

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Strategi Diversifikasi

2.1.1.1 Pengertian Strategi Diversifikasi

Menurut (Darmawan et al., 2021, p. 117) pengertian diversifikasi adalah sebagai berikut:

“Diversifikasi merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperluas usahanya dengan membuka beberapa unit bisnis atau anak perusahaan baik dalam lini bisnis yang sama dengan yang sudah ada maupun dalam unit bisnis yang berbeda dengan bisnis inti perusahaan”.

Menurut (Tjiptono, 2019, p. 263) menyatakan strategi diversifikasi adalah sebagai berikut:

“Suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, *profitabilitas*, dan fleksibilitas”.

Menurut (Assauri, 2011, p. 112) menyatakan bahwa strategi diversifikasi adalah sebagai berikut:

“Merupakan strategi pertumbuhan, di mana perusahaan atau korporasi berada dalam kondisi yang stabil, tetapi mempunyai peluang untuk tumbuh, hanya saja di dalam bidang bisnis semula telah habis terpenuhi”.

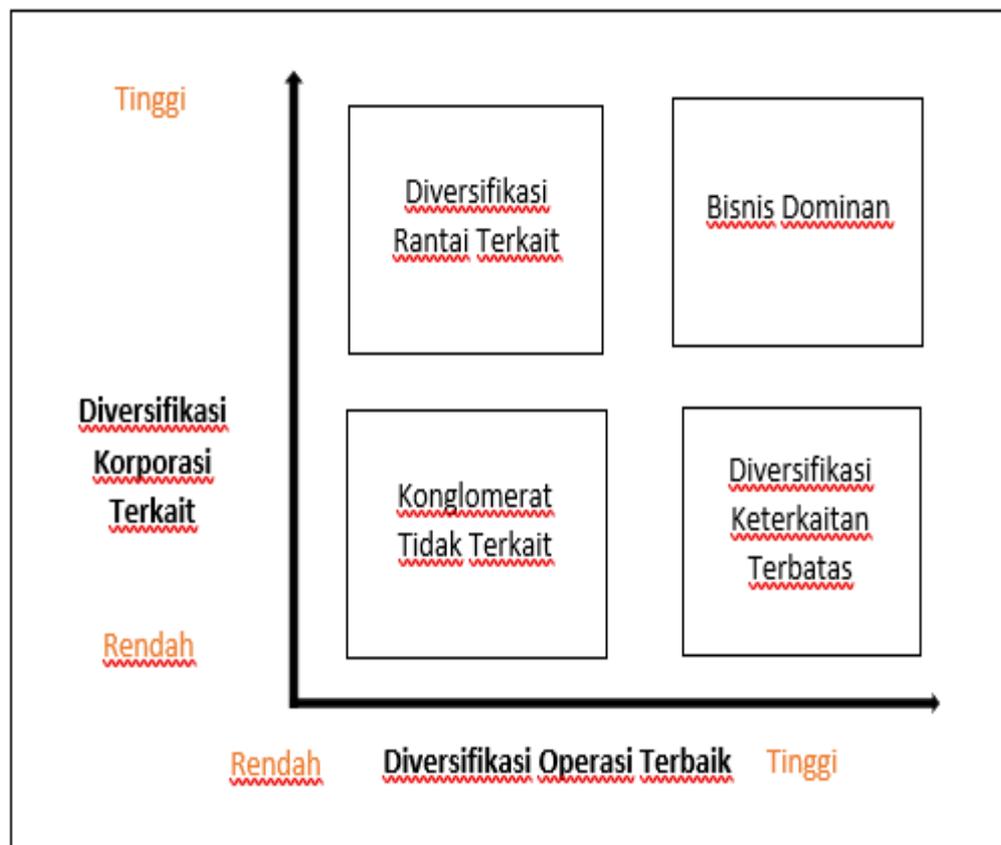
Terdapat dua penentuan dasar pilihan menurut (Assauri, 2011, p. 112) yaitu:

1. Strategi konsentrasi

Strategi diversifikasi konsentrasi merupakan strategi pertumbuhan ke dalam industri yang berhubungan atau terkait.

2. Strategi konglomerasi

Strategi diversifikasi konglomerasi merupakan strategi pertumbuhan diversifikasi ke dalam industri yang tidak berhubungan atau tidak terkait dengan *industry* semula.



Sumber: Huff et al;
Strategic Management, 214.

