

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dua dasawarsa terakhir, perusahaan internasionalisasi tumbuh dengan pesatnya sehingga menjadikan kompetisi bisnis di pasar internasional semakin ketat (Garcia, et al., 2016). Secara umum, perekonomian dunia dan bisnis internasional dipengaruhi oleh nilai ekspor yang semakin tahun mengalami pertumbuhan yang signifikan. (Yaparak, Yosun, & Cetindamar, 2017). Hal tersebut mengakibatkan adanya pengaruh positif dari nilai ekspor Indonesia yang beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut *trading economics* (2017), selama periode 2006-2016 Indonesia mengalami kenaikan tren ekspor, meskipun krisis keuangan global selama 2009-2015 menjadikan tren ekspor mengalami penurunan (Chadys, et al., 2018).

Multinational Enterprises (MNEs) beranggapan bahwa seluruh belahan dunia adalah satu pasar. Hal tersebut terjadi karena bisnis internasional yang semakin pesat perkembangannya sebagai bentuk dari internasionalisasi yang begitu cepat selama beberapa dekade terakhir (Hsu, 2006). Dengan demikian, pertumbuhan yang berkelanjutan dapat didorong oleh komponen internasionalisasi sebagai komponen terpenting dari strategi yang dimiliki oleh emiten (Porter, 1990).

Penelitian manajemen akhir-akhir ini lebih terfokus pada partisipasi perusahaan internasional dalam pasar global (Hitt, et al., 2006). Perusahaan besar

atau kecil akan memilih strategi untuk dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaannya secara internasional (Lu dan Beamish, 2001). Pada penelitian Nachum (2004); Kontraktor et al.(2007); dan Hajela dan Akbar (2013) mengemukakan jika kinerja perusahaan dipengaruhi secara positif oleh internasionalisasi artinya jika kegiatan ekspor internasionalisasi maka kinerja perusahaan akan mengalami peningkatan. Keterkaitan secara langsung ini terlihat dari setiap internasionalisasi bertambah satu unit maka kinerja perusahaan juga akan bertambah satu unit.

Fenomena ini memperlihatkan jika internasionalisasi memiliki manfaat yang lebih banyak dibandingkan dengan pengeluaran biaya ekspansi yang dikeluarkan. Sejumlah riset mengemukakan jika adanya korelasi positif pada keterkaitan internasionalisasi dengan kinerja perusahaan.

Secara global, sejumlah literatur memfokuskan pada naiknya kuantitas perdagangan internasional yang disebabkan oleh tumbuhnya internasionalisasi yang berdampak jangka panjang bagi perekonomian suatu negara. Sejumlah riset terdahulu memperlihatkan kinerja perusahaan menjadi dampak dari adanya internasionalisasi (Chadys, et al, 2018). Beberapa indikator yang dapat memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan yaitu internasionalisasi yang diproksikan dengan *foreign direct investment* atau *foreign sales to total sales*, afiliasi bisnis, dan *research & development* (Vithessonthi, 2016).

Penelitian ini untuk pengukuran internasionalisasi perusahaan diproksikan sebagai *foreign sales to total sales* (FSTS) di mana proksi tersebut dipergunakan

oleh (Singla & George, 2013) serta (Vithessonthi & Racela, 2016) adalah bagian dari empat dimensi yang dimiliki oleh FDI (*foreign direct investment*). Banyak perdebatan pada beberapa riset terkait sebelumnya mengenai keterkaitan antara *foreign direct investment* dan *foreign sales to total sales* untuk mengukur keterkaitan antara internasionalisasi dengan kinerja perusahaan dapat diukur melalui model *sigmoid*, kuadratik, ataupun linear.

Sejumlah penelitian berargumen jika biaya yang dipergunakan untuk aktivitas di luar negeri (biaya keasingan) dapat ditutupi oleh keunggulan kompetitif suatu perusahaan, maka saat perusahaan domestik melakukan ekspansi ke luar negeri laba perusahaan ataupun kinerjanya akan semakin meningkat (Glaum dan Oesterle, 2007).

