



Analisis Diversifikasi Bisnis dan Strategi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar

Tri Alfina Damayanti*, Ismail Badollahi, Ramly

Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Alamat: Jl. Sultan Alauddin. No. 259, Makassar

Email: trialfina18@gmail.com¹, ismail.badollahi@unismuh.ac.id², ramly@unismuh.ac.id³

Korespondensi: trialfina18@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze how the implementation of Business Diversification and Strategy affects Company Performance at PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. This study uses a descriptive approach with quantitative methods. Data were collected through questionnaires distributed to 35 employees and analyzed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 26. The analysis included validity, reliability, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R²). The results indicate that the implementation of Business Diversification has a positive and significant impact on company performance. However, the implemented strategy has a significant negative impact on company performance. The results indicate that business diversification is crucial for improving performance, and company strategies need to be optimized to make an effective contribution.*

Keywords: *Business Diversification, Strategy, Company Performance*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan Diversifikasi Bisnis dan Strategi mempengaruhi Kinerja Perusahaan pada PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 35 karyawan melalui kuesioner dan dilakukan analisis menggunakan SPSS (*Statistical Package For The Social Science*) versi 26 melalui uji validitas, realibilitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R²). Hasil menunjukkan bahwa penerapan Diversifikasi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun, strategi yang diimplementasikan berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi bisnis sangat penting untuk meningkatkan kinerja, strategi perusahaan perlu dioptimalkan agar dapat memberikan kontribusi yang efektif.

Kata kunci: *Diversifikasi Bisnis, Strategi, Kinerja Perusahaan*

LATAR BELAKANG

Kinerja perusahaan adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu (Jati & Jannah, 2022). Kinerja perusahaan memberikan gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat- alat analisis keuangan (Artha et al., 2021). Hal ini sangat penting agar sumber daya yang digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Penilaian kinerja perusahaan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Putriani et

Received: December 18, 2025; Revised: December 23, 2025; Accepted: December 29, 2025; Published April 30, 2026.

* Corresponding author, e-mail address

al., 2022). Kinerja perusahaan sebagai barometer keberhasilan perusahaan akan dilihat sebagai tolak ukur bagi investor untuk menginventasikan dana mereka. Pengukuran kinerja harus senantiasa berubah mengembangkan efektivitasnya, perubahan tersebut ditunjukkan untuk menemukan atau mengembangkan cara menggunakan sumber daya yang ada dan kapabilitas untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Andi Muhammad, 2021).



Gambar 1. Data Kinerja Perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar 2019-2022

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa kinerja perusahaan mengalami fluktuasi namun menunjukkan peningkatan secara keseluruhan selama periode 2019 hingga 2022. Pada tahun 2019, kinerja perusahaan berada di angka sekitar 4,2% dan terjadi penurunan kinerja perusahaan pada tahun 2020 sekitar 3,3% kemungkinan disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19 yang melanda sektor industri secara luas. Kinerja perusahaan di tahun 2021 kembali meningkat karena adanya proses pemulihan dan adaptasi operasional. Peningkatan kinerja terus berlanjut pada tahun 2022 karena kinerja yang lebih optimal dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Tantangan terbesar yang akan dihadapi perusahaan-perusahaan di Indonesia pada masa mendatang adalah banyaknya pesaing usaha dengan persentase sebesar 73%, paling tinggi dibandingkan dengan tantangan yang lain. Perusahaan dituntut untuk harus menyusun dan menerapkan strategi yang tepat agar tetap memiliki keunggulan bersaing dan dapat bertahan dalam persaingan yang ada ((Phylisia, 2021). Kinerja perusahaan dapat ditentukan melalui pencapaian tujuan bisnis berbagai unit bisnis berbeda dalam perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan seperti mengenai investasi, operasional dan keuangan. Penilaian kinerja dapat dilakukan dengan ukuran akuntansi yang

memungkinkan untuk mengevaluasi kinerja manajerial yaitu seberapa baik sebuah manajemen perusahaan menggunakan asetnya untuk berinvestasi baik dalam set maupun penjualan (Lestari & Noor, 2019).

