.000.000.000	21.574.792.000.000	0,515
	2011	193.453.826.136.859.000.000.000.000	19.367.155.000.000	0,516
indf	2016	1.759.703.320.791.440.000.000.000.000	66.750.317.000.000	0,395
	2015	1.590.233.151.856.360.000.000.000.000	64.061.947.000.000	0,387
	2014	1.507.975.070.073.320.000.000.000.000	63.594.452.000.000	0,373
	2013	1.158.784.996.724.180.000.000.000.000	55.623.657.000.000	0,375
	2012	780.615.919.436.445.000.000.000.000	50.059.427.000.000	0,312
	2011	636.823.404.011.074.000.000.000.000	45.332.256.000.000	0,310

kode	Tahun	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikasi
myor	2016	180.058.043.714.169.000.000.000	18.349.959.898.358	0,535
	2015	117.986.691.041.011.000.000.000	14.818.730.635.847	0,537
	2014	111.228.252.166.029.000.000.000	14.169.088.278.238	0,554
	2013	87.024.965.489.429.300.000.000	12.017.837.133.337	0,603
	2012	55.242.467.672.590.500.000.000	10.510.625.669.832	0,500
	2011	44.974.967.164.618.600.000.000	9.453.865.992.878	0,503
	ULTJ	2016	21.558.855.169.243.800.000.000	4.685.987.917.355
2015		18.636.710.416.344.600.000.000	4.393.932.684.171	0,965
2014		14.245.265.351.421.800.000.000	3.916.789.366.423	0,929
2013		10.871.274.380.909.300.000.000	3.460.231.249.075	0,908
2012		7.096.535.039.227.090.000.000	2.809.851.307.439	0,899
2011		3.911.188.664.817.270.000.000	2.102.383.741.532	0,885
aldo		2016	176.585.897.584.135.000.000.000	666.434.061.412
	2015	120.834.006.518.893.000.000.000	538.383.112.800	0,417
	2014	102.909.416.253.441.000.000.000	493.881.857.454	0,422
	2013	69.939.201.449.496.000.000.000	399.345.658.763	0,439
	2012	27.428.452.703.818.600.000.000	279.603.768.317	0,351
	2011	22.487.659.999.474.000.000.000	244.802.861.887	0,375

kod e	Tahu n	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikas i
brna	2016	1.208.825.150.078.980.000.000.000	1.364.849.405.000	0,649
	2015	1.087.566.477.487.210.000.000.000	1.278.353.442.000	0,666
	2014	1.106.577.509.780.950.000.000.000	1.258.841.240.000	0,698
	2013	696.216.989.567.582.000.000.000	960.999.965.000	0,754
	2012	477.311.246.595.059.000.000.000	836.986.463.000	0,681
	2011	300.010.834.558.910.000.000.000	679.335.305.000	0,650
budi	2016	3.478.075.154.763.000.000.000.000	2.467.553.000.000	0,571
	2015	3.454.461.695.057.000.000.000.000	2.378.805.000.000	0,610
	2014	3.257.921.092.844.000.000.000.000	2.284.211.000.000	0,624
	2013	4.545.721.555.994.000.000.000.000	2.568.954.000.000	0,689
	2012	3.330.049.029.363.000.000.000.000	2.295.369.000.000	0,632
	2011	4.067.970.286.630.000.000.000.000	2.503.984.000.000	0,649
cpin	2016	570.066.187.687.641.000.000.000.000	38.256.857.000.000	0,389
	2015	506.582.934.927.684.000.000.000.000	29.920.628.000.000	0,566
	2014	514.959.900.233.825.000.000.000.000	29.150.275.000.000	0,606
	2013	368.891.084.772.834.000.000.000.000	25.662.992.000.000	0,560
	2012	255.289.330.444.499.000.000.000.000	21.310.925.000.000	0,562
	2011	199.357.072.435.670.000.000.000.000	17.957.972.000.000	0,618

kod e	Tahu n	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikas i
dvla	2016	757.755.085.163.615.000.000.000	1.451.356.680.000	0,360
	2015	610.441.100.100.931.000.000.000	1.306.098.136.000	0,358
	2014	464.986.270.449.566.000.000.000	1.103.821.775.000	0,382
	2013	457.307.456.259.791.000.000.000	1.101.684.170.000	0,377
	2012	449.227.632.843.082.000.000.000	1.087.379.869.000	0,380
	2011	320.856.795.023.385.000.000.000	899.632.048.000	0,396
gjtI	2016	172.429.314.070.185.000.000.000.000	13.633.556.000.000	0,928
	2015	155.102.666.054.153.000.000.000.000	12.970.237.000.000	0,922
	2014	151.583.156.546.393.000.000.000.000	13.070.734.000.000	0,887
	2013	137.421.056.315.830.000.000.000.000	12.352.917.000.000	0,901
	2012	140.523.752.470.687.000.000.000.000	12.578.596.000.000	0,888
	2011	119.841.797.098.477.000.000.000.000	11.841.396.000.000	0,855
inds	2016	2.672.641.153.284.340.000.000.000	1.637.036.790.119	0,997
	2015	2.750.733.587.828.640.000.000.000	1.659.505.639.261	0,999
	2014	3.480.817.039.676.160.000.000.000	1.866.977.260.105	0,999
	2013	2.887.371.476.863.430.000.000.000	1.702.447.098.851	0,996
	2012	2.157.910.715.578.170.000.000.000	1.476.987.701.603	0,989
	2011	1.509.563.778.858.920.000.000.000	1.234.986.291.420	0,990

kod e	Tahu n	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikas i
jecc	2016	2.552.995.787.427.000.000.000.000	2.037.784.842.000	0,615
	2015	1.321.654.936.640.000.000.000.000	1.663.335.876.000	0,478
	2014	1.018.883.783.998.000.000.000.000	1.493.012.114.000	0,457
	2013	1.540.981.875.665.000.000.000.000	1.490.073.098.000	0,694
	2012	1.357.408.455.666.000.000.000.000	1.234.827.852.000	0,890
kbli	2016	1.304.016.343.790.000.000.000.000	1.267.418.214.000	0,812
	2016	4.661.118.352.739.290.000.000.000	2.812.196.217.447	0,589
	2015	4.704.399.623.530.200.000.000.000	2.662.038.531.021	0,664
	2014	4.320.533.763.345.180.000.000.000	2.384.078.038.239	0,760
	2013	5.230.884.190.875.280.000.000.000	2.572.350.076.614	0,791
kbl m	2012	3.476.288.452.363.860.000.000.000	2.273.197.243.380	0,673
	2011	2.322.746.679.789.970.000.000.000	1.841.939.308.817	0,685
	2016	929.720.929.663.870.000.000.000	987.409.109.474	0,954
	2015	853.639.041.278.612.000.000.000	967.710.339.797	0,912
	2014	740.990.626.581.317.000.000.000	919.537.870.594	0,876
pyfa	2013	955.399.320.820.559.000.000.000	1.032.787.438.869	0,896
	2012	902.868.946.006.107.000.000.000	1.020.197.078.016	0,867
	2011	661.367.266.806.142.000.000.000	864.752.600.095	0,884
	2016	43.711.469.585.867.800.000.000	216.951.583.953	0,929
	2015	44.303.157.238.946.100.000.000	217.843.921.422	0,934
	2014	46.185.610.143.530.900.000.000	222.302.407.528	0,935

