

Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan *E-Commerce* PT. Kioson Komersial Indonesia, Tbk

Muhammad Afif Fauzan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

afifauzan10@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan *e-commerce* yaitu PT. Kioson Komersial Indonesia Tbk selama periode 2018-2019. Jenis penelitian adalah penilaian deskriptif kuantitatif yang menjelaskan terkait kinerja keuangan perusahaan berdasarkan laporan keuangan tahunan dari tahun 2018-2019. Teknik pengambilan data menggunakan metode dokumentasi dan survey literatur dengan menganalisis data historis keuangan perusahaan pada laporan keuangan tahunan perusahaan dan di dukung oleh beberapa data-data pendukung lainnya. Analisis data menggunakan 3 metode yaitu metode Analisis Rasio Keuangan, *Economic Value Added* (EVA), dan *Market Value Added* (MVA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kinerja keuangan perusahaan menurun ketika dianalisis dengan menggunakan metode analisis rasio keuangan, (2) kinerja keuangan perusahaan menurun ketika dianalisis dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA), (3) kinerja keuangan perusahaan menurun ketika dianalisis dengan menggunakan metode *Market Value Added* (MVA). Kesimpulan dari penelitian ini yaitu kinerja keuangan perusahaan PT. Kioson Komersial Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2019 jika dibandingkan pada tahun 2018.

Kata kunci: *e-commerce*, kinerja keuangan, analisis rasio keuangan, *economic value added* (EVA), *market value added* (MVA)

Financial Performance Analysis of E-Commerce Companies PT. Kioson Commercial Indonesia, Tbk

Muhammad Afif Fauzan

Faculty of Economics and Business Brawijaya University

afifauzan10@gmail.com

This study aims to determine the financial performance of an e-commerce company, PT. Kioson Komersial Indonesia Tbk, during the period of 2018-2019. This research is quantitative descriptive valuation that explains the company's financial performance based on annual financial statements in 2018-2019. Data collection techniques using the method of documentation and literature survey by analyzing historical financial data of the company based on the company's annual financial statements and supported by several other supporting data. The data analysis is using 3 methods; Financial Ratio Analysis, Economic Value Added (EVA), and Market Value Added (MVA). The results of this study indicate that (1) the company's financial performance decreases when analyzed using the financial ratio analysis method, (2) the company's financial performance decreases when analyzed using the Economic Value Added (EVA) method, (3) the company's financial performance decreases when analyzed by using the Market Value Added (MVA) method. The conclusion of this research is PT. Kioson Komersial Indonesia was having a financial performance decline in 2019 compared to 2018.

Keywords: e-commerce, financial performance, financial ratio analysis, economic value added (EVA), market value added (MVA)

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi pada abad 21 berjalan dengan sangat pesat, perkembangan ini menuntut perusahaan di dunia untuk dapat beradaptasi pada kondisi baru yang sangat dinamis. Kecepatan aliran informasi mengakibatkan ketidakpastian yang dihadapi perusahaan menjadi lebih tinggi. Kondisi ini menjadi tantangan bagi perusahaan-perusahaan untuk dapat mengoptimalkan peran teknologi agar dapat mengikuti perubahan zaman dan tetap bertahan dalam suatu industri.

Perusahaan-perusahaan di dunia mengoptimalkan penggunaan teknologi sebagai basis usaha mereka, baik itu dalam perusahaan jasa maupun dagang. Penggunaan teknologi ini mampu meningkatkan efektivitas perusahaan dalam menjalankan usahanya, yang mengakibatkan luaran dari perusahaan semakin optimal. Pemanfaatan teknologi ini juga tidak hanya dilalukan dalam suatu proses usaha, namun juga dijadikan sebagai produk atau barang jadi yang akan ditawarkan pada konsumen.

Memerhatikan perkembangan teknologi yang terus berjalan, maka produk-produk yang berbasis teknologi ini menjadi salah satu kebutuhan masyarakat, sehingga eksistensi perusahaan-perusahaan teknologi pun semakin tinggi. Bahkan, mengutip dari situs Forbes.com, pada tahun 2019 dari data Forbes 100 tidak lagi memunculkan perusahaan - perusahaan minyak pada posisi teratas lagi, namun perusahaan yang menggunakan teknologi yang mengesernya, hal ini menunjukkan

bahwa perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan basis teknologi menunjukkan *tren* yang positif dan dapat bersaing.

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam perusahaan yang mengoptimalkan penggunaan teknologi sebagai penggerak usaha mereka, baik dalam bidang manufaktur, perdagangan, maupun dalam bidang jasa. Penggunaan teknologi di dalam perusahaan didukung dengan pengoptimalan penggunaan internet pada awal tahun 2000-an. Salah satu perusahaan yang menjalankan perusahaannya dengan basis teknologi adalah perusahaan *e-commerce*. Perusahaan *e-commerce* sendiri dapat diartikan sebagai sebuah aktifitas bisnis yang dilakukan melalui internet.