Gambar 2. 1

Strategi Diversifikasi Korporasi

2.1.1.2 Tipe atau jenis strategi diversifikasi

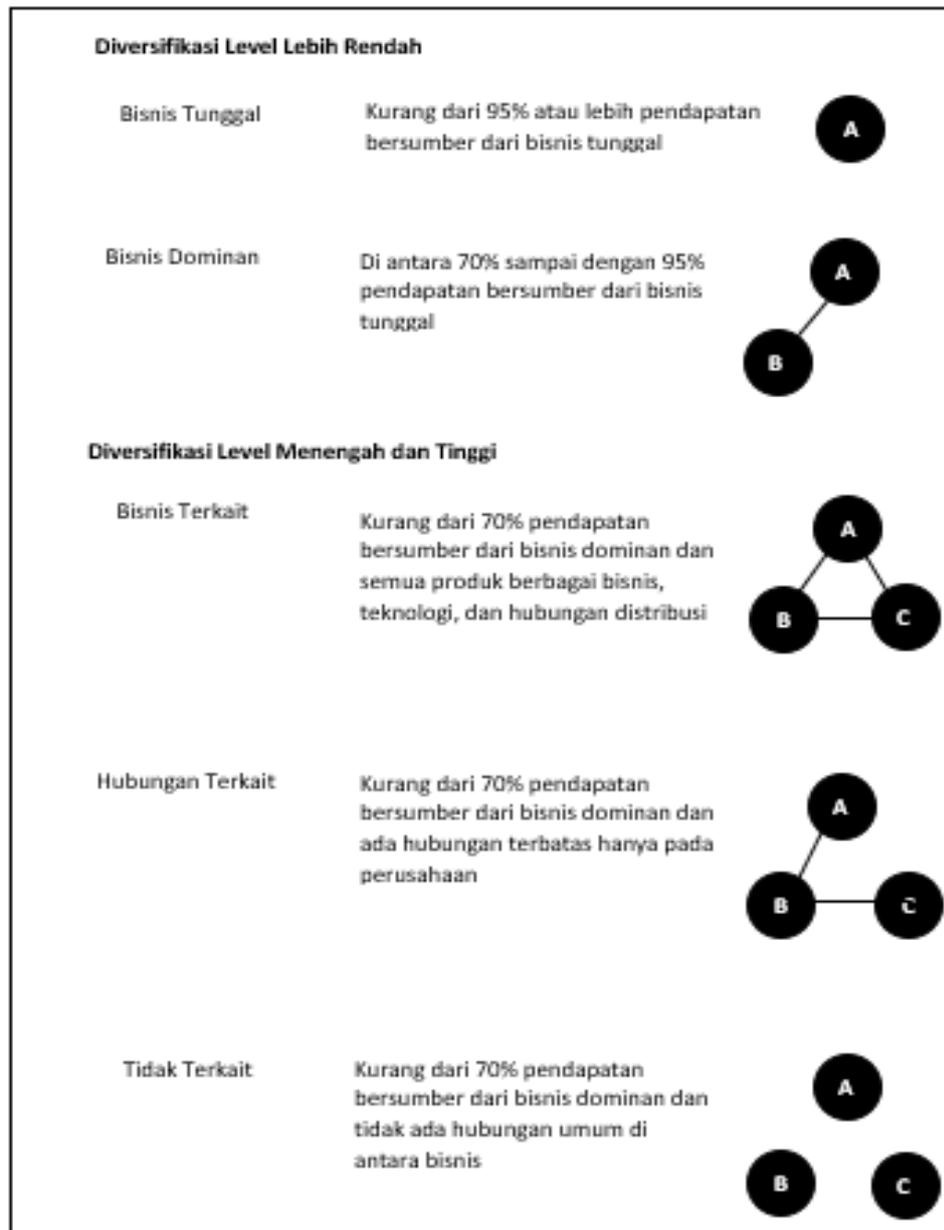
Menurut (Assauri, 2011, p. 114) tipe atau jenis strategi diversifikasi adalah sebagai berikut:

1. **Bisnis Dominan**
Merupakan perusahaan korporasi yang sebagian besar atau seluruh pendapatannya berasal hanya dari satu industri saja.
2. **Diversifikasi Keterkaitan Terbatas**
Merupakan perusahaan korporasi yang bersaing dalam satu *set* industri, dimana kelompok yang umum kompetensinya mempertinggi kinerja ekonomi perusahaan.
3. **Diversifikasi Rantai Terkait**
Merupakan perusahaan korporasi yang bersaing dalam industri yang punya rantai keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Disepanjang alur rantai produksi (bahan baku-proses manufaktur-distribusi). Strategi ini terkait dengan rantai nilai atau *value chain* dan strategi tersebut dikenal pula sebagai integrasi vertikal.
4. **Konglomerasi Tidak Terkait**
Merupakan perusahaan korporasi yang sebagian besar dari bisnisnya ada di dalam portofolio, yaitu berada dalam industri yang terkait, tetapi tidak terkait dengan satu rantai nilai, dan tidak pula berkaitan dengan sekumpulan kompetensi yang umum. Strategi yang tidak ada keterkaitannya ini dikenal pula sebagai Strategi Integrasi Horizontal.