kode	Tahun	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikasi
pyfa	2013	34.215.117.771.581.000.000.000	192.555.731.180	0,923
	2012	29.147.356.280.030.500.000.000	176.730.979.672	0,933
	2011	21.422.133.858.569.200.000.000	151.094.461.045	0,938
tcid	2016	2.169.706.221.077.310.000.000.000	2.526.776.164.168	0,340
	2015	1.785.391.502.465.160.000.000.000	2.314.889.854.074	0,333
	2014	1.741.850.558.996.760.000.000.000	2.308.203.551.971	0,327
	2013	1.318.167.304.548.070.000.000.000	2.027.899.402.527	0,321
	2012	1.123.649.628.904.670.000.000.000	1.851.152.825.559	0,328
	2011	917.361.248.622.694.000.000.000	1.654.671.098.358	0,335
main	2016	22.076.214.724.012.500.000.000.000	5.246.340.041.000	0,802
	2015	20.260.709.125.593.600.000.000.000	4.775.014.772.000	0,889
	2014	18.121.494.289.766.800.000.000.000	4.502.078.127.000	0,894
	2013	15.391.495.135.235.800.000.000.000	4.193.082.465.000	0,875
	2012	5.585.648.157.624.590.000.000.000	3.349.566.738.000	0,498
	2011	3.307.055.738.896.090.000.000.000	2.634.460.563.000	0,476
merk	2016	456.822.075.525.090.000.000.000	1.034.806.890.000	0,427
	2015	407.157.959.166.473.000.000.000	1.034.806.890.000	0,380
	2014	463.526.416.452.628.000.000.000	863.207.535.000	0,622
	2013	546.420.864.445.542.000.000.000	805.746.000.000	0,842
	2012	320.152.601.560.492.000.000.000	929.876.824.000	0,370
	2011	310.056.436.366.257.000.000.000	918.532.462.000	0,367

kod e	Tahu n	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikas i
mrat	2016	111.225.495.481.373.000.000.000	344.361.345.265	0,938
	2015	168.685.763.144.212.000.000.000	428.092.732.505	0,920
	2014	174.309.158.362.997.000.000.000	434.747.101.600	0,922
	2013	123.959.673.709.807.000.000.000	358.127.545.503	0,967
	2012	201.417.109.848.492.000.000.000	458.197.338.824	0,959
ricy	2016	160.096.059.328.839.000.000.000	406.315.784.681	0,970
	2016	1.317.203.870.861.410.000.000.000	1.221.519.096.811	0,883
	2015	979.707.153.650.402.000.000.000	1.111.051.293.008	0,794
	2014	1.050.967.591.789.090.000.000.000	1.185.443.580.242	0,748
	2013	442.581.225.670.577.000.000.000	984.185.102.135	0,457
scco	2012	193.429.151.874.332.000.000.000	749.972.702.550	0,344
	2011	127.171.863.882.288.000.000.000	616.394.673.133	0,335
	2016	10.669.825.943.399.200.000.000.000	3.742.637.722.322	0,762
	2015	9.267.109.719.885.110.000.000.000	3.533.081.041.052	0,742
	2014	10.485.425.629.876.100.000.000.000	3.703.267.949.291	0,765
sipd	2013	10.547.785.879.112.500.000.000.000	3.751.042.310.613	0,750
	2012	9.655.824.587.560.690.000.000.000	3.542.885.004.273	0,769
	2011	8.909.767.856.504.400.000.000.000	3.363.728.158.430	0,787
	2016	3.373.707.370.265.770.000.000.000	2.427.199.231.761	0,573
	2015	2.705.626.449.017.810.000.000.000	2.113.148.210.101	0,606
sipd	2014	4.029.288.530.847.460.000.000.000	2.505.575.102.503	0,642
	2013	9.446.686.683.265.550.000.000.000	3.854.271.748.057	0,636

kod e	Tahu n	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifika si
sip d	201 2	6.257.889.000.267.300.000.000.000	4.354.469.720.627	0,330
	201 1	6.267.295.664.931.350.000.000.000	4.029.131.023.628	0,386
ades	201 6	422.965.045.256.000.000.000.000	887.663.000.000	0,537
	201 5	225.585.894.157.000.000.000.000	669.725.000.000	0,503
	201 4	167.516.016.200.000.000.000.000	578.784.000.000	0,500
	201 3	128.994.755.786.000.000.000.000	502.524.000.000	0,511
	201 2	122.829.091.972.000.000.000.000	476.638.000.000	0,541
	201 1	50.551.137.821.000.000.000.000	299.409.000.000	0,564
asii	201 6	11.892.237.377.000.000.000.000.000. 000	181.084.000.000.0 00	0,363
	201 5	12.342.058.724.000.000.000.000.000. 000	184.196.000.000.0 00	0,364
	201 4	15.203.914.706.000.000.000.000.000. 000	201.701.000.000.0 00	0,374
	201 3	14.936.393.944.000.000.000.000.000. 000	193.880.000.000.0 00	0,397
	201 2	13.686.027.823.000.000.000.000.000. 000	188.053.000.000.0 00	0,387
	201 1	9.902.069.463.000.000.000.000.000.0 00	162.564.000.000.0 00	0,375
auto	201 6	98.930.316.765.145.000.000.000.000	12.806.867.000.00 0	0,603
	201 5	84.004.384.188.020.000.000.000.000	11.723.787.000.00 0	0,611
	201 4	94.079.818.068.221.000.000.000.000	12.255.427.000.00 0	0,626

kode	Tahun	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	diversifikasi
auto	2013	71.503.790.848.340.000.000.000.000	10.701.988.000.000	0,624
	2012	34.950.442.146.173.000.000.000.000	8.277.485.000.000	0,510
	2011	27.714.243.608.321.000.000.000.000	7.363.659.000.000	0,511
jpfa	2016	401.819.052.922.431.000.000.000.000	27.063.310.000.000	0,549
	2015	354.461.765.545.223.000.000.000.000	25.022.913.000.000	0,566
	2014	373.585.362.345.979.000.000.000.000	24.458.880.000.000	0,624
	2013	276.415.895.380.891.000.000.000.000	21.412.085.000.000	0,603
	2012	99.308.111.583.671.000.000.000.000	17.832.702.000.000	0,312
	2011	73.088.142.613.928.000.000.000.000	15.633.068.000.000	0,299
mbto	2016	395.699.439.387.667.000.000.000	685.443.920.925	0,842
	2015	418.954.258.383.173.000.000.000	694.782.752.351	0,868
	2014	405.454.509.864.692.000.000.000	671.398.849.823	0,899
	2013	363.109.237.988.632.000.000.000	641.284.586.295	0,883
	2012	458.126.759.272.669.000.000.000	717.788.399.047	0,889
	2011	367.260.740.693.253.000.000.000	648.375.230.795	0,874
mlia	2016	17.132.431.086.404.000.000.000.000	5.793.737.618.000	0,510
	2015	16.462.795.210.541.000.000.000.000	5.713.989.433.000	0,504
	2014	15.848.573.010.625.000.000.000.000	5.629.696.723.000	0,500
	2013	13.509.259.450.100.000.000.000.000	5.197.009.630.000	0,500