Terdapat salah satu perusahaan *e-commerce* Indonesia yang berfokus pada perkembangan UMKM, yaitu PT. Kioson Komersial Indonesia. PT. Kioson sendiri merupakan perusahaan yang memberikan layanan yang memungkinkan masyarakat dengan koneksi internet terbatas untuk bisa berbelanja *online* lewat pedagang UMKM di sekitar mereka (Kioson.com). Perusahaan ini berdiri pada bulan Agustus 2015 dan melalukan *Initial Public Offering* (IPO) pada bulan Oktober 2017, atau merupakan perusahaan *e-commerce* pertama yang melakukan IPO. Kioson merupakan sebuah perusahaan teknologi yang menyediakan perangkat lunak dan perangkat keras platform untuk membantu Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia melalui sistem kemitraan yang disebut Kioson Cash Point, dimana dalam melakukan kegiatan

perekrutan mitra bisnis dan/atau pengumpulan hasil transaksi dari mitra bisnis, Perusahaan bekerjasama dengan pihak ketiga, yang disebut Kioson Corporate Correspondence. Sampai saat ini PT. Kioson Komersial Indonesia sudah memiliki kurang lebih 70.000 *outlet* di seluruh Indonesia. PT. Kioson sendiri memiliki misi untuk menjadikan 2.000.000 warung/UMKM di Indonesia menjadi “*Go Online*” pada akhir tahun 2020.

Sebagai perusahaan yang kepemilikannya sudah dipasarkan secara bebas, kinerja perusahaan tersebut harus diperhatikan. Menurut Helfert (2001) terdapat tiga pihak yang harus memerhatikan kinerja perusahaan, yaitu : pihak manajemen, pihak pemilik perusahaan, dan pihak investor. Kinerja perusahaan adalah merupakan gambaran keadaan secara utuh atas suatu perusahaan selama periode waktu tertentu, dan merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam manfaat sumber daya-sumber daya yang dimiliki. Kinerja keuangan menjadi salah satu variable penting yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen, pemilik, dan investor, karena kinerja perusahaan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Helfert, 2001).

Kinerja keuangan perusahaan dipengaruhi oleh factor internal dan eksternal, menurut Sujoko Soebiantoro (2007), faktor internal terdiri dari profitabilitas, pembayaran deviden, ukuran perusahaan dan pangsa pasar relatif. Sedangkan faktor eksternal meliputi tingkat inflasi, tingkat suku bunga, keadaan pasar modal, dan pertumbuhan pasar. Pada awal tahun 2020 dunia

mengalami pandemi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19). Pandemi ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah COVID-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubeu, Tiongkok pada bulan Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemic oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020. Wabah ini mulai masuk ke Indonesia pada tanggal 14 Februari 2020 dan sampai sekarang wabah tersebut menyebar ke seluruh Indonesia.

Kondisi wabah ini membuat kegiatan sehari-hari masyarakat berubah karena diadakan beberapa protokol-protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah dan harus dijalankan oleh masyarakat. Pemerintah Republik Indonesia menjalankan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang pembatasan social bersekala besar dalam rangka percepatan penanganan *coronavirus disease 2019* (COVID-19) dan dilanjutkan oleh Permenkes 9 Tahun 2020 tentang pedoman pembatasan social bersekala besar dalam rangka percepatan penanganan *coronavirus disease 2019* (COVID-19). Dalam Permenkes 9 Tahun 2020 tertera pedoman dalam pelaksanaan PSBB, terdapat beberapa hal yang diatur didalam peraturan tersebut, seperti: peliburan sekolah, peliburan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan social dan budaya, pembatasan moda transportasi, dan pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan.

Keadaan ini tentu berpengaruh pada perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia, kegiatan operasional bisnis dan kegiatan jual beli terpengaruh karena keadaan ini. Mayoritas karyawan harus diliburkan dan daya beli masyarakat menurun karena kebanyakan aktivitas masyarakat dilakukan dari rumah, hal ini tentunya berpengaruh pada tingkat inflasi di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tingkat inflasi bulan Maret 2020 sebesar 0.10% dan bulan April sebesar 0.08%, nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai inflasi bulan April tahun lalu sebesar 0.44% dan nilai inflasi secara tahunan sebesar 2.67%. Hal ini dianggap tidak wajar karena biasanya mendekati bulan Ramadhan, terjadi kenaikan inflasi dan daya beli masyarakat tinggi, namun tahun ini inflasi terjadi sangat kecil dan daya beli masyarakat menurun.