2.1.1.3 Tujuan Strategi Diversifikasi

Menurut (Tjiptono, 2019, p. 264) tujuan strategi diversifikasi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pertumbuhan bila pasar/produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle* (PLC).
2. Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan risiko fluktuasi laba.
3. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.



Sumber: Ireland et al.; *The Management of Strategy Concepts*, 156.

Gambar 2. 2
Tingkat dan Jenis Diversifikasi

2.1.1.4 Tingkat dan Jenis Diversifikasi

Menurut (Assauri, 2011, p. 116) tingkat dan jenis diversifikasi adalah sebagai berikut:

1. Disverifikasi Level Lebih Rendah

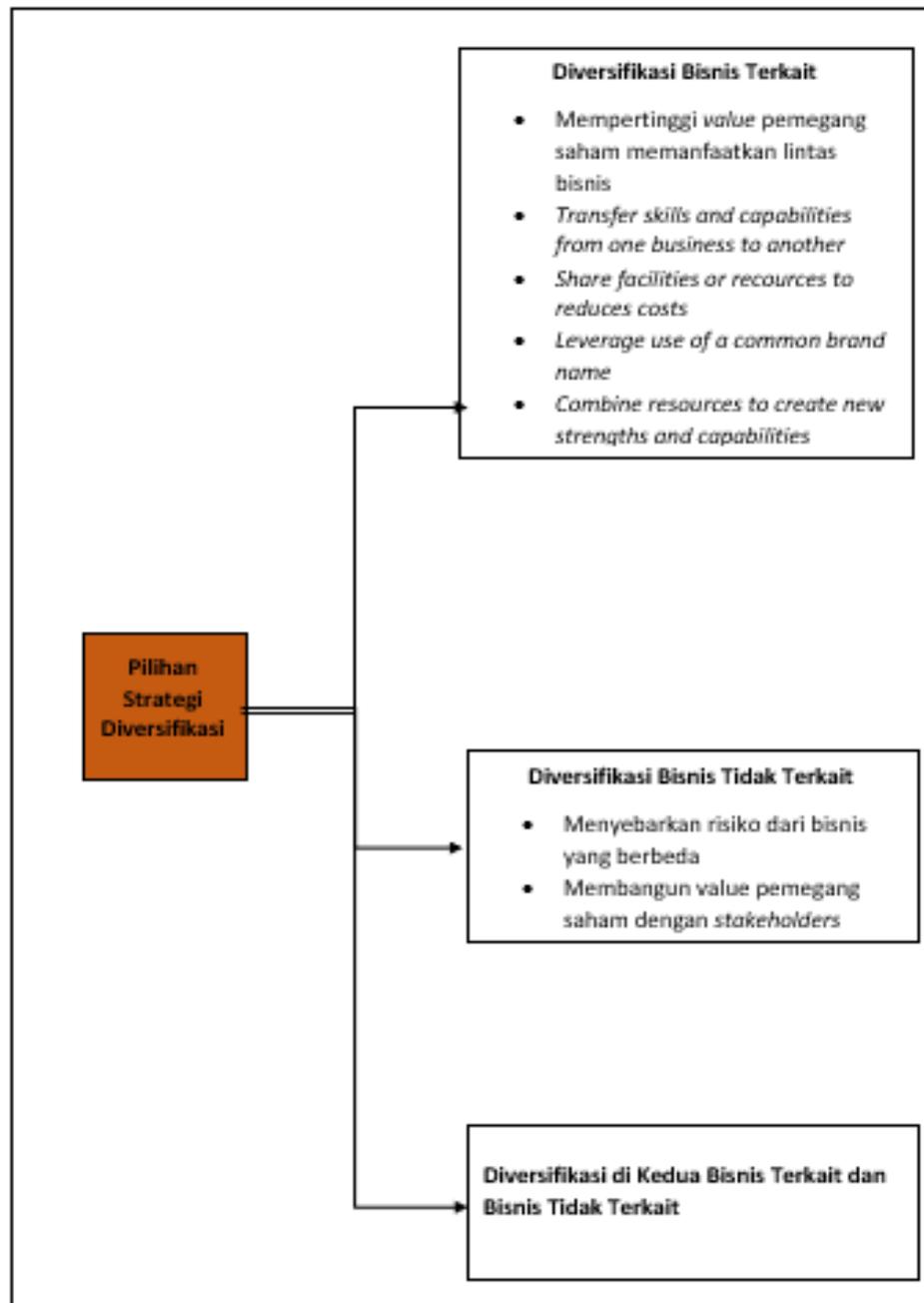
Diversifikasi level lebih rendah dibagi dua (2) jenis, yaitu:

- a. Bisnis tunggal, kurang dari 95% atau lebih pendapatan bersumber dari bisnis tunggal.
- b. Bisnis dominan, di antara 70% sampai dengan 95% pendapatan bersumber dari bisnis tunggal.

2. Diversifikasi Level Menengah dan Tinggi

Diversifikasi level menengah dan tinggi dibagi tiga (3) jenis, yaitu:

- a. Bisnis terkait, kurang dari 70% pendapatan bersumber dari bisnis dominan dan semua produk berbagai bisnis, teknologi, dan hubungan distribusi.
- b. Hubungan terkait, kurang dari 70% pendapatan bersumber dari bisnis dominan dan ada hubungan terbatas hanya pada perusahaan.
- c. Tidak terkait, kurang dari 70% pendapatan bersumber dari bisnis dominan dan tidak ada hubungan umum di antara bisnis.



Sumber: Gamble &
Thompson; *Essential of Strategic
Management*,189.

Gambar 2. 3
Pilihan Strategi Diversifikasi

2.1.1.5 Bentuk-bentuk Strategi Diversifikasi

Menurut (Assauri, 2011, p. 120) bentuk-bentuk strategi diversifikasi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Perusahaan Induk atau *Corporate Parenting*

Strategi perusahaan induk atau *corporate parenting* merupakan perusahaan yang dapat memanfaatkan sumber daya dan kapabilitas perusahaan untuk pengembangan unit bisnisnya, serta menghasilkan sinergi antar unit bisnis. Perusahaan multi-bisnis dapat menciptakan *value* dengan memanfaatkan perusahaan induk atau *parenting* dari pengaruh yang dimiliki perusahaan induk. Pada dasarnya, perusahaan induk atau *parent* yang terbaik adalah jika dapat menghasilkan *value* yang lebih besar dari pesaing di bidang bisnis yang sama. Bermitra dengan perusahaan induk dapat memberi keunggulan *parenting* atau *parenting advantage*.

2. Strategi Portofolio Bisnis

Strategi portofolio bisnis merupakan pimpinan puncak perusahaan yang memandang lini-lini produk dan unit-unit bisnis sebagai suatu rangkaian investasi dari portofolio investasi yang dapat diharapkan memberikan hasil yang menguntungkan atau *profitable return*. lini produk dan unit-unit bisnis yang dijalankan sebagai suatu portofolio investasi dengan pertimbangan yang cermat oleh pimpinan puncak perusahaan, akan dapat menjamin hasil keuntungan yang besar dari investasi perusahaan.

2.1.1.6 Manfaat Strategi Diversifikasi

Menurut (Darmawan et al., 2021, p. 122) manfaat strategi diversifikasi yaitu:

1. Mempunyai formasi modal yang lebih *fleksibel*
2. Mempunyai lebih banyak akses secara internal ke berbagai sumber daya termasuk ke sumber dana eksternal.
3. Dapat menggunakan mekanisme untuk menciptakan dan memperluas keunggulan dari kekuatan pasar yang dimilikinya.

2.1.1.7 Cara Mencapai Strategi Pertumbuhan

Menurut (Assauri, 2011, p. 123) cara mencapai strategi pertumbuhan (strategi diversifikasi) adalah sebagai berikut:

1. *Merger* dan Akuisisi

Merger merupakan strategi pengintegrasian kegiatan pengoperasian dua perusahaan atas dasar nilai yang sama secara relatif. untuk konsolidasi atau kombinasi dari satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Sedangkan akuisisi merupakan strategi dengan mana suatu perusahaan membeli perusahaan lain untuk mendapatkan pengendalian atau keseluruhan pengendalian atas kepentingan perusahaan lain tersebut.