kode	Tahun	total kuadrat penjualan segmen	total penjualan	Diversifikasi
mlia	2012	10.505.650.536.148.000.000.000.000	4.580.710.119.000	0,501
	2011	7.626.734.762.042.000.000.000.000	3.883.572.416.000	0,506
srsn	2016	167.600.287.278.410.000.000.000	500.539.668.000	0,669
	2015	114.999.056.311.197.000.000.000	531.573.325.000	0,407
	2014	133.609.482.429.874.000.000.000	472.834.591.000	0,598
	2013	91.341.220.381.463.000.000.000	392.315.526.000	0,593
	2012	88.239.629.126.180.600.000.000	384.145.388.000	0,598
	2011	81.669.423.377.071.700.000.000	387.354.222.000	0,544
	2010	73.123.423.377.071.700.000.000	387.354.222.000	0,544
tspc	2016	30.191.066.660.565.600.000.000.000	9.138.238.993.842	0,362
	2015	23.953.510.024.478.400.000.000.000	8.181.481.867.179	0,358
	2014	20.403.637.325.189.800.000.000.000	7.512.115.037.587	0,362
	2013	16.942.887.549.426.800.000.000.000	6.854.889.233.121	0,361
	2012	12.400.970.746.479.400.000.000.000	6.630.809.553.343	0,282
	2011	12.101.079.652.838.100.000.000.000	5.780.664.117.037	0,362
kici	2016	5.183.449.709.901.160.000.000	99.382.027.031	0,525
	2015	4.485.464.825.015.280.000.000	91.734.724.118	0,533
	2014	5.713.677.936.828.440.000.000	102.971.318.497	0,539
	2013	5.148.265.002.008.210.000.000	99.029.696.717	0,525
	2012	4.684.025.684.625.600.000.000	94.787.254.405	0,521
	2011	3.927.436.086.128.200.000.000	87.517.382.578	0,513

3. Lampiran Pengelompokan Jenis Diversifikasi

kode perusahaan	ICBP		INDF		MYOR	
		kode		kode		Kode
segmen usaha	mie instant	18	produk konsumen	18	pengolahan makanan	18
	Dairy	18	bogasari	18	pengolahan kopi	18
	Makanan ringan	18	agribisnis	19		
	penyedap makanan	18	distribusi	10		
	nutrisi dan makanan khusus	18	sayuran olah	18		
	Minuman	18				
JENIS	RELATED		UNRELATED		RELATED	
kode perusahaan	ULTJ		ALDO		BRNA	
		kode		kode		kode
segmen usaha	Minuman	18	kertas	21	botol plastik	9
	Makanan	18	Kimia	21	laminating dan plastik tube	9
			polimer	21		
JENIS	RELATED		RELATED		RELATED	
kode perusahaan	CPIN		DVLA		GJTL	
		kode		kode		kode
segmen usaha	Pakan	19	obat resep	6	Ban	9
	ayam pedaging	19	obat bebas	6	kain ban	9
	anak ayam	19	ekspor maklon	6	karet sintetik	9
	ayam olahan	19				
JENIS	RELATED		RELATED		RELATED	

kode perusahaan	JECC		KBLI		KBLM	
		kode		kode		kode
segmen usaha	kabel listrik	9	kabel tegangan tinggi	9	kabel listrik	9
	kabel telepon	9	kabel tegangan menengah	9	kabel telekomunikasi	9
			kabel tegangan rendah	9	jasa hotel	17
JENIS	RELATED		RELATED		UNRELATED	
kode perusahaan	TCID		MAIN		MERK	
		kode		kode		kode
segmen usaha	perawatan rambut	6	pakan ternak	19	Biopharma	6
	perawatan kulit dan rias	6	peternakan DOC	19	kesehatan konsumen	6
	wangi-wangian	6	ayam pedaging	19		
			makanan	18		
JENIS	RELATED		RELATED		RELATED	
kode perusahaan	RICY		SCCO		SIPD	
		kode		kode		kode
segmen usaha	pakaian dalam	16	kabel	9	pakan ternak	19
	Perdagangan	10	insulasi	9	ayam umur sehari	19
	Benang	16	melamin	9	ayam potong	19
JENIS	RELATED		RELATED		RELATED	

kode perusahaan	MRAT		ADES		ASII	
		kode		kode		kode
segmen usaha	Pabrikasi	10	minuman	18	Otomotif	13
	Perdagangan	10	kosmetik	6	Keuangan	21
					alat berat dan pertambangan	8
					Agribisnis	19
					infrastruktur dan logistik	15
					teknologi informasi	14
JENIS	RELATED		UNRELATED		UNRELATED	
kode perusahaan	JPFA		MBTO		MLIA	
		kode		kode		kode
segmen usaha	pakan ayam	19	kosmetik	6	Keramik	9
	ayam umur sehari	19	Jamu	18	kaca, botol, dan gelas	9
	peternakan DOC	19				
	budidaya perairan	19				
	peternakan sapi	19				
	Perdagangan	10				
JENIS	RELATED		UNRELATED		RELATED	
kode perusahaan	TSPC		KICI		AUTO	
		kode		kode		kode
segmen usaha	Obat	6	enamel	9	Perdagangan	10
	produk konsumen dan kosmetik	6	kaleng	9	manufaktur komponen otomotif	13
	Distribusi	10				
JENIS	UNRELATED		RELATED		UNRELATED	

kode perusahaan	PYFA		INDS		BUDI	
		kode		kode		Kode
segmen usaha	produk farmasi dan maklon	6	sparepart	13	Tepung	18
	alat kesehatan	6	rolling mill	7	Pemanis	18
					asam sitrat	21
					karung plastik	9
JENIS	RELATED		UNRELATED		UNRELATED	
kode perusahaan	SRSN					
		kode				
segmen usaha	Ethanol	21				
	asam asetat	21				
	ethyl asetat	21				
JENIS	RELATED					

4. Lampiran Perhitungan Leverage

kode	Tahun	Aset	Hutang	leverage
icbp	2016	28.901.948.000.000	10.401.125.000.000	0,360
	2015	26.560.624.000.000	10.173.713.000.000	0,383
	2014	24.910.211.000.000	9.870.264.000.000	0,396
	2013	21.267.470.000.000	8.001.739.000.000	0,376
	2012	17.753.480.000.000	5.766.682.000.000	0,325
	2011	15.222.857.000.000	2.988.540.000.000	0,196
indf	2016	82.174.515.000.000	38.233.092.000.000	0,465
	2015	91.831.526.000.000	48.703.933.000.000	0,530
	2014	85.938.885.000.000	44.710.509.000.000	0,520
	2013	44.839.321.000.000	39.719.660.000.000	0,886
	2012	59.324.207.000.000	25.181.533.000.000	0,424
	2011	53.585.933.000.000	21.974.708.000.000	0,410
myor	2016	12.922.421.859.142	6.657.165.872.077	0,515
	2015	11.342.715.686.221	6.148.255.759.034	0,542
	2014	10.291.108.029.334	6.190.553.036.545	0,602
	2013	9.710.223.454.000	5.816.323.334.823	0,599
	2012	8.302.506.241.903	5.234.655.914.665	0,630
	2011	6.599.845.533.328	4.175.176.240.894	0,633
ULTJ	2016	4.239.199.641.365	749.966.146.582	0,177
	2015	3.539.995.910.248	742.490.216.326	0,210
	2014	2.917.083.567.355	651.985.807.625	0,224
	2013	2.811.620.982.142	796.474.448.056	0,283
	2012	2.420.793.382.029	744.274.268.607	0,307
	2011	2.180.516.519.057	828.545.205.120	0,380
brna	2016	2.088.696.909.000	1.060.343.634.000	0,508
	2015	1.820.783.911.000	992.869.623.000	0,545
	2014	1.334.085.916.000	907.711.101.000	0,680
	2013	1.125.132.715.000	819.251.536.000	0,728
	2012	770.383.930.000	468.553.998.000	0,608
	2011	643.963.801.000	94.237.288.000	0,146
aldo	2016	410.330.576.602	209.442.676.180	0,510
	2015	366.010.819.198	195.081.792.385	0,533
	2014	356.814.256.668	197.391.610.046	0,553
	2013	301.479.232.221	161.595.933.059	0,536
	2012	184.896.742.887	90.590.989.110	0,490
	2011	164.620.644.025	82.739.679.642	0,503