Menurut Moeljadi (2007) Kinerja Keuangan adalah penentuan efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawan secara periodik berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan. Terdapat beberapa metode untuk menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan. Moeljadi pada tahun 2006 mengemukakan bahwa terdapat beberapa metode analisis laporan keuangan yang dapat digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan, antara lain analisis rasio keuangan, *Market Value Added* (MVA), dan *Economic Value Added* (EVA). Teknik analisis ini dilakukan untuk dapat melihat kinerja keuangan perusahaan secara komprehensif, dari segi rasio keuangan sampai dengan pertambahan nilai dari perusahaan tersebut.

Menurut Kasmir (2012:104) Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antarkomponen yang ada di antara laporan keuangan. Menurut Keown (2011) rasio keuangann membantu mengidentifikasi beberapa kelemahan dan kekuatan keuangan perusahaan. Rasio tersebut memberikan dua cara bagaimana membuat perbandingan dan data keuangan perusahaan yang berarti: (1) rasio antar waktu dapat diteliti arah pergerakannya (misal untuk 5 tahun terakhir); (2) rasio perusahaan dapat dibandingkan dengan rasio perusahaan lainnya.

Konsep EVA dikembangkan oleh Stewart & Stern & Co pada tahun 1993. Menurut Irma (2009) dalam Uma (2018) Economic Value Added merupakan tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai dari modal yang investor dan pemegang saham telah tanamkan dalam operasi usaha. Sedangkan menurut Husnan & Pudijastuti (2012), EVA menunjukkan ukuran yang baik sejauh mana perusahaan telah menambah nilai terhadap para pemilik perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2010), Economic Value Added (EVA) adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan perusahaan sebagai akibat dari aktivitas atau strategi manajemen.

Konsep MVA juga dikembangkan oleh Stewart & Stern pada tahun 1993. Menurut Kamaludin (2011), Market Value Added adalah pengurangan antara nilai pasar ekuitas dengan modal ekuitas yang

dinvestasikan. Menurut Husnan & Pudjiastuti (2012), Market Value Added merupakan untuk melihat kemakmuran pemegang saham yang dapat dimaksimalkan perbedaan antara nilai pasar ekuitas dengan ekuitas (modal sendiri) yang diserahkan ke perusahaan oleh para pemegang saham (pemilik perusahaan). Sedangkan menurut Brigham & Houston (2010), Market Value Added adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca, nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar.

EVA dan MVA memiliki hubungan yang tidak langsung. Pada perusahaan yang memiliki sejarah EVA yang bagus, maka secara tidak langsung juga memiliki MVA yang bagus juga. Menurut Winarto (2005) MVA menjelaskan seberapa besar kekayaan yang dapat diciptakan atau dihilangkan saat ini, dan EVA menggambarkan efisiensi dalam suatu periode tertentu. Dari kedua pertambahan nilai EVA dan MVA ini, dapat diperlihatkan valuasi perusahaan public. Keduanya menjelaskan seberapa besar kekayaan yang data diciptakan ataupun dihilangkan oleh perusahaan selama melakukan kegiatan operasionalnya. Penelitian O'Byrne dan Stewart menyatakan bahwa MVA dependen terhadap EVA. Hal ini menunjukkan bahwa harga pasar saham mencerminkan seluruh informasi yang tersedia di pasar modal, atau MVA merupakan pencerminan dari EVA, atau harga pasar saham di pasar modal mencerminkan kinerja perusahaan tersebut. Kedua metode penilaian kinerja berdasarkan nilai tambah ini dapat dijadikan acuan atau

dasar yang lebih baik bagi pemilik modal untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Hasil penilaian dengan kedua metode ini dapat digunakan oleh para pemilik modal sebagai dasar bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi agar mendapat tingkat pengembalian yang sesuai dengan resiko yang diambil.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Keuangan

Kinerja perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Menurut Mulyadi (2007) menguraikan pengertian kinerja keuangan ialah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya, sedangkan menurut Fahmi (2013) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan diatas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap review data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu.

Pengukuran kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilakukan

dengan berbagai macam metode analisis. Menurut Moeljadi (2006) metode analisis laporan keuangan yang dapat digunakan antara lain analisis rasio keuangan, analisis nilai tambah pasar (Market Value Add/MVA), dan analisis nilai tambah ekonomis (Economic Value Added/EVA).

Analisis Rasio Keuangan

Menurut James C. Van Horne dan John M. Wachowicz (2013) Rasio keuangan adalah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan didapat dengan membagi suatu angka dengan angka lainnya. Menurut Kasmir (2012) Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antarkomponen yang ada di antara laporan keuangan. Rasio keuangan berguna untuk melakukan analisa terhadap kondisi keuangan dan menilai kinerja manajemen dalam suatu perusahaan. Laporan keuangan melakukan aktivitas yang sudah dilakukan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Aktivitas yang sudah dilakukan dituangkan dalam angka-angka. Angka-angka ini akan menjadi lebih apabila kita dapat bandingkan antara satu komponen dengan komponen yang lainnya. Setelah melakukan perbandingan, dapat disimpulkan posisi keuangan suatu perusahaan periode tertentu.

