

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian negara berkembang pada era globalisasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat bersaing mempertahankan kelangsungan perusahaan yang unggul secara berkesinambungan, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang sesuai dengan tujuan umum didirikannya suatu perusahaan. “Sebagai salah satu pelaku utama dalam pasar bisnis dunia, perusahaan tidak luput dari tuntutan untuk melakukan inovasi dan menemukan konsep atau metode baru yang akan digunakan dalam perhitungan matematis oleh manajemen agar dapat unggul dalam persaingan.” (Sani:2018)

Pada tahun 2020 hampir seluruh sektor perekonomian di dunia mengalami penurunan yang disebabkan oleh pandemi global virus Covid-19. Negara Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak Negara yang terkena dampaknya. Pemberhentian aktifitas dari berbagai sektor di Indonesia secara serempak dan menyeluruh guna meminimalisir penyebaran virus Covid-19, menyebabkan terhambatnya laju perkembangan perekonomian. Setiap perusahaan berusaha dengan mencoba berbagai cara untuk mempertahankan eksistensinya dalam masa pandemi global ini.

Kondisi perekonomian di Indonesia yang selalu berubah dengan adanya perkembangan teknologi menjadikan suatu perusahaan terus bersaing untuk

mempertahankan keberadaannya. Kondisi ini menuntut suatu perusahaan melakukan perbaikan diberbagai bidang. Salah satunya adalah pada bidang keuangan. Setiap perusahaan yang didirikan bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba dan memaksimalkan kekayaan dari pemegang sahamnya. Disamping itu juga bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan kegiatan yang dijalankan pada waktu yang akan datang.

Adanya harapan tersebut maka perusahaan diharuskan dan dituntut untuk dapat mengambil tindakan dan kebijakan yang tepat dalam segala aktivitasnya termasuk aspek keuangan. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan mengukur kinerja keuangan perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan sangat diperlukan untuk menentukan keberhasilan yang telah dicapai perusahaan.

Menurut Dewa dan Sunrowiyati (2016) perusahaan harus melakukan perubahan dan perkembangan untuk meningkatkan kinerja keuangan sehingga akan tercapai tujuan suatu perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan tujuan utama yang telah ditetapkan. Dapat dijelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Beberapa cara untuk mengukur kinerja keuangan yaitu dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).

Perkembangan dunia usaha dan teknologi yang semakin maju merupakan penyebab persaingan bisnis antar perusahaan semakin kompetitif baik perusahaan yang berskala besar maupun berskala kecil. Tak terkecuali perusahaan yang bergerak di bidang industri retail, yang tengah mengalami penurunan pertumbuhan akibat ketatnya persaingan dan perkembangan teknologi yang semakin maju. Manajer perlu memikirkan strategi yang tepat secara matang untuk menghadapi persaingan tersebut, salah mengambil keputusan dapat berakibat fatal bagi perusahaan. Kinerja perusahaan inilah yang akan menjadi acuan bagi para investor, apabila kinerja perusahaan baik menandakan sinyal positif untuk investor dengan begitu, investor menganggap bahwa perusahaan tersebut layak untuk diinvestasikan. Sebaliknya, apabila kinerja perusahaan buruk, para investor tak akan segan untuk mencabut dananya dari perusahaan tersebut.

Mengingat pentingnya pengaruh perekonomian yang berlangsung di dunia, selama ini analisis rasio keuangan yang lazim dipakai dalam penilaian kinerja suatu perusahaan, dinyatakan dalam rasio keuangan yang terbagi dalam empat kategori utama, yaitu rasio likuiditas, rasio profitabilitas (rentabilitas), rasio aktivitas, dan rasio solvabilitas (*leverage*). Tetapi karena adanya perkembangan yang tergolong dalam pemikiran baru di bidang manajemen, maka telah berkembang suatu pendekatan metode baru untuk mengukur kinerja operasional suatu perusahaan dengan memperhatikan kepentingan dan harapan penyedia dana (kreditor dan pemegang saham). Teknik pengukuran ini disebut *Economic Value Added* (EVA) atau Nilai Tambah Ekonomis (NITAMI).

Istilah EVA ini pertama kali diperkenalkan oleh Stern Stewart *Management Service* yang merupakan perusahaan konsultan dari Amerika. Teknik ini dirasa sangat cocok untuk menilai suatu perusahaan dan sekaligus menjawab keinginan pihak manajemen dalam menyajikan suatu ukuran kinerja yang “adil” dengan mempertimbangkan harapan-harapan kreditor dan pemegang saham. Dimana derajat dari “adil” tersebut dinyatakan dengan ukuran tertimbang dari struktur modal yang ada.

Selain pengukuran kinerja dengan menggunakan EVA, ada juga pengukuran kinerja yang disebut *Market Value Added* (MVA) yang konsepnya tergolong baru. Dimana MVA juga mempunyai tekanan yang sama seperti EVA, yaitu ditujukan pada kepentingan dan harapan investor. MVA adalah sebuah pengukuran penciptaan nilai perusahaan akan kelebihan sumber yang telah digunakan oleh perusahaan.

Jadi, nilai kini dari total proyeksi EVA suatu perusahaan akan mengindikasikan nilai MVAny. Oleh karena itu Stewart berkeyakinan bahwa EVA adalah kunci untuk penciptaan nilai perusahaan dan maksimalisasi MVA. Selama ini metode pengukuran kinerja dengan menggunakan EVA dan MVA belum banyak diterapkan pada perusahaan di Indonesia karena metode ini relatif baru.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan di Indonesia dengan menggunakan metode EVA dan MVA untuk menganalisis kinerja salah satu perusahaan *go public* pada industri ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Sehingga yang

menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode EVA dengan MVA.