Namun ada beberapa kelemahan yang muncul antara lain, bahwa ukuran akuntansi yang mencakup hitungan biaya depresiasi dan inventori dapat direayasa oleh manajemen perusahaan untuk menunjukkan pendapatan yang meningkat. Hal ini akan mempengaruhi keakuratan laporan pendapatan perusahaan dan menjadikan ukuran profitabilitas menjadi bias. Selain itu, pertumbuhan pendapatan tidak begitu mengartikan bahwa kesejahteraan para pemegang saham lebih baik, karena para manajer dapat melakukan investasi yang merusak nilai perusahaan akibat kesalahan berinvestasi (Natasya & Muharam, 2024). Penilaian kinerja perusahaan sendiri juga dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam rangka mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki serta dapat memonitor perilaku karyawan yang tidak semestinya, dengan sebab itulah maka perusahaan akan terus berkembang ke arah yang positif, terus berkembang, dapat melihat peluang pasar dan memaksimalkan laba (Kusumaningrum & Trisnawati, 2021).

Di tengah globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk bertahan dan berkembang dengan menerapkan strategi yang efektif. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah diversifikasi bisnis. Diversifikasi bisnis merupakan langkah untuk memperluas portofolio produk dan layanan, dengan tujuan mengurangi ketergantungan pada satu bidang usaha serta memperbesar peluang di pasar (Maulana & Syarif, 2024). Diversifikasi menjadi pilihan yang menarik bagi perusahaan ketika mereka dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat dan pertumbuhan pasar yang pesat. Berdasarkan argumen pasar modal yang efisien, diversifikasi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Melalui strategi ini, perusahaan bisa menjangkau pasar baru, mengurangi risiko, serta memanfaatkan peluang yang ada untuk menciptakan sumber pendapatan tambahan (Ghufron et al., 2024). Strategi sangat penting untuk bisnis apapun; itu mewakili rencana jangka panjang yang mengintegrasikan tujuan utama perusahaan (tujuan terkait) dan serangkaian tindakan yang mendukung tujuan ini menjadi "keseluruhan yang kohesif". Berbagai pola dari banyak dampak yang berkontribusi mengatur keputusan yang diambil manajer modern dalam hal mengembangkan berbagai inisiatif strategis pendukung. Oleh karena itu, diversifikasi bisnis menjadi strategi penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Banyak perusahaan melakukan diversifikasi sebagai cara pertahanan maupun pengembangan bisnisnya, pihak-pihak yang lain melihat sisi positif dari diversifikasi berpendapat bahwa diversifikasi mempermudah koordinasi perusahaan yang memiliki berbagai divisi berbeda, memungkinkan transaksi internal antara divisi tersebut. Lebih lagi, sektor manufaktur memiliki banyak keunggulan untuk menjadi mesin pertumbuhan ekonomi sehingga diversifikasi sektor manufaktur Indonesia menjadi penting untuk mencapai target perekonomian berpenghasilan menengah atas (Suherman, 2022). Strategi diversifikasi adalah strategi pada tingkat korporasi dimana perusahaan mengelola sekelompok unit bisnis yang dapat memberikan keunggulan bersaing. Penerapan strategi diversifikasi ini menunjukkan manajemen berupaya untuk mengelola risiko. Risiko kegagalan atas satu segmen produk atau wilayah operasional tertentu dapat ditutupi oleh keberhasilan segmen produk atau wilayah operasional lainnya. Hal ini bertujuan untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif atas kegagalan satu segmen produk dan atau wilayah operasional terhadap kinerja (Sandra & Rachmawati, 2023). Ini berarti manajemen berupaya untuk mengoptimalkan aktivitas operasional dalam memenuhi kepentingan pemegang saham. atau dengan kata lain, perilaku manajemen cenderung ke arah efisiensi.