Menurut Helfert (2001) untuk memberikan kemudahan dalam melakukan analisis rasio keuangan, Analisa ini dilakukan di dalam 3

sudut pandang utama dari analisis kinerja keuangan, yaitu :

1. Sudut Pandang Manajemen
2. Sudut Pandang Investor (pemilik), dan
3. Sudut Pandang Pemberi Pinjaman

Analisa dari sudut pandang manajemen melibatkan semua struktur manajerial dalam sebuah perusahaan, utamanya dalam manajemen puncak. Analisa dari sudut pandang manajemen menilai kinerja keuangan perusahaan dari segi internal perusahaan, yaitu seberapa baik kinerja manajerial dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Menurut Helfert (2001:368) pandangan kedua dari tiga sudut pandang yang relevan dalam menganalisis kinerja yaitu para investor atau pemilik bisnis. Pihak ini adalah pihak dimana manajemen harus bertanggung jawab kepadanya. Pihak manajemen harus sepenuhnya sadar dan responsif terhadap sudut pandang pemilik dan harapan mereka dalam waktu, Ketika orientasi utama manajemen dan pemilik adalah ke arah bisnis sebagai suatu kegiatan operasional yang berkelanjutan, pemberi pinjaman memiliki dua pertimbangan. Pemberi pinjaman tertarik untuk mendanai kebutuhan bisnis yang sukses yang akan berjalan sesuai harapan. Pada saat yang sama, mereka harus mempertimbangkan kemungkinan konsekuensi negatif dari kegiatan operasional perusahaan. Pemberi pinjaman harus dengan hati-hati menilai risiko yang terlibat dalam memulihkan dana asli yang diperpanjang, terutama jika dana itu telah disediakan untuk jangka waktu yang lama. Bagian dari penilaian ini harus menjadi nilai akhir dari klaim pemberi pinjaman jika terjadi kesulitan dalam kegiatan operasional perusahaan.

Economic Value Added (EVA)

Metode Economic Value Added (EVA) merupakan suatu metode pengukuran kinerja perusahaan dengan menghitung laba ekonomis yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Dengan menghitung nilai EVA, diharapkan perusahaan dapat melihat suatu gambaran mengenai peningkatan atau penurunan nilai laba ekonomis yang sebenarnya tercipta dari kinerja perusahaan, sehingga dari sudut pandang investor, apakah investor akan tertarik untuk menanamkan investasinya di suatu perusahaan.

Metode Ini pertama kali dikembangkan oleh Stewart & Stern & Co pada tahun 1993. Menurut Mardiyanto (2009:299), Model Nilai tambah ekonomis menawarkan parameter yang cukup objektif karena berangkat dari konsep biaya modal yakni mengurangi laba dengan biaya modal, dimana beban biaya modal ini mencerminkan tingkat resiko perusahaan. Economic Value Added merupakan tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai dari modal yang investor dan pemegang saham telah tanamkan dalam operasi usaha. Irma (2009). Sedangkan menurut Husnan & Pudijastuti (2012), EVA menunjukkan ukuran yang baik sejauh mana perusahaan telah menambah nilai terhadap para pemilik perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2010:51), Economic Value Added (EVA) adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan perusahaan sebagai akibat dari aktivitas atau strategi manajemen.

Menurut Rudianto (2013) cara untuk mengukur Economic Value

Added adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{Capital Charge}$$

Keterangan:

- $\text{NOPAT} = \text{Net operating profit after taxes}$
- $\text{Capital Charges} = \text{Invested} \times \text{Cost Of Capital}$

Dari Perhitungan melalui rumus tersebut, maka akan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai $\text{EVA} > 0$. Hal ini menunjukkan terjadi nilai tambah ekonomis. Pada posisi ini berarti manajemen perusahaan telah berhasil menciptakan nilai tambah ekonomis bagi perusahaan. Perusahaan juga mampu menghasilkan tingkat pengembalian laba operasi melebihi biaya modal sehingga mengalami peningkatan nilai EVA yang positive.
2. Nilai $\text{EVA} = 0$. Hal ini menunjukkan posisi titik impas karena laba telah digunakan untuk membayar kewajiban kepada pemilik dana baik kreditur maupun pemegang saham perusahaan. Perusahaan pula tidak mengalami kemunduruan maupun kemajuan secara ekonomi.
3. Nilai $\text{EVA} < 0$. Hal ini menunjukkan tidak terjadi nilai ekonomis bagi perusahaan, karena perusahaan tidak mampu menghasilkan tingkat

pengembalian operasi laba melebihi biaya modal sehingga mengalami penurunan nilai EVA negatif.