Pendirian perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan untuk memperoleh laba, meningkatkan penjualan, memaksimalkan nilai saham, dan meningkatkan keuntungan para pemegang saham. Tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing ditentukan oleh kinerja perusahaan itu sendiri. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, tingkat kesehatan perusahaan bagi para pemegang saham sangat berkepentingan untuk mengetahui kondisi sebenarnya suatu perusahaan, agar modal yang dituju cukup aman dan mendapatkan tingkat hasil pengembalian yang menguntungkan dari investasi yang ditanamkan. Untuk mengukur bagus tidaknya kinerja suatu perusahaan itu sendiri dengan menggunakan rasio keuangan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan pada umumnya lebih banyak diukur dengan menggunakan analisis rasio keuangan selama satu periode tertentu. Pengukuran kinerja memiliki kelemahan yaitu tidak memperhitungkan biaya modal (*cost of capital*). Analisis rasio keuangan juga memiliki kelemahan lain yaitu tidak dapat mengukur kinerja keuangan dari sisi nilai perusahaan, rasio keuangan hanya mengukur tingkat profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas perusahaan. Kelemahan ini menjadikan pendekatan *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) sebagai alat pengukur kinerja keuangan untuk memperbaiki kelemahan dari pengukuran kinerja keuangan menggunakan analisis rasio. Gulo dan Ernawati (2015)

Salah satu kebaikan terbesar dari EVA adalah membuat teori keuangan yang dapat dipercaya dan mudah diterima, sehingga manajer operasi dan orang-orang yang tidak memiliki latar belakang atau pengalaman di bidang akuntansi atau keuangan, dapat menggabungkan pandangan dari bidang ilmu ini ke dalam cara menjalankan bisnisnya. Hal inilah yang mendukung keefektifan EVA sebagai pengukur kinerja keuangan pada perusahaan. Selain itu juga EVA dapat membantu manajemen untuk memfokuskan perhatiannya dalam menciptakan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini objek penelitian adalah perusahaan yang sudah *go public* dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yakni PT. Hero Supermarket Tbk, yang merupakan perusahaan ritel modern pertama di Indonesia. Supermarket ini pertama kali didirikan pada tanggal 23 Agustus 1971 oleh almarhum Muhammad Saleh Kurnia di Jl. Falatehan, Jakarta. Hero juga membuka toko pertamanya di Jakarta dan telah berkembang menjadi salah satu operator terkemuka di Indonesia untuk supermarket, hipermarket, toko kesehatan dan kecantikan, dan toko perabot rumah tangga. Mengoperasikan lima merk toko dengan total 452 toko di seluruh Indonesia pada Desember 2019. Perusahaan telah tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1989. Agar tetap eksis dan mencapai tingkat kemajuan yang diharapkan maka PT. Hero Supermarket Tbk, memerlukan adanya pengevaluasian apakah sudah menggambarkan efisiensi dan efektifitas perusahaan, sehingga hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang dapat mendorong kinerja keuangan perusahaan agar lebih baik untuk kedepannya.

Metode lain yang digunakan yaitu MVA yang merupakan perbedaan antara nilai modal yang ditanamkan perusahaan sepanjang waktu dari investasi modal, pinjaman, laba ditahan, dan uang yang bisa diambil sekarang atau sama dengan selisih antara nilai buku dengan nilai pasar perusahaan. Karena dalam nilai perusahaan atau milik kapital terhadap komponen hutang yang sama, maka MVA adalah selisih antara nilai pasar ekuitas (*market value of equity*) atau total kapitalisasi saham di pasar modal dan nilai buku ekuitas. MVA saat ini dianggap menjadi panduan terbaik untuk menilai manajemen perusahaan publik apakah bagus atau tidak, karena MVA menjawab persoalan penting yang dibutuhkan investor atau kemampuan manajemen perusahaan publik untuk menambah kekayaan mereka.

Berdasarkan latar belakang di atas maka, judul yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah “**Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Metode *Economic Value Added (EVA)* dan *Market Value Added (MVA)* (Studi Kasus pada PT Hero Supermarket, Tbk Periode 2015-2019)**”.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kinerja keuangan perusahaan PT Hero Supermarket, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2019, dimana fokus penilaian kinerja adalah pada penciptaan nilai perusahaan. Penilaian kinerja dengan menggunakan pendekatan EVA menyebabkan perhatian manajemen sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Dengan metode EVA, para manajer akan berpikir dan bertindak seperti halnya pemegang saham yaitu memilih investasi yang memaksimalkan tingkat pengembalian serta dengan meminimalkan tingkat biaya modal, sehingga nilai

perusahaan dapat dimaksimalkan. Sementara MVA merupakan suatu pengukur kinerja yang tepat untuk menilai sukses tidaknya perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemiliknya. Kekayaan atau pemilik perusahaan (pemegang saham) akan bertambah bila MVA bertambah. Studi ini mencoba melihat bagaimana EVA dan MVA mengukur kinerja keuangan PT Hero Supermarket, Tbk dan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2019.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana efektivitas metode *Economic Value Added (EVA)* dan *Market Value Added (MVA)* dalam menilai kinerja keuangan perusahaan PT Hero Supermarket, Tbk?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui efektivitas kinerja keuangan perusahaan menggunakan metode *Economic Value Added (EVA)* dan *Market Value Added (MVA)* dalam menilai kinerja keuangan PT Hero Supermarket, Tbk.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola keuangan pada perusahaan.

2. Bagi PT Hero Supermarket, Tbk diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan untuk kebijakan metode perusahaan pada periode-periode berikutnya.
3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.