kode	tahun	Aset	Hutang	leverage
budi	2016	2.931.807.000.000	1.766.825.000.000	0,603
	2015	3.265.953.000.000	2.160.702.000.000	0,662
	2014	2.476.982.000.000	1.563.631.000.000	0,631
	2013	2.382.875.000.000	1.497.754.000.000	0,629
	2012	2.299.672.000.000	1.445.537.000.000	0,629
	2011	2.123.285.000.000	1.312.254.000.000	0,618
cpin	2016	24.204.994.000.000	10.047.751.000.000	0,415
	2015	24.916.656.000.000	12.129.993.000.000	0,487
	2014	20.862.439.000.000	9.919.150.000.000	0,475
	2013	15.722.197.000.000	5.771.297.000.000	0,367
	2012	12.348.627.000.000	4.172.163.000.000	0,338
	2011	8.848.204.000.000	2.658.734.000.000	0,300
Dvla	2016	1.531.365.558.000	451.785.946.000	0,295
	2015	1.376.278.237.000	402.760.903.000	0,293
	2014	321.856.855.000	273.816.042.000	0,851
	2013	316.700.623.000	275.351.336.000	0,869
	2012	1.074.691.476.000	233.144.997.000	0,217
	2011	922.945.318.000	195.027.928.000	0,211
gjtI	2016	18.697.779.000.000	12.849.602.000.000	0,687
	2015	17.509.505.000.000	12.115.363.000.000	0,692
	2014	16.042.897.000.000	10.059.605.000.000	0,627
	2013	15.350.754.000.000	9.626.411.000.000	0,627
	2012	12.869.793.000.000	7.391.409.000.000	0,574
	2011	11.609.514.000.000	7.123.276.000.000	0,614
inds	2016	2.477.272.502.538	409.208.624.907	0,165
	2015	2.553.928.346.219	634.889.428.231	0,249
	2014	2.282.666.078.493	454.347.526.616	0,199
	2013	2.196.518.364.473	443.652.749.965	0,202
	2012	1.664.779.358.215	528.206.496.386	0,317
	2011	1.139.715.256.754	507.466.203.524	0,445
jecc	2016	1.587.210.576.000	1.116.872.234.000	0,704
	2015	1.358.464.081.000	990.707.822.000	0,729
	2014	1.062.476.023.000	891.120.969.000	0,839
	2013	1.239.821.716.000	1.091.861.372.000	0,881
	2012	708.955.186.000	566.079.393.000	0,798
	2011	627.037.935.000	499.540.912.000	0,797

kode	tahun	Aset	Hutang	leverage
kbli	2016	1.871.422.416.044	550.076.575.595	0,294
	2015	1.551.799.840.976	524.437.909.934	0,338
	2014	1.337.351.473.763	396.594.755.312	0,297
	2013	1.337.022.291.951	450.372.591.220	0,337
	2012	1.161.698.219.225	316.557.195.204	0,272
	2011	1.083.523.642.816	363.596.917.064	0,336
kblm	2016	639.091.366.917	318.436.089.653	0,498
	2015	654.385.717.061	357.910.337.055	0,547
	2014	647.696.854.298	357.408.981.156	0,552
	2013	654.296.256.935	384.632.097.122	0,588
	2012	722.941.339.245	458.195.274.791	0,634
	2011	642.954.768.386	398.590.636.625	0,620
pyfa	2016	167.062.795.608	61.554.005.181	0,368
	2015	159.951.537.229	58.729.478.032	0,367
	2014	172.736.624.689	76.177.686.068	0,441
	2013	175.118.921.406	81.217.648.190	0,464
	2012	135.849.510.061	48.144.037.183	0,354
	2011	118.033.602.852	35.636.351.337	0,302
tcid	2016	2.185.101.038.101	401.942.530.776	0,184
	2015	2.082.096.848.703	367.225.370.670	0,176
	2014	1.853.235.343.636	569.730.901.368	0,307
	2013	1.465.952.460.752	282.961.770.795	0,193
	2012	1.261.572.952.461	164.751.376.547	0,131
	2011	1.130.865.062.422	110.452.261.687	0,098
main	2016	3.919.764.494.000	2.082.189.069.000	0,531
	2015	3.962.068.064.000	2.413.482.767.000	0,609
	2014	3.531.219.815.000	2.453.334.659.000	0,695
	2013	2.214.398.692.000	1.351.915.503.000	0,611
	2012	1.799.881.575.000	1.118.011.031.000	0,621
	2011	1.327.801.184.000	905.976.670.000	0,682
merk	2016	743.934.894.000	161.262.425.000	0,217
	2015	641.646.818.000	168.103.536.000	0,262
	2014	716.599.526.000	162.908.670.000	0,227
	2013	696.946.318.000	184.727.696.000	0,265
	2012	569.430.951.000	152.689.086.000	0,268
	2011	584.388.578.000	90.206.868.000	0,154

kode	tahun	Aset	Hutang	leverage
mrat	2016	483.037.173.864	113.947.973.889	0,236
	2015	497.090.038.108	120.064.018.299	0,242
	2014	498.786.376.745	114.841.797.856	0,230
	2013	439.583.727.202	61.792.400.161	0,141
	2012	455.472.778.210	69.586.067.037	0,153
	2011	422.493.037.089	64.063.972.371	0,152
ricy	2016	1.288.683.925.066	876.184.855.001	0,680
	2015	1.198.193.867.892	798.114.824.380	0,666
	2014	1.170.752.424.106	774.439.342.861	0,661
	2013	1.109.865.329.758	728.675.060.830	0,657
	2012	842.498.674.322	475.541.284.698	0,564
	2011	642.094.672.040	91.842.821.653	0,143
scco	2016	2.449.935.491.586	1.229.514.818.362	0,502
	2015	1.773.144.328.632	850.791.824.810	0,480
	2014	1.656.007.190.010	841.614.670.129	0,508
	2013	1.726.032.300.123	1.054.421.170.969	0,611
	2012	1.486.921.371.360	832.676.706.628	0,560
	2011	1.455.620.557.037	936.368.362.997	0,643
sipd	2016	2.567.211.193.259	1.424.380.421.256	0,555
	2015	2.246.770.166.899	1.512.527.888.605	0,673
	2014	2.800.914.553.878	1.513.908.338.484	0,541
	2013	3.155.680.394.480	1.870.560.118.674	0,593
	2012	3.298.123.574.771	2.021.380.807.617	0,613
	2011	2.641.602.932.160	1.370.530.530.045	0,519
ades	2016	767.479.000.000	383.091.000.000	0,499
	2015	653.224.000.000	324.855.000.000	0,497
	2014	504.865.000.000	209.066.000.000	0,414
	2013	441.064.000.000	176.286.000.000	0,400
	2012	398.094.000.000	179.972.000.000	0,452
	2011	316.048.000.000	190.302.000.000	0,602
asii	2016	261.855.000.000.000	121.949.000.000.000	0,466
	2015	245.435.000.000.000	118.902.000.000.000	0,484
	2014	236.029.000.000.000	115.705.000.000.000	0,490
	2013	213.994.000.000.000	107.806.000.000.000	0,504
	2012	182.274.000.000.000	92.460.000.000.000	0,507
	2011	154.319.000.000.000	78.481.000.000.000	0,509