Market Value Added (MVA)

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Selain itu, tujuan ini juga menjamin sumber daya perusahaan yang dialokasikan secara efisien dan memberi manfaat ekonomi. Kemakmuran pemegang saham dimaksimalkan dengan memaksimalkan kenaikan nilai pasar dari modal perusahaan melebihi modal yang disetor pemegang saham. Kekayaan pemegang saham akan dimaksimalkan dengan meminimalkan perbedaan antara nilai pasar dari saham perusahaan dan jumlah modal ekuitas yang telah diberikan oleh pemegang saham. Market Value Added digunakan untuk mengukur kinerja pasar suatu perusahaan. Metode ini dapat menggambarkan seberapa besar kemampuan perusahaan atas modal yang dimiliki investor karena melibatkan harga saham sebagai komponen utamanya.

Menurut Kamaludin (2011), Market Value Added adalah pengurangan antara nilai pasar ekuitas dengan modal ekuitas yang diinvestasikan. Menurut Husnan & Pudjiastuti (2012), Market Value Added merupakan metode yang digunakan untuk melihat kemakmuran pemegang saham yang dapat dimaksimumkan dari perbedaan antara nilai pasar ekuitas dengan ekuitas (modal sendiri) yang diserahkan ke perusahaan oleh para pemegang saham (pemilik perusahaan). Sedangkan menurut Brigham & Houston (2010), Market

Value Added adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca, nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar.

Adapun Rumus untuk mencari Market Value Added (MVA) menurut Brigham & Houston (2010) adalah sebagai berikut :

$$\text{MVA} = \text{Nilai pasar dari saham} - \text{Ekuitas modal yang diberikan oleh}$$

$$\text{MVA} = (\text{Saham beredar})(\text{Harga Saham}) - \text{Total ekuitas saham biasa}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut maka akan diperoleh kesimpulan yang dikemukakan oleh Abu Bakar (2010) adalah sebagai berikut :

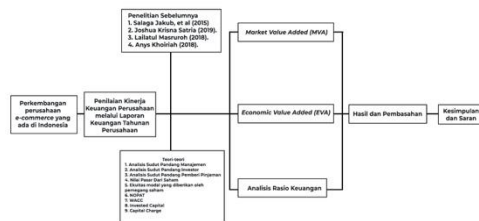
1. $\text{MVA} > 0$. Hal ini menunjukkan manajemen telah berhasil memberikan nilai tambah melalui pertumbuhan nilai kapitalisasi pasar atas saham yang diterbitkan atau perusahaan mampu menjual saham di pasar dengan harga premium.
2. $\text{MVA} = 0$. Hal ini menunjukkan manajemen tidak berhasil memberikan nilai tambah maupun pengurangan melalui pertumbuhan nilai kapitalisasi pasar atas saham karena harga saham di pasar sama dengan nilai buku.
3. $\text{MVA} < 0$. Hal ini menunjukkan manajemen gagal memberikan nilai

tambah karena tidak mampu untuk menambah pertumbuhan nilai kapitalisasi pasar atas saham yang diterbitkan atau perusahaan mampu menjual saham di pasar dengan harga premium.

Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian



III. METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan *e-commerce* yaitu PT. Kioson Komersial Indonesia Tbk selama periode 2018-2019. Lokasi penelitian yaitu Kota Malang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga Juni 2020 melalui analisis laporan keuangan tahunan perusahaan yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Jenis penelitian adalah penilinan deskriptif kuantitatif yang menjelaskan terkait kinerja keuangan perusahaan berdasarkan laporan keuangan tahunan dari tahun 2018-2019. Teknik pengambilan data menggunakan metode dokumentasi dan survey literatur dengan menganalisis data historis keuangan perusahaan pada laporan

keuangan tahunan perusahaan dan didukung oleh beberapa data-data pendukung lainnya. Analisis data menggunakan 3 metode yaitu metode Analisis Rasio Keuangan, *Economic Value Added* (EVA), dan *Market Value Added* (MVA).

Dalam melakukan penelitian, terlebih dahulu menentukan populasi yang akan diteliti Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *e-commerce* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel karena terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam penelitian ini.