2. *Joint Venture*

Joint Venture adalah untuk mengejar atau memanfaatkan peluang yang menarik secara bersama-sama.

3. Aliansi Strategis

Aliansi Strategis merupakan susunan diantara partner yang membatasi kolaborasi untuk tujuan atau maksud yang terbatas dan masing-masing partner dapat memilih cara kerja yang sederhana atau mengurangi peran kolaborasi pada suatu waktu.

2.1.1.8 Pengukuran Strategi Diversifikasi

Menurut (Ariani, 2019, p. 45) indeks yang digunakan dalam strategi diversifikasi adalah menggunakan indeks *Herfindahl* dalam mengukur variabel *independen* level diversifikasi (DIVER) dari jumlah penjualan/pendapatan segmen usaha perusahaan dari segi produk dan operasi, indeks dihitung dari jumlah kuadrat penjualan masing-masing segmen dibagi dengan kuadrat total penjualan perusahaan.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini adalah:

$$HHI = \frac{\sum_{i=t}^n Segsales^2}{(\sum_{i=t}^n Sales)^2}$$

Keterangan:

Segsales: penjualan masing-masing segmen

Sales: total penjualan

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2012:14) Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset. (Afidatur Ro'azah, 2021, p. 14)

Menurut Harahap (2011:23) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aset perusahaan. Penggunaan total aset berdasarkan pertimbangan bahwa total aset mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu. (Afidatur Ro'azah, 2021, p. 14)

Menurut (Hery, 2015, p. 96) Ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Menurut Badan Standarisasi Nasional dalam Dyka (2009), kategori ukuran perusahaan ada 3 (tiga) yaitu:

1. **Perusahaan Kecil**
Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.0000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000, tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000.
2. **Perusahaan Menengah**
Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.0000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000.
3. **Perusahaan Besar**
Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 10.000.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000.

Tabel 2.1

Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan)	Penjualan Tahunan
Perusahaan Kecil	➤ 50 jt – 500 jt	➤ 300 jt – 2,5 M
Perusahaan Menengah	➤ 500 jt – 10 M	➤ 2,5 M – 50 M
Perusahaan Besar	➤ 10 M	➤ 50 M

2.1.2.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan (SIZE).

Ukuran perusahaan (*SIZE*) menggunakan pengukuran berdasarkan logaritma total aktiva di akhir tahun yang diwujudkan dalam rumus sebagai berikut (Ariani, 2019, p. 48):

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini adalah:

$$SIZE = LN (Total Aset)$$

2.1.3. Leverage

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Menurut (Hery, 2016, p. 162) Rasio Solvabilitas atau rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.

Menurut Wulansari (2010) leverage dapat diartikan sebagai penggunaan aktiva atau dana, tetapi untuk penggunaan dana tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau beban tetap. (Jurica Lucyanda, 2017, p. 10)

Menurut (Kasmir, 2019, p. 153) Rasio solvabilitas atau rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Solvabilitas

Menurut (Alexander Hery, 2021, p. 120) tujuan dan manfaat rasio solvabilitas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui posisi total kewajiban perusahaan kepada kreditor, khususnya jika dibandingkan dengan jumlah aset atau modal yang dimiliki perusahaan.
2. Untuk mengetahui posisi kewajiban jangka panjang perusahaan terhadap jumlah modal yang dimiliki perusahaan.
3. Untuk menilai kemampuan aset perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban, termasuk kewajiban yang bersifat tetap, seperti pembayaran angsuran pokok pinjaman beserta bunganya secara berkala.
4. Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh modal.
6. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang terhadap pembiayaan aset perusahaan.
7. Untuk menilai seberapa besar pengaruh modal terhadap pembiayaan aset perusahaan.
8. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah aset yang dijadikan sebagai jaminan utang bagi kreditor.
9. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah aset yang dijadikan sebagai jaminan modal bagi pemilik atau pemegang saham.
10. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang.
11. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang jangka panjang.
12. Untuk menilai sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan (yang diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak) dalam membayar bunga pinjaman.
13. Untuk menilai sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan (yang diukur dari jumlah laba *operasional*) dalam melunasi seluruh kewajiban.

2.1.3.3 Jenis-Jenis Rasio Solvabilitas

Menurut (Alexander Hery, 2021, p. 120) jenis-jenis rasio solvabilitas, yaitu:

1. Rasio Utang terhadap Aset (*Debt to Asset Ratio*)
Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset.
3. Rasio Utang terhadap Modal (*Debt to Equity Ratio*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal.

