

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis barang konsumsi yang semakin maju, perusahaan diharuskan agar bisa bersaing dengan perusahaan lokal maupun mancanegara. Persaingan yang terjadi antar negara dan perusahaan tersebut berjalan dengan ketat dan bebas disebabkan banyak nya berdatangan perusahaan asing berada di dalam negeri, Dalam keadaan persaingan bisnis yang berjalan ketat tersebut, membuat perusahaan di tuntut agar dapat mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan akan bergantung pada bagaimana cara manajemen menjalankan kegiatan dan mengatur keuangan perusahaan tersebut. Maka sebab itu, manajemen perusahaan diminta agar mampu untuk dapat mengembangkan kemampuan maupun keahliannya. Hal tersebut dimaksudkan supaya manajemen dapat mampu mencapai misi dan visi perusahaan yang sudah ditentukan. Dalam mencapai misi dan visi perusahaan, manajemen wajib mempertimbangkan kinerja finansial perusahaan yang dimana kinerja finansial perusahaan dapat menjelaskan perkembangan perusahaan dan keadaan keuangan perusahaan untuk mencapai visi dan misi perusahaan tersebut.

PT. Unilever Indonesia, Tbk. merupakan cabang dari Unilever yang berkantor pusat di Britania Raya, London. PT. Unilever Indonesia, Tbk. dibangun pada tahun 1933 dan sudah menjadi perusahaan terbuka sejak tahun 1981 hingga sampai sekarang. Sekarang ini kantor utama perusahaan Unilever Indonesia berlokasi di kota Tangerang. Kegiatan bisnis perusahaan Unilever Indonesia merupakan pembuatan, pemasaran dan pengiriman barang-barang konsumsi yang di antaranya ialah sabun mandi, pembersih pakaian, es krim, penyedap makanan, kecap, produk kecantikan, minuman yang berbasis teh dan jus buah. Tercapainya tujuan dalam mengembangkan persepsi perusahaan terhadap masyarakat tentu akan bergantung pada bagaimana cara perusahaan tersebut meningkatkan kinerja keuangan perusahaannya. Kinerja keuangan bisa diperhatikan dari banyak aspek, di antaranya merupakan laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan merupakan aspek terpenting yang bisa diperhatikan oleh penanam modal dalam berinvestasi. Sebab, aspek keuangan memperlihatkan bagaimana cara kinerja perusahaan dalam mendapatkan keuntungan perusahaan dan mempertahankan usahanya pada tahun yang akan datang serta memakmurkan para investor.

Kinerja keuangan perusahaan pada barang-barang konsumsi, perusahaan Unilever Indonesia dalam dua tahun terakhir ini mengalami kerugian, baik pada tahun 2020 maupun di tahun 2021. Per Kuartal III-2021, UNVR membukukan pendapatan bersih turun sebesar Rp. 30,03 triliun atau sebesar 7,49 persen (yoy), dan EBITDA Unilever Indonesia juga mengalami penurunan sebesar Rp. 6,61 triliun atau turun 16,14 persen (yoy). (<https://money.kompas.com/read>). Sebelumnya, Unilever Indonesia memberitahukan kinerja keuangan pada tahun 2022, Dalam perubahan ekonomi yang terus berkembang, perusahaan telah mencatatkan pendapatan setelah pajak sebesar Rp 41,3 triliun, meningkat sebesar 4,20 persen dibandingkan pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp 29,6 triliun.

Namun, harga pokok penjualan juga ikut meningkat sebesar Rp 22,16 triliun dari tahun 2021 yaitu Rp 19,93 triliun. akibatnya, pendapatan kotor perusahaan turun tipis dari 2,67 persen menjadi Rp 19,05 triliun pada tahun 2022.

Sepanjang tahun lalu perusahaan membukukan beban penjualan dan pendapatan sebanyak 8,46 triliun, dan beban administrasi dan umum Rp 3,55 triliun, dan biaya keuangan lainnya Rp 972 juta. Dari laporan tersebut, didapatkan keuntungan perusahaan sebesar Rp 7,06 triliun atau turun sebanyak 7,96 persen yoy. Dalam kurun waktu yang sama, perusahaan membukukan pendapatan sebanyak Rp 10,22 miliar dan beban finansial Rp 85,22 miliar. Pendapatan setelah dikurangi pajak, perusahaan menetapkan keuntungan sebanyak Rp 5,35 triliun, turun 6,84 persen dari keuntungan pada tahun 2021 sebanyak Rp 5,75 triliun. Jika dilihat modal perusahaan sampai dengan akhir tahun 2022 perusahaan mencatatkan sebanyak Rp 18,31 triliun, turun dibandingkan dengan posisi akhir tahun 2021 sebanyak Rp 19,08 triliun. Meliputi aktiva tidak lancar sebanyak Rp 10,74 triliun dan aktiva lancar Rp 7,56 triliun. (Liputan6.com).