Kriteria sample yang diambil dalam penelitian ini yaitu: Perusahaan *e-commerce* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode penelitian tahun 2018-2019 dan Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan selama berturut-turut dalam periode penelitian tahun 2018-2019 di website idx.co.id.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode dokumentasi dan survey literatur. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang berasal dari surat-surat, catatan harian, kenang-kenangan, laporan dan sebagainya. Data yang dimaksud dari penelitian ini adalah data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan PT. Kioson Komersial Indonesia, Tbk tahun 2018-2019 serta data pendukung yang menunjukkan kondisi kinerja keuangan PT. Kioson Komersial Indonesia selama masa pandemic COVID-19 yang diperoleh dari Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan dari *website* Bursa Efek Indonesia. Sedangkan survey literatur menurut Uma Sekaran (2006) adalah dokumentasi dari tinjauan menyeluruh terhadap karya publikasi dan

nonpublikasi dari sumber sekunder. Survey literatur dilakukan dengan membaca teori, buku-buku, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu tentang kinerja keuangan perusahaan, analisis rasio keuangan, *Economic Value Added* (EVA), dan *Market Value Added* (MVA) untuk memperkuat dasar teori penelitian.

IV. HASIL PENELITIAN

Analisis Rasio Keuangan

Dari hasil penilaian kinerja keuangan, PT Kioson memiliki tren yang negative atau kinerja perusahaan menurun dari tahun 2018 sampai tahun 2019 dilihat dari 3 metode yang digunakan. Dilihat dari metode Analisis Rasio Keuangan, perusahaan secara umum memiliki penurunan rasio dari tahun 2018 ke tahun 2019. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2019, perusahaan mengalami kerugian, atau laba yang dihasilkan bernilai negative, karena biaya produksi dan beban usaha perusahaan meningkat dari tahun sebelumnya. Kemudian jumlah hutang lancar dan hutang jangka panjang perusahaan yang meningkat juga mengakibatkan rasio keuangan dari perusahaan ini menurun. Kemudian pada tahun 2019, jumlah modal atau ekuitas perusahaan juga menurun, meskipun jumlah asset perusahaan pada tahun 2019 meningkat, namun secara umum rasio keuangan yang dimiliki perusahaan pada tahun 2018-2019 memiliki tren yang negative, terlebih perusahaan tidak membagikan deviden pada 2 tahun tersebut.

***Economic Value Added* (EVA)**

Kemudian metode kedua yang digunakan dalam penilaian kinerja keuangan PT Kioson Komersial Indonesia Tbk adalah *Economic*

Value Added (EVA). Dari perhitungan dengan metode ini, dilihat perusahaan memiliki tren yang negative dari tahun 2018 sampai tahun 2019, hal ini ditunjukkan oleh nilai EVA yang dimiliki perusahaan di kedua tahun tersebut kurang dari 0, bahkan menurun di tahun 2019. Ini menunjukkan perusahaan tidak mampu memberi nilai tambah ekonomis atau perusahaan tidak mampu menghasilkan tingkat pengembalian operasi laba melebihi biaya modal.

***Market Value Added* (MVA)**

Metode terakhir yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan PT. Kioson Komersial Indonesia adalah metode *Market Value Added* (MVA). Dari perhitungan menggunakan metode ini, dilihat perusahaan memiliki tren yang negative dari tahun 2018 sampai tahun 2019, hal ini ditunjukkan oleh nilai MVA yang menurun. Meskipun pada kedua tahun tersebut nilai MVA menunjukkan hasil lebih dari 0, namun pada tahun 2019 nilai MVA yang ditunjukkan lebih kecil dari tahun 2018, atau nilai MVA perusahaan tersebut menurun. Ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan nilai tambah melalui pertumbuhan nilai kapitalisasi pasar atas saham yang telah diterbitkan atau perusahaan mampu menjual saham di pasar saham dengan harga premium. Namun kemampuan perusahaan memberikan nilai tambah pasar menurun dari tahun 2018 ke tahun 2019.

Kinerja Keuangan Saat Masa Pandemi COVID-19

Lini utama bisnis Kioson adalah UMKM. Kioson menyediakan perangkat lunak dan perangkat keras kepada kurang lebih 70.000 UMKM yang ada di Indonesia untuk membantu UMKM menambah layanan dan transaksi yang dapat ditawarkan kepada masyarakat, dengan misi menjembatani satu juta UMKM *go-online* pada tahun 2020, Kioson terus mengembangkan dan melebarkan usahanya. Namun pada awal 2020, pandemi yang terjadi di Indonesia menyebabkan penurunan daya beli masyarakat dan pergeseran system bisnis di Indonesia, utamanya UMKM. Dengan kondisi seperti ini mayoritas UMKM yang terdapat di Indonesia mengalami penurunan pembelian karena ruang gerak masyarakat yang dibatasi, bahkan terdapat UMKM yang tidak memiliki pendapatan sama sekali. Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia pada 6.405 UMKM di seluruh Indonesia, 37% responden mengaku tidak ada penjualan sama sekali pada masa pandemic ini, 58% responden mengaku penjualannya menurun saat masa pandemic, dan hanya 5% dari responden yang mengaku penjualannya meningkat selama masa pandemic, meskipun survey ini tidak dilakukan kepada mitra kioson secara keseluruhan, namun kondisi ini dapat menjadi cerminan terhadap kondisi UMKM saat ini yang ada di Indonesia. Selain menurunnya pendapatan UMKM, pergeseran bisnis UMKM dengan menjadi mitra di beberapa *marketplace* yang berada di Indonesia juga memengaruhi kegiatan bisnis Kioson. Pergeseran bisnis ini dilakukan oleh UMKM agar mereka dapat tetap melanjutkan kegiatan bisnisnya, dengan bermitra dengan

