

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis penilaian yang dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis makro ekonomi dapat disimpulkan bahwa kondisi perekonomian Indonesia akan mengalami goncangan pada tahun 2009 dan 2010 akibat krisis ekonomi global. Hal ini terlihat dari prediksi yang dilakukan oleh Bank Indonesia yang memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya akan tumbuh sebesar 4,8%. Kemudian tingkat inflasi akan menurun sampai pada tingkat 6,8% dan nilai tukar Rupiah meningkat menjadi di atas Rp. 10.000/ US\$. Bagi perusahaan hal ini akan memberikan tantangan khususnya dalam mempertahankan pertumbuhan penjualan akibat daya beli masyarakat yang turun dan profitabilitas perusahaan yang akan menurun. Seperti telah dijelaskan bahwa 35% produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan barang impor sehingga melemahnya nilai tukar Rupiah terhadap Dollar secara langsung akan mempengaruhi tingkat *margin* perusahaan. Namun berdasarkan analisis yang telah dilakukan MAP memiliki target pasar kelas menengah keatas yang jumlahnya terus meningkat di Indonesia dan relatif memiliki tingkat resistensi yang lebih rendah terhadap gejolak ekonomi seperti tingginya inflasi. Berdasarkan penilaian historis tahun 2005 dimana tingkat inflasi mencapai 17,1% penjualan dan keuntungan bersih perusahaan tetap tumbuh

mencapai 24,6% dan 15,8%. Dengan demikian untuk jangka waktu kedepan perusahaan diproyeksikan akan tetap tumbuh pada angka yang moderat seiring dengan upaya pemerintah untuk mengendalikan perekonomian.

2. Dari analisis industri dapat disimpulkan bahwa industri ritel merupakan salah satu industri penopang pertumbuhan ekonomi yang menggerakkan faktor konsumsi. Industri ritel modern juga masih memiliki peluang untuk terus tumbuh mengingat penetrasinya masih cukup rendah dibandingkan dengan pasar ritel tradisional. Dalam hal ini perusahaan memiliki keunggulan bersaing dalam hal diferensiasi produk. Keunggulan ini juga ditopang oleh strategi fokus perusahaan untuk melayani segmen menengah keatas. Berdasarkan analisis dalam kategori segmen kelas menengah keatas ini perusahaan tidak memiliki pesaing yang berarti, sehingga dimungkinkan perusahaan dapat memperluas pasar pada segmen ini dan akhirnya menghasilkan pertumbuhan yang baik bagi perusahaan.
3. Dari hasil perhitungan valuation dengan tiga metode yang berbeda yaitu metode *economic value added*, *dividend discount model* dan *earning based model/ Residual Income Model* diperoleh kesimpulan bahwa harga saham yang diperdagangkan pada harga yang lebih rendah dari nilai intrinsiknya. Dengan metode EVA diperoleh nilai intrinsik sebesar Rp. 2.924,23 per lembar sahamnya, sementara dengan metode DDM diperoleh Rp. 1.031,37 per lembar saham dan dengan metode *earning based model/ Residual Income Model* diperoleh Rp. 2.386,02 per lembar saham. Harga saham perusahaan sendiri per tanggal 28 Desember 2007 adalah sebesar Rp. 700 per lembar saham sehingga dapat disimpulkan bahwa harga saham perusahaan *undervalued*. Kondisi ini akan

menguntungkan bagi investor karena harga saham berpotensi untuk naik hingga mencapai nilai intrinsiknya.

4. Dari hasil analisis terhadap kinerja keuangan perusahaan, perusahaan memiliki nilai EVA yang positif pada tahun 2007. Beberapa kunci penggerak nilai EVA tersebut adalah peningkatan penjualan sebesar 16,6%, keberhasilan perusahaan mempertahankan margin kotor sebesar 38%, biaya modal yang lebih murah terutama biaya atas hutang dan investasi – investasi baru produktif yang memberikan tingkat pengembalian yang baik bagi perusahaan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka berikut adalah saran yang dapat diberikan oleh penulis:

Bagi investor disarankan untuk mempertimbangkan membeli saham perusahaan karena berdasarkan analisis harga sahamnya lebih murah dibandingkan nilai intrinsiknya. Secara fundamental perusahaan memiliki kinerja keuangan dan operasional yang cukup baik sehingga prospeknya dalam jangka panjang cukup menjanjikan.

Sehubungan dengan adanya perbedaan hasil antara ketiga model maka perlu dilakukan pengujian lebih lanjut dan waktu pengamatan yang lebih panjang untuk menentukan model valuasi mana yang lebih unggul (*Economic Value Added*, *Dividend Discount Model* atau *Earning Based Model/ Residual Income*).