4. Rasio Utang Jangka Panjang terhadap Modal (*Long Term Debt to Equity Ratio*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang jangka panjang terhadap modal.

5. Rasio Kelipatan Bunga yang Dihasilkan (*Times Interest Earned Ratio*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana laba boleh menurun tanpa mengurangi kemampuan perusahaan dalam membayar beban bunga.

6. Rasio Laba Operasional terhadap Kewajiban (*Operating Income to Liabilities Ratio*)

Merupakan rasio yang menunjukkan (sejauh mana atau berapa kali) kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh kewajiban.

2.1.3.4 Pengukuran Rasio Solvabilitas

Leverage mengukur seberapa efektif (hasil guna) perusahaan menggunakan sumber dayanya, menghitung nilai *leverage* (LEV) pada penelitian ini direpresentasikan dalam rumus sebagai berikut (Ariani, 2019, p. 48):

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$$

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian *Profitabilitas*

Menurut (Prihadi, 2019, p. 166) *Profitabilitas* merupakan kemampuan menghasilkan laba.

Menurut (Hery, 2015, p. 192) Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya.

Menurut (Kasmir, 2019, p. 198) Rasio *profitabilitas* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Rasio *Profitabilitas*

Menurut (Hery, 2015, p. 192) tujuan dan manfaat rasio *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.4.3 Jenis-Jenis Rasio *Profitabilitas*

Menurut (Hery, 2015, p. 193) jenis-jenis rasio *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)
Hasil pengembangan atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam meniptakan laba bersih.
2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih.

3. Marjin Laba Kotor (Gross Profit Margin)
Marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih.
4. Marjin Laba Operasional (Operating Profit Margin)
Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih.
5. Marjin Laba Bersih (Net Profit Margin)
Marjin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.4.4 Pengukuran Rasio *Profitabilitas*

Profitabilitas adalah ukuran penting dari kesehatan perusahaan mempengaruhi keputusan investor. Investor di pasar modal sangat fokus pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan, mendukung, dan meningkatkan laba.

Pengukuran *profitabilitas Return on Assets (ROA)* membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total terhadap penjualan pada periode sebelumnya yang dikalkulasikan melalui formula sebagai berikut (Ariani, 2019, p. 48):

$$ROA = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

NO.	PENELITIAN	JUDUL	HASIL
1.	Agung Adiono (2013).	Pengaruh Strategi Diversifikasi, <i>Leverage</i> , Earning Growth Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.	Secara parsial, strategi diversifikasi, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2011.
2.	Ayi Iskandar (2017).	Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Properti dan Real Estate Sektor Emiten di Bursa Efek Indonesia).	Strategi diversifikasi berpegaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.
3.	Inayah Adi Sari (2014).	Pengaruh Strategi Diversifikasi dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak terdapat perbedaan kinerja perusahaan antara perusahaan yang terdiversifikasi dengan perusahaan yang berada pada segmen tunggal. 2. Pengujian secara simultan menunjukkan adanya pengaruh antara variabel-

NO.	PENELITIAN	JUDUL	HASIL
			<p>variabel jumlah segmen usaha, <i>leverage</i>, pertumbuhan laba, ukuran perusahaan, umur perusahaan, PBV dan ROA terhadap kinerja perusahaan.</p> <p>3. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel-variabel jumlah segmen usaha, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.</p> <p>4. Pengujian secara parsial juga menunjukkan variabel-variabel <i>leverage</i>, earnings growth, umur perusahaan, PBV, dan ROA tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.</p>
4.	Dewi Pramesti (2021).	Pengaruh Dampak Strategi Diversifikasi, Afiliasi Bisnis, Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan	Strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

NO.	PENELITIAN	JUDUL	HASIL
		Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan.	
5.	Jurica Lucyanda (2017).	Pengaruh Diversifikasi Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan.	<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini tidak menemukan bukti bahwa diversifikasi, ukuran, dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menemukan bahwa diversifikasi perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan.
6.	Syeli Itung (2018).	Pengaruh Strategi Diversifikasi dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan yang Dimoderasi oleh Struktur Modal.	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi Diversifikasi akan meningkatkan risiko bagi perusahaan sehingga menurunkan kinerja perusahaan.
7.	Edi Pranyoto (2016).	Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Risiko dan Kinerja Perusahaan <i>Real Estate</i> di Indonesia.	1. Diversifikasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap risiko total, risiko tidak sistematis, dan kinerja operasi pada perusahaan real estate di Indonesia.
8.	Muthia Safira (2019).	Pengaruh strategi Diversifikasi, <i>Intellectual Capital</i> dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia.	1. Strategi diversifikasi yang diprosikan dengan DIVER berpengaruh signifikan dan negative terhadap kinerja perusahaan