beberapa *marketplace* yang ada di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dll. maka UMKM tetap dapat menjalankan bisnisnya secara *online*, transaksi jual beli pun terjadi secara *online*. Hal ini menjadi keunggulan perusahaan-perusahaan *marketplace* dibandingkan dengan perusahaan Kioson. Perusahaan Kioson sendiri hanya memberikan layanan kepada UMKM berupa perangkat lunak dan keras yang dapat digunakan UMKM untuk melakukan transaksi dengan masyarakat. Perangkat ini membuat UMKM memiliki berbagai jenis layanan baru yang sebelumnya tidak dimiliki usahanya, seperti pembelian pulsa, paket data, hingga pembayaran PLN, BPJS, PDAM, telpon rumah, internet, kartu kredit, hingga Google Voucher Game. Namun transaksi ini tetap dilakukan secara langsung. Karena adanya PSBB, maka kegiatan masyarakat yang dilakukan diluar rumah otomatis akan terminimalisir, sehingga kegiatan transaksi yang dilakukan secara langsung antara masyarakat dengan UMKM akan menurun, dengan terjadinya hal tersebut, penjualan Kioson pada kuartal pertama tahun 2020 menurun. Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, dilihat bawa terdapat perbedaan tingkat inflasi pada bulan April 2019 dibandingkan dengan bulan April 2020. Tingkat inflasi pada bulan April 2019 senilai 0.44 sementara pada bulan April 2020 hanya senilai 0.08. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan dan daya beli masyarakat sangat menurun pada bulan April 2020 jika dibandingkan bulan April 2019.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan *e-commerce* yaitu PT. Kioson Komersial Indonesia Tbk selama periode 2018-2019. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Analisis Rasio Keuangan, perusahaan secara umum memiliki penurunan rasio dari tahun 2018 ke tahun 2019. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2019, perusahaan mengalami kerugian, atau laba yang dihasilkan bernilai negative, karena biaya produksi dan beban usaha perusahaan meningkat dari tahun sebelumnya. Kemudian jumlah hutang lancar dan hutang jangka panjang perusahaan yang meningkat juga mengakibatkan rasio keuangan dari perusahaan ini menurun. Kemudian pada tahun 2019, jumlah modal atau ekuitas perusahaan juga menurun, meskipun jumlah asset perusahaan pada tahun 2019 meningkat, namun secara umum rasio keuangan yang dimiliki perusahaan pada tahun 2018-2019 memiliki tren yang negative, terlebih perusahaan tidak membagikan deviden pada 2 tahun tersebut.
2. Nilai EVA pada PT. Kioson Komersial Indonesia selama 2 tahun berturut-turut memiliki nilai yang negative, terutama pada tahun 2019 nilai EVA turun hampir 6 kali lipat dibandingkan

tahun 2018. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan ini tidak mampu memberi nilai tambah ekonomis atau perusahaan tidak mampu menghasilkan tingkat pengembalian operasi laba melebihi biaya modal.

3. Nilai MVA yang dimiliki PT. Kioson Komersial Indonesia selama 2 tahun berturut-turut mengalami penurunan namun memiliki nilai yang positif atau diatas 0. Namun pada tahun 2019 nilai MVA perusahaan menurun dibandingkan dengan tahun 2018. Hal ini mengindikasikan kemampuan perusahaan memberikan nilai tambah pasar menurun dari tahun 2018 ke tahun 2019.

Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini, peneliti masih menggunakan satu perusahaan *e-commerce* yang *go public* atau telah tercatat di bursa efek. Sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel yang terdapat pada bursa efek Indonesia. Selain itu PT. Kioson Komersial Indonesia yang baru saja *go public* pada tahun 2017, akan masih dalam tahap ekspansi, sehingga akan menyebabkan pengeluaran dana yang tidak sedikit, untuk melihat secara seksama kinerja dari PT. Kioson Komersial Indonesia, diperlukan periode penelitian yang lebih Panjang, sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah periode penelitian. Kemudian dalam kondisi tertentu seperti kondisi pandemic yang terjadi ini, kinerja keuangan harus diukur dengan data yang *reliable*, sehingga informasi yang dihasilkan dapat

dipertanggungjawabkan. Terakhir, dalam menentukan kinerja suatu perusahaan tentu tidak hanya melalui kinerja keuangan, tetapi dapat melalui kinerja manajemen melalui *balance scorecard*, atau kinerja tata kelola perusahaan atau *good corporate governance*. Sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variable penelitian untuk melihat lebih seksama kinerja yang telah dicapai oleh PT. Kioson Komersial Indonesia.