Biaya dan manfaat diversifikasi yang harus dihadapi perusahaan akan berbeda sesuai klasifikasi atau kategorinya baik diversifikasi rendah maupun tinggi, yang akan ikut mempengaruhi kinerja perusahaan. Pengelolaan perusahaan dengan diversifikasi tinggi akan lebih memerlukan ketelitian dan pengawasan lebih ketat baik dari aspek aset, keuangan, dan sebagainya agar tetap dapat efisien dan tidak menimbulkan *financial distress* (Lestari & Noor, 2019). Pengaruh diversifikasi perusahaan dapat berbeda-beda terhadap kinerja perusahaan di berbagai negara, hal ini tergantung dengan kondisi lingkungan atau perekonomian negara tersebut. Dalam menerapkan diversifikasi dan strategi bisnis, perusahaan seringkali menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut antara lain risiko kegagalan mengelola bisnis baru, sumber daya yang tidak memadai, dan kurangnya pemahaman terhadap target pasar (Deni et al., 2024).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pardede & Lumban Gaol, 2023), Analisis Diversifikasi Bisnis Terhadap Risiko Bisnis dan Kinerja Perusahaan Sektor Keuangan di BEI menunjukkan bahwa diversifikasi bisnis memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan disebabkan oleh

diversifikasi investasi yang tepat dan profitabilitas yang tinggi di sektor keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa diversifikasi memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, mengembangkan produk baru, dan mencapai keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan kinerja keseluruhan. (Lestari & Noor, 2019), serta (Itung & Lasdi, 2018), membuktikan bahwa strategi diversifikasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa manajemen bertindak secara efisien sehingga dapat meningkatkan kinerja.

Berdasarkan Penelitian ini, Penulis mengangkat suatu masalah Apakah diversifikasi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar?

KAJIAN TEORITIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi (*Agency Theory*) diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Teori keagenan merupakan teori yang membahas mengenai hubungan atau kontrak antara prinsipal dan agen. Strategi diversifikasi dikatakan dapat mengurangi risiko konflik keagenan serta strategi diversifikasi yang diterapkan manajemen untuk perusahaan juga akan memberikan keuntungan bagi manajemen dengan cara dapat menunjukkan hasil kinerja dalam memimpin suatu perusahaan karena terbentuknya inovasi produk baru, dan peningkatan penjualan perusahaan yang akan mempengaruhi laba perusahaan (Sarwendhi, 2023).

Hal yang mendasari perusahaan melakukan diversifikasi oleh manajer adalah untuk meningkatkan kompensasi dan mengurangi resiko manajerial. Meningkatnya kompensasi ini didasari oleh kompleksitas dan tingkat kesulitan dalam mengelola terdiversifikasi. Semakin terdiversifikasi dan kompleks suatu perusahaan akan meningkatkan kompensasi yang diterima manajer.

Teori Kekuatan Pasar (*Market Power Theory*)

Teori market power diperkenalkan oleh Edward dan Joan pada tahun 1930. *Market power* atau kekuatan pasar adalah kesanggupan yang dimiliki perusahaan untuk mempengaruhi harga pasar sehingga mampu unggul dari pesaing. Kekuatan pasar tercipta ketika sebuah perusahaan mampu menjual produknya di atas tingkat persaingan yang ada atau mengurangi biaya kegiatan utama dan pendukungnya di

bawah tingkat persaingan yang ada, atau keduanya (Phylcia, 2021).

Market Power Theory digunakan untuk menjelaskan diversifikasi sebagai strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, menurunkan risiko dan menarik investor melalui penguatan pasar. Diversifikasi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produk baru atau masuk ke dalam suatu area baru. Pada akhirnya strategi diversifikasi dapat membuat perusahaan memiliki kekuatan pasar (Pardede & Lumban Gaol, 2023).

Diversifikasi Bisnis

Diversifikasi bisnis adalah karakteristik suatu perusahaan yang memiliki dua atau lebih segmen usaha, strategi diversifikasi merupakan salah satu pendekatan korporat yang bertujuan mengembangkan bisnis dengan memperluas segmen dan menciptakan berbagai produk, sehingga dapat memperluas pangsa pasar perusahaan, diversifikasi bisnis ini memudahkan perusahaan untuk mengembangkan dan memperluas usahanya (Falestiya, 2024). Diversifikasi dapat membantu perusahaan mengurangi risiko ketergantungan pada satu sumber pendapatan dan memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas. Diversifikasi dilakukan perusahaan untuk mengurangi risiko, dimana kombinasi sumber daya keuangan dari beberapa kebangkrutan (Nasihin et al., 2024).