NO.	PENELITIAN	JUDUL	HASIL
			<p>2. <i>Leverage</i> yang diproksikan dengan LEV berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kinerja perusahaan.</p> <p>3. Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan SIZE berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan</p>
9.	Dewi Sri dan Ming Chen (2019).	Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan <i>Food and Beverages</i> .	strategi diversifikasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan ditolak.
10.	Shinta Heru (2007).	Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan.	strategi diversifikasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan ditolak.
11.	Panji Putranto (2019).	Pengaruh strategi diversifikasi, <i>leverage</i> dan inflasi terhadap <i>profitabilitas</i> perusahaan food & beverage.	Strategi diversifikasi dan <i>leverage</i> terhadap <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif.
12.	Sinarti dan Jagat (2019).	Pengaruh <i>leverage</i> , diverifikasi produk dan ukuran perusahaan terhadap <i>profitabilitas</i> .	<i>Leverage</i> berpengaruh positif dan diversifikasi berpengaruh negatif terhadap <i>profitabilitas</i> .
13.	Magdalena et al (2019).	Pengaruh ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan likuiditas terhadap <i>profitabilitas</i> di perusahaan esperanca timor-oan (ETO)	<i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> .

NO.	PENELITIAN	JUDUL	HASIL
		DILI TIMOR-LESTE.	
14.	Syafi'i dan Haryono (2021).	Pengaruh leverage, ukuran perusahaan dan inflasi terhadap <i>profitabilitas</i> pada bank umum syariah di Indonesia.	<i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> .
15.	Rafli Zuhailal (2018).	Pengaruh strategi diversifikasi, intensitas penelitian dan pengembangan, dan struktur modal, terhadap kinerja keuangan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016).	Strategi diversifikasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap *Profitabilitas*

Menurut (Putranto, 2019) pengaruh strategi diversifikasi terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Perusahaan dengan unit bisnis yang berbeda memiliki banyak pilihan untuk menghasilkan *profitabilitas*. Sebagian besar perusahaan makanan dan minuman memiliki lebih dari satu (1) unit bisnis untuk menarik lebih banyak pelanggan, strategi diversifikasi tentunya perlu sangat inovatif agar produknya dapat laku di pasaran”.

Menurut (Iskandar, 2017) pengaruh strategi diversifikasi terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Strategi diversifikasi perusahaan dapat sangat menguntungkan, karena tidak hanya dapat fokus pada segmen tertentu, tetapi juga mengkompensasi kerugian di segmen lain sehingga mengurangi risiko. Perusahaan harus mengalokasikan kekuatan pasar secara tepat di dalam perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan”.

Menurut (Zuhaikal, 2018) pengaruh strategi diversifikasi terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Adanya strategi diversifikasi memberikan pengawasan investor yang baik, peningkatan inovasi dan penyempurnaan penggabungan bisnis, serta mampu mengikuti tren sosial”.

Menurut penelitian Panji Putranto (2019), Ayi Iskandar (2017) dan Rafli Zuhaikal strategi diversifikasi memiliki pengaruh positif terhadap *profitabilitas*.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut (Sinarti & Jagat, 2019) pengaruh ukuran perusahaan terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Semakin besar perusahaan asuransi maka semakin besar pula kemampuan untuk menginvestasikan aset perusahaan. Laba investasi yang diperoleh berpotensi meningkatkan laba setelah pajak dan akan berbanding lurus dengan peningkatan *profitabilitas* perusahaan”.

Menurut (Maria et al., 2019) pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Semakin besar perusahaan, perusahaan dapat menggunakan lebih banyak hutang karena perusahaan besar memiliki risiko gagal bayar yang lebih rendah. Risiko yang lebih kecil bagi perusahaan akan menyebabkan biaya utang perusahaan besar menjadi serupa dengan perusahaan kecil, risiko perusahaan yang rendah akan mendorong perusahaan menggunakan lebih banyak utang.”

Menurut (Ariani, 2019) pengaruh ukuran perusahaan terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Mengukur ukuran perusahaan berdasarkan total aset dan kenaikannya menunjukkan bahwa investor juga mempertimbangkan nilai aset mereka saat ini sebelum melakukan investasi. Hal ini tentunya akan mendorong proses operasi untuk meningkatkan laba dan kinerja perusahaan. Aset, di sisi lain, adalah sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang, jika dikelola secara efektif, juga dapat menambah nilai pada proses operasional dan dengan demikian mempengaruhi kinerja perusahaan”.