kode	tahun	Aset	Hutang	leverage
auto	2016	14.612.274.000.000	4.075.716.000.000	0,279
	2015	14.339.110.000.000	4.195.684.000.000	0,293
	2014	14.380.926.000.000	4.244.369.000.000	0,295
	2013	12.484.843.000.000	3.058.924.000.000	0,245
	2012	8.881.642.000.000	3.396.543.000.000	0,382
	2011	6.964.227.000.000	2.241.333.000.000	0,322
jpfa	2016	19.251.026.000.000	9.878.062.000.000	0,513
	2015	17.159.466.000.000	11.049.774.000.000	0,644
	2014	15.730.435.000.000	10.440.441.000.000	0,664
	2013	14.917.590.000.000	9.672.368.000.000	0,648
	2012	10.961.464.000.000	6.198.137.000.000	0,565
	2011	8.266.417.000.000	4.481.070.000.000	0,542
mbto	2016	709.959.168.088	269.032.270.377	0,379
	2015	648.899.377.240	214.685.781.274	0,331
	2014	619.383.082.066	165.633.948.162	0,267
	2013	611.769.745.328	160.451.280.610	0,262
	2012	609.494.013.942	174.931.100.594	0,287
	2011	541.673.841.000	141.131.522.256	0,261
mlia	2016	7.723.578.677.000	6.110.478.983.000	0,791
	2015	7.125.800.277.000	6.010.681.233.000	0,844
	2014	7.215.152.320.000	5.893.580.221.000	0,817
	2013	7.189.899.445.000	5.999.787.094.000	0,834
	2012	6.558.955.234.000	5.321.387.013.000	0,811
	2011	6.119.185.665.000	5.246.609.771.000	0,857
srsn	2016	717.149.704.000	315.096.071.000	0,439
	2015	574.073.315.000	233.993.478.000	0,408
	2014	463.347.124.000	134.510.685.000	0,290
	2013	420.782.548.000	106.406.914.000	0,253
	2012	402.108.960.000	132.904.817.000	0,331
	2011	361.182.183.000	108.941.955.000	0,302
tspc	2016	6.585.807.349.438	1.950.534.206.746	0,296
	2015	6.284.729.099.203	1.947.588.124.083	0,310
	2014	5.592.730.492.960	1.460.391.494.410	0,261
	2013	5.407.957.915.805	1.545.006.061.565	0,286
	2012	4.632.984.970.719	1.279.828.890.909	0,276
	2011	4.250.374.395.321	1.204.438.648.313	0,283

kode	tahun	Aset	Hutang	leverage
kici	2016	139.809.135.385	50.799.380.910	0,363
	2015	133.831.888.816	40.460.281.468	0,302
	2014	96.745.744.221	18.065.657.377	0,187
	2013	98.295.722.100	24.319.143.497	0,247
	2012	94.955.970.131	28.398.892.246	0,299
	2011	87.419.114.499	23.121.512.108	0,264

5. Lampiran Penjualan Tiap Segmen

kode	tahun	penjualan segmen 1	segmen 2	segmen 3	segmen 4	segmen 5	segmen 6
icbp	2016	22.539.655.000.000	6.806.969.000.000	2.340.278.000.000	1.432.929.000.000	661.900.000.000	1.672.795.000.000
	2015	20.996.110.000.000	5.879.804.000.000	1.989.276.000.000	1.246.482.000.000	610.203.000.000	1.842.012.000.000
	2014	19.915.592.000.000	5.248.196.000.000	2.002.166.000.000	1.146.380.000.000	577.779.000.000	1.923.031.000.000
	2013	17.321.966.000.000	4.656.754.000.000	1.714.207.000.000	1.397.227.000.000	559.534.000.000	218.933.000.000
	2012	14.880.472.000.000	3.887.543.000.000	1.479.234.000.000	831.336.000.000	496.207.000.000	-
	2011	13.332.929.000.000	3.692.967.000.000	1.152.728.000.000	677.152.000.000	511.379.000.000	-
indf	2016	34.109.630.000.000	18.933.854.000.000	14.467.125.000.000	5.333.660.000.000	-	-
	2015	31.735.954.000.000	19.176.993.000.000	13.802.960.000.000	4.978.314.000.000	-	-
	2014	29.920.937.000.000	19.926.058.000.000	14.676.559.000.000	513.252.000.000	-	-
	2013	24.745.652.000.000	18.678.143.000.000	13.299.766.000.000	4.547.626.000.000	-	-
	2012	21.475.682.000.000	12.563.066.000.000	12.087.673.000.000	3.933.006.000.000	-	-
	2011	19.161.716.000.000	11.715.587.000.000	10.964.068.000.000	3.490.885.000.000	-	-
myor	2016	9.786.908.470.760	9.180.112.542.836	-	-	-	-
	2015	7.673.593.232.952	7.687.825.306.041	-	-	-	-
	2014	7.980.899.206.587	6.894.454.294.600	-	-	-	-
	2013	6.701.873.684.682	6.489.210.630.269	-	-	-	-
	2012	5.201.268.006.649	5.309.357.663.183	-	-	-	-
	2011	4.348.002.884.828	5.105.863.108.050	-	-	-	-
ULTJ	2016	4.636.858.556.524	241.656.566.296	-	-	-	-
	2015	4.309.220.207.692	259.483.367.412	-	-	-	-
	2014	3.764.887.796.330	266.242.807.353	-	-	-	-
	2013	3.289.071.354.191	230.833.290.384	-	-	-	-

Kode	tahun	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
Ultj	2012	2.655.812.199.818	207.837.914.070	-	-	-	-
	2011	1.971.219.660.718	159.629.928.322	-	-	-	-
Aldo	2016	263.394.259.592	280.305.622.389	169.228.010.847	-	-	-
	2015	247.005.499.639	187.350.683.728	157.232.347.097	-	-	-
	2014	228.660.735.004	184.335.158.000	129.012.534.453	-	-	-
	2013	203.837.141.780	141.919.197.000	90.821.597.670	-	-	-
	2012	134.701.846.241	19.031.181.391	17.644.873.332	6.073.621.611	92.592.921.023	-
	2011	134.474.590.029	14.063.915.526	21.572.767.955	5.830.363.940	60.885.740.984	-
Brna	2016	1.054.616.304.000	310.820.851.000	-	-	-	-
	2015	1.006.385.717.000	273.412.264.000	-	-	-	-
	2014	1.025.415.061.000	234.737.007.000	-	-	-	-
	2013	818.093.903.000	164.132.128.000	-	-	-	-
	2012	670.523.068.000	166.463.395.000	-	-	-	-
	2011	525.762.530.000	153.572.773.000	-	-	-	-
Budi	2016	1.715.856.000.000	724.757.000.000	19.517.000.000	90.883.000.000	-	-
	2015	1.664.756.000.000	822.386.000.000	17.334.000.000	80.187.000.000	-	-
	2014	1.606.182.000.000	817.930.000.000	29.142.000.000	90.784.000.000	-	-
	2013	1.900.774.000.000	962.506.000.000	26.619.000.000	75.189.000.000	-	-
	2012	1.684.737.000.000	695.046.000.000	64.602.000.000	66.393.000.000	6.315.000.000	-
	2011	1.892.326.000.000	670.650.000.000	177.473.000.000	76.010.000.000	5.195.000.000	-
Cpin	2016	22.340.569.000.000	6.037.552.000.000	4.690.974.000.000	3.536.650.000.000	-	-
	2015	21.978.454.000.000	35.500.000.000	3.713.592.000.000	3.120.652.000.000	-	-
	2014	22.261.499.000.000	3.259.752.000.000	2.857.266.000.000	771.758.000.000	-	-
	2013	18.651.805.000.000	3.868.560.000.000	2.312.072.000.000	830.555.000.000	-	-
	2012	15.536.905.000.000	3.116.761.000.000	1.898.367.000.000	758.892.000.000	-	-
	2011	13.822.389.000.000	2.404.605.000.000	1.579.060.000.000	151.918.000.000	-	-