Perusahaan yang melakukan pola internasionalisasi hanya akan memiliki relevansi saat usaha mempunyai pengalaman yang lebih banyak dan mengalami pertumbuhan yang signifikan di dalam negeri hingga titik jenuh. Internasionalisasi tidak dibutuhkan oleh perusahaan bila emiten memiliki pangsa pasar dalam negeri yang cukup luas, tetapi bila pangsa pasar dalam negeri mengalami penurunan maka perusahaan dimungkinkan termotivasi untuk melaksanakan agar skala perekonomian perusahaan semakin meningkat dengan penambahan laba yang signifikan (Glaum dan Oesterle, 2007). Di Indonesia, strategi internasionalisasi oleh perusahaan sering diproksikan sebagai FSTS (*foreign sales to total sales*).

Berikutnya, kelompok bisnis (afiliasi) diartikan sebagai cabang/jaringan antar lembaga internal dari suatu perusahaan yang memiliki pola hubungan semi otonom yang tergabung dalam satu kesatuan hubungan yang kompleks yaitu

antara kekerabatan antar direktur, sosial, jual beli, dan kepemilikan saham (Bamiatzi et al, 2014). Kelompok bisnis yang dikoordinasikan dipengaruhi oleh sistem yang kompleks contohnya hubungan kekerabatan antara manajemen puncak, hubungan timbal balik, hubungan komersial, hutang, dan ikatan ekuitas. Melalui pendalaman atas aspek-aspek tersebut afiliasi dalam kelompok bisnis berperan untuk mendorong independensi pada konstelasi kendali administratif dan pembagian kepemilikan bersama. Tujuannya yaitu untuk dapat melakukan eksplorasi terhadap pengaruh afiliasi kelompok bisnis yang sama-sama mengalami penurunan pangsa pasar domestik.

Bagi peneliti bisnis internasional, permasalahan ini sangat penting sebab pengaruh apresiasi suatu kelompok tidak memiliki keseragaman pada masing-masing negara. Artinya, negara asal bisa memberikan pengaruh terhadap keterkaitan antara kinerja perusahaan dan afiliasi kelompok bisnis yang masih memiliki banyak pertanyaan yang belum terjawab.

Pada negara yang memiliki ekonomi maju permasalahan peran afiliasi kelompok bisnis diabaikan tetapi di negara berkembang afiliasi tersebut di sejumlah literatur disebutkan memiliki perang yang sangat penting. Pertumbuhan yang tinggi di antara perusahaan-perusahaan di negara maju pada beberapa penelitian diketahui memiliki afiliasi kelompok bisnis tetapi perusahaan tersebut tidak berkontribusi langsung dan hanya dimiliki oleh perusahaan perorangan (Lechner dan Leyronas, 2009). Pada konteks negara berkembang hal tersebut sangat tepat untuk dilakukan penelitian. Mengingat pada negara maju akan terjadi suatu keadaan di mana industri mengalami kegagalan. Contohnya, pada periode

resesi atau selama kemunduran industri (Pearce dan Michael, 1997) serta Varum dan Rocha, 2011). Pada kondisi tersebut, kestabilan usaha yang dimiliki oleh afiliasi kelompok bisnis bisa memberikan manfaat bagi perusahaan kecil yang sangat dipengaruhi oleh anggota afiliasi tersebut.

Research & development merupakan suatu rancangan yang timbul dan diperlukan oleh mayoritas perusahaan yang dilakukan melalui berbagai bentuk. Untuk dapat meningkatkan permintaan dari pelanggan, perusahaan harus melakukan *research & development* agar dapat melewati persaingan usaha yang cukup sulit. *Research & development* dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan di mana kegiatan tersebut akan menunjang peningkatan kinerja (Khan, 2014).

Aktivitas *research & development* pada era teknologi seperti sekarang ini dapat membantu peningkatan kinerja suatu perusahaan (Khan, 2014). Melalui aktivitas tersebut perusahaan dapat melakukan inovasi sehingga mampu meningkatkan profitabilitas, meningkatkan daya saing, memenuhi kebutuhan konsumen, dan mengembangkan produk-produknya. (Hsu, et al., 2015) serta (Vithessonthi dan Racela, 2016).

Pada riset Singla dan George (2013) disebutkan jika intensitas ekspor dipengaruhi secara positif oleh internasionalisasi (I) – kinerja perusahaan (P) dan aktivitas FDI (*Foreign Direct Investment*) dipengaruhi secara negatif oleh internasionalisasi (I) – kinerja perusahaan (P) serta afiliasi kelompok bisnis dan usia perusahaan secara positif memoderasi hubungan internasional (I) – kinerja perusahaan (P).