Dalam menganalisa laporan keuangan pada umumnya rasio yang di gunakan adalah rasio profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan rasio aktivitas. Namun, sejalan berkembangnya gagasan dari ahli, para ahli menciptakan gagasan dimana rasio keuangan itu mempunyai kekurangan. Pengukuran dengan penggunaan analisa rasio keuangan mempunyai kekurangan yaitu tidak dapat memperlihatkan biaya modal dalam perhitungannya yang mengakibatkan para investor sulit mengetahui apakah sebuah perusahaan sudah mendapatkan nilai atau tidak. Oleh sebab itu para ahli mengembangkan sebuah metode yang dijadikan alternatif lain dalam mengatasi kekurangan tersebut, yaitu metode *Economic Value Added* (EVA). Agar dapat memperbaiki adanya kekurangan terhadap analisa rasio keuangan, kemudian dikembangkan rasio keuangan alternatif lainnya yang dimana memperlihatkan semua aspek komponen keuntungan yang terhitung dalam beban modal yaitu rasio EVA

Market Value Added (MVA) merupakan sebuah metode alternatif lain yang di gunakan untuk memperlihatkan kinerja sebuah perusahaan selain EVA. MVA adalah metrik keuangan yang mengukur harga pasar saham dengan total modal sudah digunakan. Sama seperti EVA, MVA merupakan rasio untuk memperhitungkan kinerja keuangan perusahaan yang dimana juga mempunyai keuntungan di pasar modal dengan membandingkan nilai suatu perusahaan dengan menilai modal yang dimiliki oleh perusahaan, bentuk dari nilai sebuah perusahaan tersebut terhadap pasar merupakan nilai saham perusahaan. Peningkatan nilai MVA akan memperlihatkan peningkatan kekayaan para investor, disini manajer akan dikatakan berhasil dalam berupaya mensejahterahkan para investor. metode MVA dan EVA yang cenderung lebih baik digunakan oleh masyarakat untuk mengukur kinerja keuangan sebuah perusahaan, menjadikan kedua rasio ini sangat baik untuk digunakan. Untuk sekarang, saham Unilever Indonesia turun Rp 4.580 per lembar saham atau turun 6,92 persen, dan dibuka naik Rp. 4730 per lembar saham atau naik sebanyak 150 poin, dengan frekuensi penjualan sebanyak 22.966 kali dan volume penjualan sebanyak 809.859 saham. Yang menjadikan saham Unilever Indonesia berada di titik tertinggi Rp 4.730 dan titik terendah Rp 4.580 per lembar saham, dengan penjualan sebanyak Rp 374,2 miliar.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas penulis berkeinginan untuk membuat suatu penelitian yang berjudul: **“Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Menggunakan Metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.”**

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kinerja keuangan perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk. tahun 2019 sampai tahun 2022 dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA)?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Unilever Indonesia, Tbk. tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 *Economic Value Added* (EVA)

Economic Value Added pada awalnya dibuat Stern dan Stewart saat itu merupakan Analisa penilaian keuangan perusahaan oleh Stern Stewart dan Co. Menurut Ansori (2015), EVA adalah penilaian kinerja keuangan dengan menghitung beban modal, yang memperhitungkan pendapatan dengan mengurangi beban modal perusahaan. Menurut Hanafi (2004), EVA adalah pengukuran kinerja keuangan dengan menambahkan pendapatan dengan beban agar mendapatkan nilai tambah. Sedangkan, menurut Anggreni, dkk. (2017) EVA adalah sebuah instrument keuangan yang digunakan untuk melihat pendapatan yang jelas kinerja perusahaan. Stewart (1991:137) pada bukunya "*The Quest for Value*" mengatakan jika perusahaan dapat meningkatkan efektivitas kinerja pada perusahaan maka nilai EVA akan meningkat, hal tersebut terjadi jika manajemen tidak melakukan pencabutan modal dari kegiatan yang tidak ekonomi dan jika modal nilai tambah dapat digunakan.

Untuk mendapatkan keuntungan perusahaan, metode EVA dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan tersebut. Dengan begitu, kemampuan dalam mendapatkan keuntungan yang baik dan efisiensi biaya modal dari nilai tambah ekonomis tersebut akan dapat ikut terbentuk. menurut Dzulkirom dan Saifi (2014) metode EVA adalah membagikan ukuran yang sangat baik karena berdasarkan dari konsep beban modal yaitu mengurangi pendapatan dengan beban modal di mana beban modal tersebut menggambarkan tingkat risiko yang ditanggung oleh perusahaan dan tingkat pengembalian yang diinginkan para penanam modal atas sejumlah modal yang dilakukan diperusahaan. Aliyah (2018) mengatakan EVA bisa dipakai oleh organisasi maupun perusahaan dengan menyeluruh sehingga EVA bisa dijadikan sebagai metode evaluasi bagi manajer dalam mengatur suatu perusahaan. EVA juga menawarkan keuntungan sebagai rasio mengukur kinerja keuangan.