kode	tahun	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
dvla	2016	479.513.118.000	652.628.560.000	319.215.002.000	-	-	-
	2015	433.706.727.000	580.774.731.000	291.616.678.000	-	-	-
	2014	561.142.320.000	309.122.473.000	233.556.982.000	-	-	-
	2013	514.671.788.000	393.827.272.000	193.185.110.000	-	-	-
	2012	529.908.619.000	359.474.064.000	197.997.186.000	-	-	-
	2011	446.316.582.000	323.896.737.000	129.418.729.000	-	-	-
gjt	2016	13.037.002.000.000	1.193.552.000.000	827.919.000.000	596.554.000.000	-	-
	2015	12.346.818.000.000	1.305.924.000.000	751.442.000.000	623.417.000.000	-	-
	2014	12.210.536.000.000	1.316.598.000.000	112.233.000.000	860.198.000.000	-	-
	2013	11.598.798.000.000	1.099.564.000.000	1.054.137.000.000	754.119.000.000	-	-
	2012	11.705.009.000.000	1.166.966.000.000	1.179.641.000.000	873.587.000.000	-	-
	2011	10.726.262.000.000	1.272.446.000.000	1.387.969.000.000	1.115.134.000.000	-	-
inds	2016	1.634.819.940.808	2.216.849.311	-	-	-	-
	2015	1.658.533.280.446	972.358.815	-	-	-	-
	2014	1.865.694.346.298	1.282.913.807	-	-	-	-
	2013	1.699.223.671.675	3.223.427.176	-	-	-	-
	2012	1.468.960.954.864	8.026.746.739	-	-	-	-
	2011	1.228.626.604.482	6.359.686.938	-	-	-	-
jecc	2016	1.541.085.000.000	302.049.000.000	294.651.000.000	-	-	-
	2015	1.069.760.000.000	320.264.000.000	273.312.000.000	-	-	-
	2014	912.519.000.000	384.339.000.000	196.154.000.000	-	-	-
	2013	1.209.161.000.000	280.912.000.000	-	-	-	-
	2012	1.163.453.000.000	60.571.000.000	10.804.000.000	-	-	-
	2011	1.136.046.000.000	114.607.000.000	16.765.000.000	-	-	-

kod e	tahun	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
kbli	2016	68.976.130.000	592.780.320.000	2.074.842.678.000	-	-	-
	2015	445.690.597.000	2.120.512.950.000	95.834.984.000	-	-	-
	2014	228.654.582.000	2.063.948.441.000	91.475.015.000	-	-	-
	2013	240.673.152.000	2.273.674.638.000	58.002.287.000	-	-	-
	2012	350.619.382.000	1.828.814.632.000	93.763.229.000	-	-	-
	2011	249.376.745.000	1.500.706.636.000	91.855.928.000	-	-	-
kbl m	2016	963.934.580.856	23.474.528.618	-	-	-	-
	2015	923.346.333.047	28.758.779.934	15.605.226.816	-	-	-
	2014	859.523.583.684	44.307.114.708	15.707.172.202	-	-	-
	2013	976.399.037.621	43.267.592.009	13.120.809.239	-	-	-
	2012	948.164.617.638	61.100.749.234	10.931.711.144	-	-	-
	2011	812.041.395.470	43.190.139.769	9.521.064.857	-	-	-
pyf a	2016	208.918.498.770	8.033.085.183	-	-	-	-
	2015	210.349.694.070	7.494.227.352	-	-	-	-
	2014	214.776.562.502	7.525.845.026	-	-	-	-
	2013	184.811.088.073	7.744.643.107	-	-	-	-
	2012	170.616.437.223	6.114.542.449	-	-	-	-
	2011	146.283.945.810	4.810.515.235	-	-	-	-
tcid	2016	1.053.479.710.690	811.193.682.536	633.261.155.342	28.841.615.600	-	-
	2015	898.430.898.118	811.213.783.602	564.333.076.736	40.912.095.618	-	-
	2014	845.718.528.399	794.479.117.000	627.514.210.960	40.491.695.612	-	-
	2013	665.917.290.500	739.341.567.499	570.409.918.414	52.230.626.114	-	-
	2012	679.862.366.636	647.698.052.035	490.760.742.676	32.831.664.212	-	-
	2011	598.371.367.462	615.695.034.761	424.221.854.573	16.382.841.562	-	-
mai n	2016	4.406.165.777.000	1.512.537.994.000	605.389.817.000	87.463.454.000	-	-
	2015	4.288.695.055.000	1.257.271.414.000	532.287.449.000	61.176.090.000	-	-
	2014	4.121.948.467.000	935.660.526.000	502.455.274.000	55.796.083.000	-	-
	2013	3.739.936.544.000	1.097.149.807.000	447.829.873.000	8.971.507.000	-	-
	2012	2.220.590.291.000	657.582.284.000	471.394.163.000	-	-	-

kode	tahun	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
main	2011	1.691.993.717.000	464.483.511.000	477.983.335.000	-	-	-
merk	2016	438.397.355.000	506.504.633.000	89.904.902.000	-	-	-
	2015	438.044.820.000	455.105.889.000	90.295.762.000	-	-	-
	2014	395.183.498.000	388.156.078.000	395.842.492.000	-	-	-
	2013	549.684.298.000	186.621.260.000	457.646.744.000	-	-	-
	2012	404.515.535.000	166.458.138.000	358.903.151.000	-	-	-
	2011	418.632.792.000	179.760.157.000	320.139.513.000	-	-	-
mrat	2016	11.039.232.548	333.322.112.717	-	-	-	-
	2015	17.763.318.930	410.329.413.575	-	-	-	-
	2014	17.615.400.543	417.131.701.057	-	-	-	-
	2013	6.101.342.892	352.026.202.611	-	-	-	-
	2012	9.502.780.111	448.694.558.713	-	-	-	-
	2011	6.244.458.456	400.071.326.225	-	-	-	-
ricy	2016	1.040.138.244.513	289.169.228.153	389.483.582.006	-	-	-
	2015	861.701.509.242	292.210.022.722	389.603.600.139	-	-	-
	2014	858.871.355.926	299.136.161.838	473.101.619.570	-	-	-
	2013	424.182.798.412	392.262.550.971	329.818.541.486	-	-	-
	2012	297.894.108.690	261.399.757.680	190.678.836.180	-	-	-
	2011	224.158.178.266	196.465.411.364	195.771.083.504	-	-	-
scco	2016	3.230.420.980.099	483.070.085.095	29.146.657.128	-	-	-
	2015	3.001.869.545.334	505.184.676.492	26.026.819.226	-	-	-
	2014	3.203.600.957.117	470.664.863.765	29.002.128.409	-	-	-