Pada riset Aimen Ghaffar (2014) disebutkan jika kinerja perusahaan dipengaruhi secara positif oleh *research & development*. Sedangkan pada riset (Chadys, et al, 2018) disebutkan jika kinerja perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh internasionalisasi, ROA dipengaruhi secara positif oleh jumlah afiliasi bisnis dan Tobin's Q dipengaruhi secara negatif oleh jumlah afiliasi bisnis, dan kinerja perusahaan dipengaruhi secara positif oleh *research & development* dan keberadaan afiliasi di luar negeri. Selain beberapa variabel tersebut, pada riset ini mempergunakan variabel kontrol yaitu ukuran, usia, dan leverage perusahaan.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya maka peneliti merasa bahwa tema penelitian tersebut cukup menarik untuk diteliti kembali. Penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur di BEI pada periode 2014-2017. Mengambil sampel perusahaan manufaktur dengan periode 2014-2017 disebabkan sektor manufaktur masih mendominasi kegiatan penjualan di luar negeri atau ekspor di Indonesia. Sektor manufaktur sendiri merupakan penyumbang terbesar untuk meningkatkan kegiatan ekspor yang ada di Indonesia (Chadys, et al, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Kinerja perusahaan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara formal untuk dapat melakukan evaluasi terhadap efektivitas dan efisiensi pada periode akuntansi tertentu (Iswandari, et al, 2018). Perkembangan ekonomi yang semakin maju mengakibatkan ketatnya kompetisi bisnis antar perusahaan yang satu dengan yang lain sehingga terjadi fluktuasi keberadaan suatu perusahaan. Perusahaan harus dapat menyikapi era globalisasi dengan meningkatkan investasi

research & development dan siklus hidup produk yang singkat, mengoptimalkan sistem marketing yang ada, dan meningkatkan pertumbuhan industri di tengah ketatnya persaingan pasar dalam negeri.

Menurut Vernon (1966) menyebutkan jika terdapat tahap pengembangan suatu produk yaitu tahap produk baru, tahap produk matang, dan tahap produk standar. Tahapan tersebut memperlihatkan suatu mekanisme perusahaan untuk melakukan pengembangan terhadap produk yang baru untuk dijual di pasar domestik, selanjutnya di diekspor ke luar negeri, dan perusahaan membangun cabangnya di luar negeri.

Bila siklus hidup suatu produk dikembangkan oleh perusahaan maka perusahaan tersebut telah berada pada tahap awal untuk ikut melibatkan diri pada pasar global melakukan peningkatan pada kinerja perusahaan dan internasionalisasi. Hal tersebut sangat dimungkinkan jika perusahaan mengurangi risiko yang ada dan berupaya untuk meningkatkan keuntungan lebih aktif di pasar luar negeri yang notabene memiliki perbedaan dengan pasar domestik sehingga perusahaan terlihat lebih dinamis dan berkembang (Reeb et al., 1998; Annavarjula dan Beldona, 2000; Hennart, 2007; Oesterle dan Richta, 2009).

Berdasarkan pada paparan tersebut, rumusan masalah yang peneliti coba kemukakan adalah :

1. Apakah internasionalisasi dapat mempengaruhi kinerja perusahaan ?
2. Apakah afiliasi bisnis dapat mempengaruhi kinerja perusahaan ?
3. Apakah intensitas *research & development* dapat mempengaruhi kinerja perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengenai bukti empiris mengenai :

1. Menguji pengaruh internasionalisasi terhadap kinerja perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Menguji pengaruh jumlah afiliasi bisnis terhadap kinerja perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Menguji pengaruh intensitas *research & development* terhadap kinerja perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoretis

- a. Dapat berkontribusi langsung terhadap disiplin ilmu perekonomian terutama pada bidang kinerja perusahaan
- b. Dapat menjadi tambahan referensi dan informasi bagi peneliti berikutnya dengan tema yang sama terkait dengan kinerja perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi investor, menjadi bahan pertimbangan dan masukan saat mengambil keputusan yang tepat ketika berinvestasi.

- b. Bagi perusahaan, memberi kontribusi masukan tentang berbagai faktor yang memiliki pengaruh kuat terhadap kinerja perusahaan .