Diversifikasi bisnis dilakukan perusahaan untuk mengurangi risiko, dimana kombinasi sumber daya keuangan dari beberapa perusahaan akan mengurangi risiko kebangkrutan. Sinergi operasional (skala ekonomi, eksploitasi pasar dan pengurangan risiko) serta sinergi keuangan (peningkatan *debt capacity* dan biaya modal lebih rendah) adalah beberapa alasan perusahaan melakukan diversifikasi (Triyanti, 2022). Selain untuk mengurangi risiko, diversifikasi bisnis juga dilakukan untuk alasan realisasi *economic of scope* dan respon atas krisis yang terjadi. Selain itu, kemungkinan terjadinya kondisi *economic of scope* dan *diseconomics of scale* pada perusahaan yang melakukan diversifikasi, menunjukkan bahwa ada sebuah batas seberapa banyak sebuah perusahaan dapat melakukan diversifikasi.

Strategi

Strategi merupakan rencana dan pendekatan yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan profitabilitas, dan memenuhi kebutuhan pasar. Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana

masing – masing individu dapat bekerja sama dalam suatu perusahaan, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan tersebut (Setiawati, 2020). Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan joint venture.

Setiap proses strategi mewujudkan pendekatan untuk mengambil keputusan, hal yang dimaksud adalah pendekatan yang logis, sistematis dan objektif untuk menentukan arah dan tujuan perusahaan dimasa yang akan datang, hal tersebut membuat para penyusun strategi tidak dapat hanya menggunakan intuisi atau perasaan saja dalam memilih beberapa alternatif tindakan (Ubaidillah & Afifin, 2024). Para penyusun strategi yang sukses memikirkan bisnis, posisi bisnis, dan apa yang mereka inginkan sebagai sebuah bisnis dan kemudian mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai dalam sebuah bisnis. profitabilitas di dalam industri tertentu (Arif & Anggraeni, 2023).

Strategi harus memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan kelemahan kompetitif atau dengan bahasa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) memaksimalkan pemanfaatan kekuatan dan mengurangi kelemahan (Kharisma & Rahma, 2023). Strategi yang dikembangkan adalah strategi yang bersifat operasional. Strategi operasional merupakan berbagai cara dan berbagai alternatif-alternatif tindakan yang akan dilakukan untuk mengimplementasikan visi dan misi yang telah dirumuskan. Selanjutnya disusun rencana tindakan yang disusun berdasarkan sasaran yang hendak dicapai dan telah dirumuskan sebelumnya. Rencana tindakan bersifat operasional, artinya sudah mencerminkan kegiatan berupa program-program yang telah ditentukan periode waktunya dalam rencana tahunan, serta terumuskan secara bertahap langkah pencapaiannya (Sandra & Rachmawati, 2023).

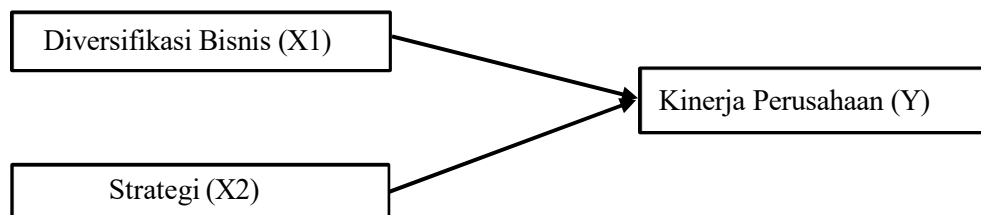
Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu (Gitman & Zutter, 2012). Menurut (Saragih & Simarmata, 2018) kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki. Kinerja perusahaan adalah keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran dan tujuan

yang telah ditetapkan dengan menggunakan sumber daya yang efektif dan efisien (Amelyawati et al., 2023).

Penilaian kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai metode. Untuk mengukur kinerja operasi biasanya dilakukan dengan rasio profitabilitas. Penilaian profitabilitas sangat penting dilakukan karena dapat membantu manajer untuk memperoleh informasi keuangan. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

Kinerja perusahaan adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut berdasarkan landasan teori yang telah diungkapkan sebelumnya:



Gambar 2. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang menganalisa data dengan menggambarkan informasi yang dikumpulkan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi diversifikasi bisnis, strategi yang diterapkan oleh perusahaan, serta kinerja perusahaan. Pendekatan ini membantu dalam memahami pola dan hubungan antar variabel penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data yang dipilih dari responden (karyawan PT Bosowa Berlian Motor Makassar), melalui kuisioner, atau data hasil wawancara peneliti dengan manajer.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan, baik yang berada pada level staf maupun manajerial dan pihak manajemen khususnya yaitu karyawan pada PT. Bosowa Berlian Motor Makassar yang berjumlah 270 orang. Pemilihan populasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa karyawan merupakan pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional maupun strategi perusahaan, sehingga memiliki pemahaman yang memadai mengenai diversifikasi bisnis, strategi serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Pada penelitian ini sampel yang diambil yakni karyawan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar, dimana sampel penelitian ini 35 orang responden dan penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yakni penentuan sampel dengan kriteria sebagai berikut : Karyawan tetap PT. Bosowa Berlian Motor Makassar, Karyawan yang memiliki pengalaman kerja minimal 3 tahun di perusahaan agar memahami proses bisnis dan strategi perusahaan. Karyawan yang bekerja pada bagian manajerial, pemasaran, keuangan, operasional, maupun pelayanan sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai diversifikasi bisnis, strategi, dan kinerja perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Bosowa Berlian Motor Makassar cabang Urip. Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik pengisian kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 35 responden yang merupakan karyawan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. Kemudian data yang diperoleh diolah menggunakan program SPSS v.25. Dalam penelitian ini, variabel independen (X1) yaitu diversifikasi bisnis dan (X2) yaitu strategi. sedangkan variabel dependen (Y) yaitu Kinerja Perusahaan.

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), dan maksimum-minimum (Ghozali, 2018). Hasil uji statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 1
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	35	3.00	5.00	4.3143	.67612
X1.2	35	3.00	5.00	4.3143	.63113
X1.3	35	3.00	5.00	4.3429	.59125
X1.4	35	3.00	5.00	4.2286	.64561
X1.5	35	3.00	5.00	4.2286	.54695
X2.1	35	3.00	5.00	4.0857	.70174
X2.2	35	3.00	5.00	4.2571	.61083
X2.3	35	3.00	5.00	4.3143	.58266
X2.4	35	3.00	5.00	4.2857	.57248
X2.5	35	3.00	5.00	4.4857	.56211
Y1	35	3.00	5.00	4.2857	.66737
Y2	35	3.00	5.00	4.2286	.64561
Y3	35	3.00	5.00	4.4857	.61220
Y4	35	3.00	5.00	4.3714	.64561
Y5	35	3.00	5.00	4.4571	.65722
Y6	35	3.00	5.00	4.0857	.78108
Y7	35	3.00	5.00	4.2000	.83314
Y8	35	3.00	5.00	4.3143	.58266
Valid N (listwise)	35				

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki pernyataan nilai minimum sebesar 3.00 dan nilai maksimum sebesar 5.00. Hal ini menunjukkan bahwa semua responden memberikan jawaban pada kisaran netral hingga sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

Variabel X1 (Diversifikasi Bisnis) terdiri dari lima indikator (X1.1- X1.5), dengan nilai rata-rata berkisar antara 4.23 hingga 4.34. Indikator dengan rata-rata tertinggi terdapat pada X1.3 yaitu sebesar 4.34, yang mengindikasikan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Sementara indikator dengan rata-rata terendah adalah X1.4 dan X1.5, yaitu 4.23, namun tetap menunjukkan nilai di bawah 0.70, yang berarti bahwa persepsi responden relatif konsisten terhadap variabel ini. Variabel X2 (Strategi) juga terdiri dari lima indikator (X2.1-X2.5), dengan nilai rata-rata antara 4.09 hingga 4.49. Indikator dengan rata-rata tertinggi adalah X2.5 (4,49), yang

menandakan bahwa mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada X2.1 (4,09). Standar deviasi tertinggi pada variabel ini terdapat pada X2.1 sebesar 0.70, yang menunjukkan sedikit variasi dalam tanggapan responden, namun tetap dalam kategori konsisten.