Ko de	tahun	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
scc o	2013	3.207.071.519.839	511.282.318.834	32.688.471.940	-	-	-
	2012	3.076.912.712.692	432.820.649.536	33.151.642.045	-	-	-
	2011	2.962.375.820.178	364.315.264.117	37.037.074.135	-	-	-
Sip d	2016	1.673.052.349.888	436.361.471.282	299.250.469.762	421.902.410.164	341.525.085.207	-
	2015	1.493.763.761.499	297.227.297.765	321.983.122.680	346.860.648.986	402.450.948.822	-
	2014	1.884.870.726.856	466.726.451.276	229.579.472.056	229.810.838.327	391.404.570.957	-
	2013	2.658.483.780.975	504.927.526.994	236.189.330.976	1.327.997.544.709	552.119.537.077	-
	2012	1.520.492.763.188	357.484.118.273	143.813.694.839	1.900.102.983.806	432.576.160.521	-
	2011	1.459.200.885.937	167.477.923.810	269.119.924.914	2.005.282.339.445	128.049.949.522	-
Ad es	2016	564.230.000.000	323.434.000.000	-	-	-	-
	2015	360.554.000.000	309.171.000.000	-	-	-	-
	2014	286.186.000.000	292.598.000.000	-	-	-	-
	2013	214.319.000.000	288.205.000.000	-	-	-	-
	2012	196.304.000.000	290.334.000.000	-	-	-	-
	2011	191.339.000.000	118.070.000.000	-	-	-	-
asii	2016	96.062.000.000.000	17.869.000.000.000	45.539.000.000.000	14.121.000.000.000	8.029.000.000.000	2.713.000.000.000
	2015	96.792.000.000.000	17.281.000.000.000	49.347.000.000.000	13.059.000.000.000	7.872.000.000.000	2.665.000.000.000
	2014	108.461.000.000.000	15.788.000.000.000	53.316.000.000.000	16.306.000.000.000	8.785.000.000.000	2.282.000.000.000
	2013	109.154.000.000.000	13.867.000.000.000	51.012.000.000.000	12.675.000.000.000	7.843.000.000.000	2.261.000.000.000
	2012	100.979.000.000.000	12.857.000.000.000	55.954.000.000.000	11.564.000.000.000	7.425.000.000.000	2.064.000.000.000
	2011	81.230.000.000.000	11.212.000.000.000	55.052.000.000.000	10.773.000.000.000	5.319.000.000.000	1.725.000.000.000
aut o	2016	5.852.356.000.000	8.042.403.000.000	-	-	-	-
	2015	5.262.484.000.000	7.504.042.000.000	-	-	-	-

kod e	tah un	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
aut o	201 4	5.054.486.000.000	8.278.405.000.000	-	-	-	-
	201 3	4.352.156.000.000	7.250.002.000.000	-	-	-	-
	201 2	3.550.498.000.000	4.726.987.000.000	-	-	-	-
	201 1	3.132.964.000.000	4.230.695.000.000	-	-	-	-
jp f a	201 6	16.069.015.000.000	3.955.333.000.000	10.898.713.000.000	2.290.814.000.000	1.397.884.000.000	1.406.164.000.000
	201 5	15.164.533.000.000	3.157.017.000.000	10.270.392.000.000	2.248.808.000.000	1.413.429.000.000	1.412.826.000.000
	201 4	16.460.741.000.000	2.523.476.000.000	9.412.083.000.000	2.083.876.000.000	1.360.744.000.000	1.216.539.000.000
	201 3	14.372.684.000.000	2.785.194.000.000	7.608.085.000.000	1.710.203.000.000	878.041.000.000	711.222.000.000
	201 2	8.243.891.000.000	5.118.608.000.000	1.461.649.000.000	1.271.910.000.000	1.084.117.000.000	465.556.000.000
	201 1	7.534.196.000.000	3.540.155.000.000	1.326.823.000.000	1.136.137.000.000	790.933.000.000	338.370.000.000
mb to	201 6	629.036.048.607	3.617.864.088	-	-	-	-
	201 5	647.204.492.909	8.977.902.961	-	-	-	-
	201 4	636.705.824.745	7.759.033.476	-	-	-	-
	201 3	602.487.040.711	10.890.535.521	-	-	-	-
	201 2	676.050.908.092	10.599.376.825	31.138.114.130	-	-	-
	201 1	605.123.039.954	12.923.475.016	30.328.715.825	-	-	-
mli a	201 6	2.479.298.000.000	3.314.440.000.000	-	-	-	-
	201 5	2.594.354.000.000	3.119.635.000.000	-	-	-	-
	201 4	2.784.609.000.000	2.845.088.000.000	-	-	-	-
	201 3	2.549.500.000.000	2.647.510.000.000	-	-	-	-
	201 2	2.206.098.000.000	2.374.612.000.000	-	-	-	-
	201 1	1.734.821.000.000	2.148.751.000.000	-	-	-	-

kod e	tahun	Penjualan segmen 1	Segmen 2	Seg,em 3	Segmen 4	Segmen 5	Segmen 6
srs n	2016	405.361.805.000	42.754.630.000	19.885.549.000	32.537.684.000	-	-
	2015	312.812.739.000	77.836.428.000	46.390.021.000	94.534.137.000	-	-
	2014	358.484.582.000	46.379.866.000	51.834.788.000	16.135.355.000	-	-
	2013	296.188.046.000	42.875.229.000	39.999.147.000	13.253.104.000	-	-
	2012	289.143.126.000	39.653.618.000	55.348.644.000	-	-	-
	2011	273.820.561.000	45.658.778.000	67.874.883.000	-	-	-
tsp c	2016	2.312.189.637.541	2.533.430.785.128	4.292.618.571.173	-	-	-
	2015	2.191.545.437.853	2.216.839.239.293	3.773.097.190.033	-	-	-
	2014	2.067.363.306.129	1.913.986.857.561	3.530.764.873.897	-	-	-
	2013	1.990.487.698.307	1.674.030.230.402	3.190.371.304.412	-	-	-
	2012	1.195.917.726.626	883.294.712.810	3.192.262.831.902	-	-	-
	2011	1.759.586.209.713	1.332.157.698.378	2.688.920.208.946	-	-	-
kici	2016	60.760.251.554	38.621.775.477	-	-	-	-
	2015	57.653.689.318	34.081.034.800	-	-	-	-
	2014	65.840.653.507	37.130.664.990	-	-	-	-
	2013	60.578.857.263	38.450.839.454	-	-	-	-
	2012	57.184.283.100	37.602.971.305	-	-	-	-
	2011	50.751.185.818	36.766.196.760	-	-	-	-