Menurut penelitian Sinarti dan jagat (2019) dan Magdalena et al (2019), dan Muthia Safira (2019) ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap *profitabilitas*.

2.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Profitabilitas*

Menurut (Putranto, 2019) pengaruh *leverage* terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“Perusahaan makanan dan minuman menggunakan utangnya dengan baik. Memanfaatkan hutang dengan baik untuk membiayai operasional perusahaan justru meningkatkan *profitabilitas* perusahaan. Hutang dianggap perlu untuk membiayai sebagian besar kegiatan usaha perusahaan selama perusahaan dapat mengendalikan hutangnya”

Menurut (Syafi'i & Haryono, 2021) pengaruh *leverage* terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

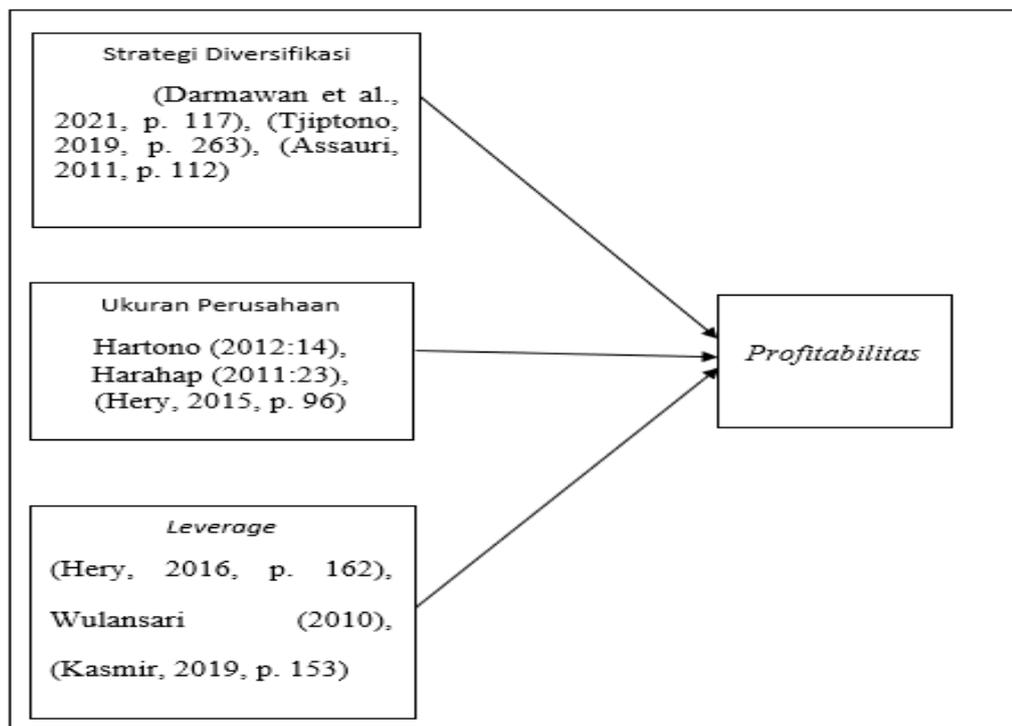
“Semakin besar *leverage*, semakin besar kemungkinan aset besar dan sumber pendanaan tersedia untuk ditingkatkan kegiatan bisnis untuk meningkatkan *profitabilitas*”.

Menurut (Jurica Lucyanda, 2017) *leverage* terhadap *profitabilitas* adalah sebagai berikut:

“semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin tinggi kinerja perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang relative tinggi menunjukkan adanya kesempatan investasi yang lebih tinggi dengan pemakaian dana *eksternal* dari kreditor”.

Menurut penelitian Panji Putranto (2019), Syafi’I dan Haryono (2021), dan Jurica Lucyanda (2017) *leverage* memiliki pengaruh yang positif terhadap *profitabilitas*.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka variabel terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 4
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: “Pengaruh Strategi Diversifikasi, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap *Profitabilitas* Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 = Terdapat pengaruh positif strategi diversifikasi terhadap *profitabilitas*.

Hipotesis 2 = Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap *profitabilitas*.

Hipotesis 3 = Terdapat pengaruh positif *leverage* terhadap *profitabilitas*.