Variabel Y (Kinerja Perusahaan) terdiri dari delapan indikator (Y1- Y8), dengan nilai rata-rata antara 4,09 hingga 4.9, diikuti oleh Y5 (4.46), yang mengindikasikan penilaian kinerja yang sangat baik oleh responden pada aspek tersebut. Sementara itu, indikator Y6 memiliki rata-rata paling rendah sebesar 4.09, dan juga memiliki standar deviasi cukup tinggi yaitu 0.78, yang mengindikasikan bahwa terdapat variasi tanggapan responden terhadap indikator ini. Indikator Y7 bahkan memiliki standar deviasi tertinggi (0.83), menunjukkan persepsi yang cukup bervariasi diantara responden.

Secara umum. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel X1, X2, dan Y memperoleh penilaian yang positif dan cenderung tinggi, yang berarti responden memiliki persepsi yang baik terhadap item-item dalam kuesioner. Selain itu, nilai standar deviasi yang relatif rendah menunjukkan bahwa data responden tergolong homogen dan konsisten.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependen (Y). tujuannya adalah untuk mengetahui arah hubungan (positif atau negatif) dan memprediksi nilai Y ketika X mengalami perubahan. Uji ini juga digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan antara X dan Y.

- a. Jika nilai sig > 0,05 maka, terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai t-hitung > t-tabel maka, terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,965	3,109		,954	,347		
DIVERSIFIKASI BISNIS	1,175	,268	,734	4,382	,000	,243	4,122
STRATEGI	,293	,291	,169	1,007	,321	,243	4,122

a. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka, dapat dirumuskan model persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 2,965 + 1,175 X1 + 0,293 X2 + e$$

Konstanta ($\beta_0 = 2,965$) menunjukkan bahwa apabila nilai diversifikasi bisnis ($X1$) dan strategi ($X2$) adalah nol, maka nilai kinerja perusahaan (Y) diperkirakan sebesar 2,965. Namun demikian, nilai dasar dalam model statistik ($Sig = 0,347$), sehingga hanya merupakan nilai dasar dalam model. Koefisien regresi untuk diversifikasi bisnis ($\beta_1 = 1,175$) berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel sebesar 1,175 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai signifikansi sebesar 0.000 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini positif dan signifikan secara statistik. Koefisien regresi untuk strategi ($\beta_2 = 0,293$) berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam strategi akan meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0,293 satuan, namun nilai signifikansinya sebesar 0,321 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan secara statistik.

Ini mengindikasikan bahwa dalam konteks penelitian ini, strategi yang digunakan oleh perusahaan belum memberikan dampak yang cukup besar dalam meningkatkan kinerja perusahaan secara nyata. Secara keseluruhan, diversifikasi bisnis merupakan faktor utama yang berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan dibandingkan strategi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Semakin besar R^2 suatu variabel independen menunjukkan semakin dominannya pengaruh variabel terhadap variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Semakin besar R^2 suatu

variabel independen menunjukkan semakin dominannya pengaruh variabel terhadap variabel dependennya.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Dterminasi

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	782	769	2,031

Sumber: Data diolah, SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai R Square sebesar 0,782 menunjukkan bahwa sebesar 78,2% perubahan Kinerja Perusahaan dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu Diversifikasi Bisnis (X1) dan Strategi (X2). Sisanya sebesar 21,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh masing-masing variabel independen dianalisis menggunakan uji parsial (Uji T). Adapun hasil dari uji parsial tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficient		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Ket.
	B	Error	Std. Beta			
(constant)	2,965	3,109		954	347	
Diversifikasi Bisnis	1,175	268	734	4,382	000	H1 Diterima
Strategi	293	291	169	1,007	0,321	H2 Ditolak

Sumber: Data diolah, SPSS

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.12, dapat disimpulkan:

1. Variabel Diversifikasi Bisnis memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan. Dengan demikian, H1 Diterima.
2. Variabel Strategi memiliki nilai sig. $0,321 > 0,05$ yang artinya secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Dengan demikian, H2 ditolak.

Berdasarkan data yang telah ditemukan, maka hasil dari analisis dan interpretasi (pembahasan) sebagai berikut:

Pengaruh Diversifikasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diversifikasi Bisnis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. Koefisien regresi untuk variabel Diversifikasi Bisnis adalah 1,175 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Diversifikasi Bisnis akan meningkatkan Kinerja Perusahaan sebesar 1,175 satuan, dengan asumsi variabel lain (strategi) tetap konstan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diversifikasi Bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Temuan ini mendukung hipotesis pertama dan sejalan dengan *Agency Theory*, yang menjelaskan bahwa manajer (agen) memiliki tanggung jawab untuk mengelola sumber daya perusahaan demi kepentingan pemilik (prinsipal). Diversifikasi bisnis yang dilakukan secara strategis mencerminkan tindakan manajerial yang bertujuan meminimalkan risiko dan memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan demikian, keberhasilan dalam diversifikasi bisnis menunjukkan bahwa agen menjalankan perannya secara efektif, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan kinerja.