1.4.2 Market Value Added (MVA)

Market Value Added (MVA) merupakan rasio yang memperhitungkan kinerja keuangan perusahaan yang berfokus membandingkan nilai suatu bisnis perusahaan di pasar dengan modal yang digunakan perusahaan, hal ini merupakan dari nilai perusahaan di mata pasar yaitu nilai perusahaan. Brigham dan Houston (2006) mengatakan MVA merupakan perbedaan antara kapitalisasi pasar perusahaan dengan total modal yang sudah di berikan. Menurut Stewart (1991:153) dalam menggunakan nilai MVA semestinya sudah menjadi tanggung jawab penting dalam perusahaan, yang dimana berkaitan dengan kemakmuran investor.

Masalah ini dapat dijadikan MVA sebagai metode yang tepat untuk digunakan sebagai metode untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam menjalankan sebuah perusahaan. sependapat dengan yang dikatakan oleh Rahayu, dkk. (2011) yang mengatakan bahwa MVA adalah sebuah metode pengukur kinerja perusahaan yang tepat untuk menilai apakah sebuah bisnis dapat dikatakan berhasil dalam membangun kekayaan bagi para investor. Gulo dan Ermawati (2011) mengatakan pengembangan MVA adalah keberhasilan para investor dalam mengoptimalkan kekayaan pemilik modal dengan menyediakan sumber daya yang tepat.

Dalam menilai kinerja laporan keuangan perusahaan yang menggunakan metode MVA harus menggunakan perusahaan terbuka atau perusahaan yang sudah IPO karena penghitungan MVA memasukan nilai perusahaan yang dimana nilai perusahaan tersebut adalah harga saham yang sudah diperjualbelikan di pasar modal. Dengan demikian, penggunaan MVA untuk melihat nilai tambah perusahaan di masyarakat akan selaras dengan konsep MVA itu sendiri

1.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dibuat oleh Longdong dan Tawas (2021) yang berjudul Analisis Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA) Sebagai Metode Pengukur Kinerja Perusahaan terhadap PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Yang memperoleh hasil bahwa PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Pada tahun 2017 sampai 2020 mendapatkan nilai MVA dan EVA yaitu positif, dengan nilai ($MVA > 0$ dan $EVA > 0$). Dengan begitu MVA dan EVA yang baik bisa memberitahukan bahwa keuangan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Memiliki kinerja yang sangat positif. Hal ini memperlihatkan bahwa PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. sudah berhasil dalam meningkatkan modal perusahaan dan mendapatkan nilai tambah perusahaan yang dapat diinvestasikan para investor

Berdasarkan penelitian di buat Susanti, dkk (2020) yang berjudul Analisis *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) *Devisa Go Public* pada tahun 2014 sampai 2018. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa bank dan menunjukan hasil nilai EVA dan MVA mendapatkan nilai negatif. Dan memperlihatkan Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) *Devisa* tidak cukup baik. Dalam penelitian tersebut Bank Central Asia, Tbk mendapatkan hasil terbaik di antara perusahaan yang ada dalam penelitian. Perbedaan kinerja keuangan dengan

menggunakan perbandingan rata rata satu arah (ANOVA) diketahui bahwa adanya perbedaan penting terhadap Bank Umum Swasta Nasional(BUSN) Devisa.

Berdasarkan penelitian yang dibuat Marginingsih (2022) yang berjudul Analisa Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Analisa EVA dan MVA Pada PT. Electronic City Indonesia, Tbk. Yang di lakukan pada tahun 2018,2019 dan tahun 2020 penelitian tersebut menggunakan metode EVA dan mendapatkan hasil positif yang di mana ($EVA > 0$), dari hasil penelitian tersebut dapat di artikan bahwa PT. Electronic City Indonesia Tbk. Selama 3 tahun penelitian mendapatkan nilai tambah ekonomis, Sedangkan pada perhitungan yang menggunakan analisa MVA pada tahun 2018 mendapatkan hasil negatif yang di mana ($MVA < 0$) dan pada 2019 sampai 2020, walaupun nilai MVA yang didapatkan perusahaan mengalami penurunan sebanyak 32,01% dengan nilai ($MVA > 0$) hasil tersebut masih memperlihatkan nilai yang sangat baik. Perusahaan harus melakukan beberapa inovasi dan strategi dalam menjaga kualitas usaha agar dapat mempertahankan nilai MVA pada perusahaan bernilai positif. Hal ini juga dapat meningkatkan nilai dari perusahaan agar kesejahteraan para investor bisa dimaksimalkan.