6. Lampiran earning growth

kode	tahun	earning per share	earning growth	tahun IPO
icbp	2016	309,00	0,202	2010
	2015	257,00	-0,425	
	2014	447,00	0,170	
	2013	382,00	0,021	
	2012	374,00	0,103	
	2011	339,00	0,141	
indf	2016	39,00	-0,133	1994
	2015	45,00	-0,357	
	2014	70,00	0,167	
	2013	60,00	-0,838	
	2012	371,00	0,060	
	2011	350,00	0,026	
myor	2016	61,00	0,109	1990
	2015	55,00	-0,878	
	2014	451,00	-0,596	
	2013	1.115,00	0,171	
	2012	952,00	0,550	
	2011	614,00	0,096	
ULTJ	2016	243,00	0,350	1990
	2015	180,00	0,837	
	2014	98,00	-0,133	
	2013	113,00	-0,074	
	2012	122,00	1,773	
	2011	44,00	0,000	
aldo	2016	25,92	0,037	2010
	2015	24,99	0,251	
	2014	19,98	-0,191	
	2013	24,69	0,472	
	2012	16,77	0,209	
	2011	13,87	0,067	
brna	2016	15,00	-1,882	1989
	2015	(17,00)	-1,221	
	2014	77,00	-4,500	
	2013	(14,00)	-1,194	
	2012	72,00	0,241	
	2011	58,00	1,417	

kode	tahun	earning per share	earning growth	tahun IPO
budi	2016	7,70	0,692	1995
	2015	4,55	-0,332	
	2014	6,81	1,589	
	2013	2,63	1,071	
	2012	1,27	-0,919	
	2011	15,65	0,739	
cpin	2016	135,00	0,205	1991
	2015	112,00	0,047	
	2014	107,00	-0,305	
	2013	154,00	-0,061	
	2012	164,00	0,139	
	2011	144,00	0,083	
dvla	2016	136,00	0,402	1994
	2015	97,00	0,329	
	2014	73,00	-0,348	
	2013	112,00	-0,158	
	2012	133,00	0,231	
	2011	108,00	0,091	
gjtI	2016	179,82	1,000	1990
	2015	89,92	0,168	
	2014	77,00	1,200	
	2013	35,00	-0,892	
	2012	325,00	0,658	
	2011	196,00	-0,228	
inds	2016	75,81	51,646	1990
	2015	1,44	-0,993	
	2014	193,02	-0,310	
	2013	279,62	-0,339	
	2012	422,80	-0,234	
	2011	551,69	227,254	
jecc	2016	875,81	52,338	1992
	2015	16,42	-0,896	
	2014	157,73	0,057	
	2013	149,25	-0,295	
	2012	211,71	0,112	
	2011	190,37	4,288	

kode	tahun	earning per share	earning growth	tahun IPO
kbli	2016	83,43	1,898	1992
	2015	28,79	0,646	
	2014	17,49	-0,047	
	2013	18,35	-0,413	
	2012	31,24	0,965	
	2011	15,90	0,136	
kblm	2016	19,00	0,727	1992
	2015	11,00	-0,389	
	2014	18,00	1,571	
	2013	7,00	-0,667	
	2012	21,00	0,235	
	2011	17,00	3,250	
pyfa	2016	9,62	0,667	2001
	2015	5,77	0,161	
	2014	4,97	-0,571	
	2013	11,58	0,167	
	2012	9,92	0,026	
	2011	9,67	-0,256	
tcid	2016	806,00	-0,702	1993
	2015	2.708,00	2,123	
	2014	867,00	0,089	
	2013	796,00	0,064	
	2012	748,00	0,075	
	2011	696,00	-0,052	
main	2016	129,00	-2,794	2006
	2015	(34,00)	1,708	
	2014	(48,00)	-1,338	
	2013	142,00	-0,207	
	2012	179,00	0,479	
	2011	121,00	-0,726	
merk	2016	343,00	-0,861	1981
	2015	2.463,00	-0,696	
	2014	8.101,00	0,034	
	2013	7.832,00	0,627	
	2012	4,81	-0,534	
	2011	10,32	-0,998	

kode	tahun	earning per share	earning growth	tahun IPO
mrat	2016	(13,00)	-5,500	1995
	2015	2,00	-0,882	
	2014	17,00	-2,063	
	2013	(16,00)	0,778	
	2012	72,00	0,108	
	2011	65,00	0,585	
ricy	2016	17,88	0,039	1997
	2015	17,21	-0,183	
	2014	21,06	0,843	
	2013	11,43	-0,559	
	2012	25,92	0,339	
	2011	19,36	0,019	
scco	2016	1.656,00	1,142	1982
	2015	773,00	0,162	
	2014	665,00	0,306	
	2013	509,00	-0,382	
	2012	824,00	0,546	
	2011	533,00	0,708	
sipd	2016	11,06	0,963	1996
	2015	(295,13)	-1552,316	
	2014	0,19	-0,816	
	2013	1,03	-0,567	
	2012	2,38	0,013	
	2011	2,35	-0,664	
ades	2016	95,00	0,696	1994
	2015	56,00	0,057	
	2014	53,00	-0,436	
	2013	94,00	-0,333	
	2012	141,00	2,205	
	2011	44,00	1,000	
asii	2016	374,00	0,048	1990
	2015	357,00	-0,247	
	2014	474,00	-0,013	
	2013	480,00	0,000	
	2012	480,00	0,093	
	2011	439,00	-0,871	

kode	tahun	earning per share	earning growth	tahun IPO
auto	2016	87,00	0,318	1998
	2015	66,00	-0,635	
	2014	181,00	-0,134	
	2013	209,00	-0,234	
	2012	273,00	0,046	
	2011	261,00	-0,819	
jpfa	2016	189,00	3,295	1989
	2015	44,00	0,419	
	2014	31,00	-0,446	
	2013	56,00	-0,881	
	2012	472,00	0,584	
	2011	298,00	-0,232	
mbto	2016	8,24	-1,627	2010
	2015	(13,14)	-3,813	
	2014	2,73	-0,819	
	2013	15,11	-0,645	
	2012	42,54	0,054	
	2011	40,35	4,675	
mlia	2016	7,11	-1,058	1993
	2015	(122,23)	-0,260	
	2014	97,00	-1,270	
	2013	(359,00)	16,609	
	2012	(23,00)	1,793	
	2011	(29,00)	0,946	
srsn	2016	1,84	-0,287	1992
	2015	2,58	0,075	
	2014	2,40	-0,098	
	2013	2,66	-0,057	
	2012	2,82	-0,288	
	2011	3,96	2,960	
tspc	2016	119,00	0,026	1994
	2015	116,00	-0,101	
	2014	129,00	-0,085	
	2013	141,00	0,007	
	2012	140,00	0,111	
	2011	126,00	0,024	

kode	tahun	earning per share	earning growth	tahun IPO
kici	2016	1,31	0,986	1993
	2015	(94,21)	-1,764	
	2014	34,08	-0,366	
	2013	53,76	2,284	
	2012	16,37	5,320	
	2011	2,59	-0,932	

7. Lampiran Tabel SIC

Table 1: Industrial Classification Group

Group code	Description	Group code	Description
1	Banking	11	Tourism
2	Real estate	12	Instrument and meter
3	Petrochemical	13	Automobile, motorcycle (vehicle) and related fittings
4	Public utilities	14	Information & technology (software, communication, etc.)
5	Electronics (household appliances, electronic wares, etc.)	15	Construction (capital construction, project contract, etc.)
6	Pharmaceuticals	16	Textile and costume
7	Mechanism	17	Hotel, restaurant and related services
8	Construction materials	18	Food, drink, sugar, tobacco and wine
9	Metallurgy and industry material	19	Agriculture and related products
10	Commerce, wholesale and retail	20	Transportation (harbor, airport, etc.)
21	Other		