Hal ini didukung oleh penelitian (Pardede & Lumban Gaol, 2023) yang menyatakan bahwa Diversifikasi Bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Artinya kinerja perusahaan dapat meningkat karena adanya diversifikasi. Semakin banyak jumlah segmen usaha yang dimiliki oleh perusahaan maka kinerja perusahaan akan semakin meningkat.

Pengaruh Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Koefisien determinasi regresi untuk variabel strategi adalah 0,293 dengan nilai signifikansi 0,321 ($p > 0,05$). Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain seperti ketidaksesuaian strategi yang diterapkan dengan kondisi pasar dan belum optimalnya keterlibatan sumber daya dalam pelaksanaan strategi tersebut.

Hasil ini dapat dijelaskan dalam konteks *Market Power Theory*, namun tidak sepenuhnya sejalan dengan teori kekuatan pasar, yang menyatakan bahwa strategi yang tepat dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar dan mendorong kinerja. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan belum

mampu menciptakan kekuatan pasar yang cukup untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara signifikan. Hal ini dapat terjadi apabila strategi yang digunakan belum tepat sasaran, belum dijalankan secara konsisten.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Andrian & Khairudin, 2024), yang juga menemukan bahwa strategi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, karena implementasi strategi yang tidak konsisten atau kurang adaptif terhadap kondisi pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun strategi telah dirancang, tanpa pelaksanaan yang efektif dan dukungan sumber daya yang memadai, strategi tersebut belum mampu memberikan dampak yang berarti bagi kinerja perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diversifikasi bisnis dan strategi meningkatkan kinerja perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. Oleh karena itu, berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi bisnis memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat penerapan diversifikasi bisnis, semakin tinggi kinerja perusahaan yang dihasilkan. Diversifikasi yang dilakukan dengan mempertimbangkan potensi pasar, sumber daya internal, dan tren industri mampu meningkatkan profitabilitas dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan, dan Strategi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makassar. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi yang ada saat ini belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja. Strategi yang dijalankan belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pasar, belum optimal dalam implementasi, atau belum terintegrasi dengan sumber daya dan kondisi perusahaan secara efektif. Dengan demikian, meskipun strategi merupakan salah satu faktor penting dalam teori manajemen, pada penelitian ini pengaruhnya tidak terbukti secara statistik terhadap kinerja perusahaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa diversifikasi bisnis merupakan aspek penting yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan, sedangkan strategi dalam meningkatkan kinerja perusahaan cenderung tidak signifikan yang menunjukkan bahwa strategi belum optimal dalam mendukung peningkatan kinerja.

Dengan demikian, tujuan utama dalam penelitian ini sudah terjawab secara empiris. Hasil ini selaras dengan teori keagenan, di mana manajemen sebagai agen memiliki tanggung jawab untuk mengelola sumber daya yang dipercayakan pemilik (principal) secara efektif, termasuk dalam pengambilan keputusan diversifikasi yang mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam penelitian ini. Bagi perusahaan, perusahaan disarankan untuk terus mengembangkan diversifikasi bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar dan potensi pertumbuhan industri. Diversifikasi hendaknya diarahkan pada sektor yang memiliki prospek jangka panjang sehingga dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan keuntungan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasi pada konteks yang lebih luas. Menambahkan variabel lain seperti inovasi, teknologi, atau budaya organisasi untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Amelyawati, F., Herachwati, N., & Nadia, F. N. D. (2023). Meningkatkan daya saing melalui manajemen sumber daya manusia (MSDM) sebagai strategi peningkatan kinerja. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(1), 22–37.
- Andi Muhammad, A. (2021). *Penentuan strategi bersaing dengan analisis SWOT dalam penjualan mobil Mitsubishi Xpander pada PT Bosowa Berlian Motor di Makassar*.
- Andrian, J. A., & Khairudin. (2024). Pengaruh strategi diversifikasi dan modal intelektual terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 750–758. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2392>
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Artha, B., Jufri, A., Hadiwibowo, I., & Manggala, S. (2021). Pengaruh keragaman dewan terhadap kinerja perusahaan. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 154. <https://doi.org/10.24269/iso.v5i2.785>
- Deni, A., Noviaty, E., Utami, I. W., Ilham, B. U., Nurpribadi, G., Jaya, A., Sutaguna, I. N. T., & Syofya, H. (2024). *Manajemen bisnis internasional*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Falestiya, A. (2024). *Pengaruh ukuran bank, makro ekonomi, risiko bank, dan diversifikasi pendapatan terhadap profitabilitas perbankan di Indonesia*.
- Ghufron, M. I., Warisa, U., Munawwaroh, F., & Aslamiyah, S. (2024). Transformasi digital melalui penggunaan Google Profil Bisnis dalam pengembangan produk