Bagi Manajemen PT. Kioson Komersial Indonesia, Tbk

Penurunan Kinerja keuangan yang dialami oleh PT. Kioson Komersial Indonesia disebabkan oleh kenaikan biaya produksi dan beban usaha perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan selama ini tidak efisien dan optimal, melalui *framework* yang telah diperkenalkan oleh Gunasekaran (2001) dan Gunasekaran (2004) diharapkan dapat digunakan oleh manajemen, untuk melihat efisiensi kinerja pada rantai pasokan yang dimiliki oleh PT. Kioson Komersial Indonesia. Selain itu perusahaan dapat menggunakan model matrix BCG untuk melihat kondisi perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan sejenis. Sehingga perusahaan dapat mengambil strategi terbaiknya sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini. Kemudian dalam masa pandemic COVID-19 ini, perusahaan dapat mengembangkan usahanya dengan melakukan mitra dengan UMKM-UMKM yang dinilai strategis saja, sehingga focus perusahaan dalam melakukan ekspansi bisnis lebih terperinci.

Adapun saran – saran yang diberikan kepada para akademisi seperti berikut.

DAFTAR PUSTAKA.

- 'Tentang Kioson'. 2019. (http://www.kioson.com/ruangi_nvestor/tentangkioson, diakses pada Februari 2020)
- Bakar, Abu. 2010. Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Baridwan, Zaky dan Ary Legowo. 2002. Asosiasi antara EVA (Economic Value Added), MVA (Market Value Added) dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Tema*, Vol III. September
- Brealey, dkk. 2007. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Diterjemahkan Oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Brigham dan Houston. 2010. *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F. & Houston, Joel F 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Essentials of Financial Management)*. Jakarta. Salemba Empat.
- Brigham, F. Eugene dan Joel F. Houston. 2013. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. 2019. 'Laporan Tahunan', (<https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan->

- [keuangan-dan-tahunan/](#) diakses pada 06 Juni 2020)
- Hanafi, Dr. Mahmud M, Prof. Dr. Abdul Halim. 2016. *Analisis Laporan Keuangan Edisi Kelima* Yogyakarta: UPP STIM YKN.
- Helfert, E. a. (2001). *Financial Analysis Tools and Techniques: A Guide for Managers*. In New York, McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1036/0071395415>
- Horne, James C. Van & John M. Wachowicz jr. 2012. *Prinsip-prinsip Manajemen*
- Jakub, S., Viera, B., & Eva, K. (2015). *Economic Value Added as a Measurement Tool of Financial Performance*. *Procedia Economics and Finance*, 26(15), 484–489. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00877-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00877-1)
- Kamaludin. 2011. *Manajemen Keuangan “Konsep Dasar dan Penerapannya”*. Bandung: Bandar Maju
- Kasmir, 2012, *Analisis Laporan Keuangan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Keown, J Arthur, dkk. 2011. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan, Edisi Kesepuluh, Jilid 1*. Diterjemahkan Oleh: Marcus P. Widodo. Jakarta: PT. Indeks.
- Keuangan. Edisi 13, buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Khoiriyah, A. (2018). *Analisis Kinerja Keuangan Dengan Metode Economic Value Added (EVA) Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 1–14.
- Mardiyanto, Handono (2009). *Intisari Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia (GRASINDO).
- Masruroh, L. (2019). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Menggunakan Metode Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Periode 2012-2017 (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI)*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(5), 374–386.
- McGrath, Maggie. 2019. 'The Just 100: Companies Doing Right By America'. *Forbes*. (<https://www.forbes.com/just-companies/list/#tab:rank> diakses pada 04 Maret 2020)
- Mirza, Teuku & Imbuh S., *Konsep Economic Value Added, Pendekatan untuk Menentukan Nilai Riil Perusahaan dan Kinerja Riil Manajemen*, Usahawan No. 01 Th XXVIII.
- Moeljadi. 2006. *Manajemen Keuangan 1: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rudianto. 2012. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Satria, J. K. (2019). *Analisis Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode Economic Value Added dan Market Value Added pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. 53(9), 287. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. (2012). Dasar – Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Keenam. Yogyakarta: UPP STIM YPKN*
- Subramanyam. K. R dan John J. Wild. 2014. Analisi Laporan Keuangan. Penerjemah Dewi Y. Jakarta: Salemba Empat.*
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Uma, F. B. . D. (2018). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN ANALISIS RASIO KEUANGAN PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015 (Vol. 1). Universitas Katolik Soegijapranata.*