- bisnis. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 2865–2880.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principles of managerial finance* (13th ed.). Addison-Wesley.
- Itung, S., & Lasdi, L. (2018). Pengaruh strategi diversifikasi dan kepemilikan manajerial terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 10(2), 69–80.
- Jati, A. W., & Jannah, W. (2022). Analisis kinerja keuangan perusahaan sebelum dan saat pandemi Covid-19. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(1), 34–46. <https://doi.org/10.22219/jaa.v5i1.18480>
- Kharisma, D. A., & Rahma, T. I. F. (2023). Strategi pemasaran dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 348–364.
- Kusumaningrum, D. P., & Trisnawati, R. (2021). Pengaruh strategi diversifikasi, afiliasi bisnis, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap kinerja perusahaan. *Urecol*, 293–306.
- Lestari, B., & Noor, A. S. (2019). Analisis diversifikasi perusahaan terhadap kinerja perusahaan pada beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(1), 13–20. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v10i1.719>
- Maulana, A., & Syarif, R. (2024). Strategi diversifikasi dan pengembangan portofolio bisnis pada perusahaan milik negara PT Hutama Karya. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 19(1).
- Nasihin, M. K., Maharani, R. N., Zahro, A. A., & Sanjaya, V. F. (2024). Analisis SWOT dalam pengelolaan strategi bisnis: Studi kasus Rumah Makan Pindang Sehat di Bandar Lampung. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 88–99.
- Natasya, V., & Muharam, H. (2024). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Diponegoro Journal of Management*, 13(3).
- Pardede, T., & Lumban Gaol, R. (2023). Pengaruh diversifikasi terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi (JIMAT)*, 2(1), 79–86. <https://doi.org/10.54367/jimat.v2i1.2638>
- Phyllicia, Y. (2021). Strategi diversifikasi untuk peningkatan kinerja perusahaan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 6(1), 95–110.
- Putriani, A., Damanik, E. O. P., & Purba, J. W. P. (2022). Analisis laporan arus kas untuk menilai kinerja keuangan pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016--2020. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 185–196.
- Sandra, N., & Rachmawati, D. (2023). Strategi diversifikasi dan kinerja perbankan: Good corporate governance sebagai pemoderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1), 20. <https://doi.org/10.19184/jeam.v22i1.34512>
- Saragih, R. S., & Simarmata, H. M. P. (2018). Kepemimpinan, kepuasan kerja, dan motivasi terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(2), 124–134.
- Sarwendhi, R. (2023). Strategi diversifikasi sebagai tools penyelamat kinerja perusahaan di masa pandemi. *JAE*, 8(2), 11–19.
- Setiawati, F. (2020). Manajemen strategi untuk meningkatkan kualitas pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66.
- Suherman, A. (2022). *Manajemen strategi*. Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
- Triyanti, D. (2022). *Pengaruh manajemen risiko, efisiensi operasional, dan diversifikasi geografis terhadap pertumbuhan pasar: Studi pada perbankan nasional Indonesia*

tahun 2016--2020.

Ubaidillah, M., & Afifin, M. O. (2024). Strategi rekrutmen tenaga pendidik dalam meningkatkan kualitas madrasah di Madrasah Aliyah Walisongo Gending Probolinggo. *Aksi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 195–206.