
ANALISA LABA PER SAHAM DAN PERTUMBUHAN LABA PER SAHAM

Oleh

Pandu Adi Cakranegara**Jurusan Manajemen, Universitas Presiden****Jababeka Education Park, Jl. Ki Hajar Dewantara, RT.2/RW.4, Mekarmukti, Cikarang****Utara, Bekasi Regency, West Java 17530****Email: pandu.cakranegara@president.ac.id**

Article History:*Received: 01-09-2022**Revised: 11-09-2022**Accepted: 20-10-2022***Keywords:***Laba Persaham, Pertumbuhan,
Kerangka Nilai, Valuasi*

Abstract: *Nilai perusahaan berasal dari prospek masa depannya. Salah satu prospek masa depan perusahaan adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Laba perusahaan akan terlihat dari laba bersih per lembar saham. Sedangkan prospek masa depannya akan terlihat dari pertumbuhan laba per saham. Penelitian ini melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba per saham. Untuk mencari faktor-faktor yang secara umum mempengaruhi pertumbuhan laba per saham maka digunakan kerangka penilaian yang berasal dari atas ke bawah yaitu dari kondisi makro ekonomi, industri dan faktor yang secara spesifik mempengaruhi perusahaan. Penelitian ini menemukan bahwa dengan mengenali kondisi lingkungan perusahaan dan menghubungkannya dengan karakteristik perusahaan maka dapat dilihat prospek pertumbuhan laba per saham yang selanjutnya dapat diterjemahkan ke nilai perusahaan.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan laba per saham bergantung pada faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor terkait kinerja perusahaan dan faktor posisi perusahaan dalam siklus hidup perusahaan. Faktor eksternal terkait dengan struktur kompetisi tempat perusahaan berada, sifat industri dimana perusahaan berada dan kondisi makro ekonomi. Dengan melihat faktor ini maka dapat diketahui potensi pertumbuhan perusahaan. Pada akhirnya perusahaan dalam beroperasi dibatasi oleh berbagai hal seperti luas industri dan kondisi makroekonomi (Khan et al, 2014).

Salah satu contoh bagaimana kondisi makro ekonomi mempengaruhi pendapatan perusahaan adalah pada saat pandemi Covid 19. Perusahaan teknologi pada saat pandemi Covid 19 mengalami kenaikan laba per saham karena masyarakat beralih dari aktivitas di luar ruang menjadi ke dalam jaringan karena pengaruh pembatasan sosial. Meski ini

merupakan kabar baik bagi industri teknologi karena pangsa pasarnya meningkat namun di sisi lain daya beli konsumen menjadi lebih kecil karena pengaruh dari kondisi ekonomi yang menurun (Singh et al, 2022).

Salah satu contoh bagaimana kondisi industri mempengaruhi perusahaan adalah pada industri yang sedang turun atau sunset industries. Misalnya sebuah perusahaan penerbitan majalah yang inovatif yang baru memulai bisnis seperti majalah Monocle. Perusahaan ini mulai bisnis di industri yang tengah mengalami penurunan. Konsumen sudah mulai beralih dari kebiasaan membaca majalah fisik berbayar menjadi membaca berita dari internet yang gratis. Oleh karena itu potensi pertumbuhan dari perusahaan akan dibatasi oleh luas industrinya.

Salah satu contoh bagaimana kondisi struktur pasar mempengaruhi potensi pertumbuhan adalah pada industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman memiliki karakteristik sebagai industri yang memiliki pasar yang besar dan cepat berubah sesuai tren. Karakteristik ini akan menguntungkan bagi perusahaan yang bisa menaiki tren karena dapat berkembang dengan cepat. Namun demikian perusahaan yang inovatif dan efisien di industri makanan dan minuman tetap akan sulit untuk menguasai pangsa pasar yang besar. Penyebabnya adalah kondisi struktur pasar yang bersifat persaingan monopolistik sehingga ada begitu banyak pemain di pasar (Beach, 2022).

Salah satu contoh bagaimana performa perusahaan mempengaruhi pertumbuhan adalah ketika perusahaan berhasil menciptakan suatu dominasi di dalam suatu industri. Contohnya adalah bagaimana Blue Bird menjadi merek dominan dalam perusahaan taksi. Industri taksi berada di antara oligopoli dan monopolistik. Di satu sisi semua perusahaan taksi menggunakan mobil yang sama dan memiliki model bisnis yang sama. Blue Bird berhasil menanamkan diferensiasi dengan mengutamakan layanannya. Pelayanan Blue Bird yang prima dibangun dengan memberikan penalti kepada pengemudi yang tidak mematuhi standar layanan perusahaan. Dominasi ini diperkuat karena perusahaan taksi lain tidak menerapkan standar yang sama. Dengan ada banyaknya taksi nakal yang bermain agro maka konsumen akhirnya memiliki mindset untuk lebih baik menggunakan taksi Blue Bird.

Di atas adalah contoh-contoh bagaimana faktor internal dan faktor eksternal mempengaruhi perusahaan. Namun contoh-contoh di atas adalah contoh-contoh historis. Untuk melakukan penilaian terhadap perusahaan yang perlu dilihat adalah potensi pertumbuhan yang merupakan sebuah hal yang terjadi di masa depan. Oleh karena itu penelitian ini mencoba menentukan bagaimana menilai pertumbuhan perusahaan di masa depan.

LANDASAN TEORI

Investor menginginkan untuk mendapatkan imbal balik dari investasinya sebesar mungkin dan secepat mungkin. Laba bukanlah sesuatu yang didapat secara riil oleh investor. Investor mendapatkan imbal balik melalui dividen yang dibayarkan dengan kas. Namun terdapat sebuah *trade off* antara dividen yang diterima saat ini dengan prospek pertumbuhan laba di masa depan. Semakin banyak bagian laba yang dijadikan dividen

maka akan semakin sedikit bagian laba yang diinvestasikan ulang untuk menciptakan pertumbuhan di masa depan (Ohlson & Juettner-Nauroth, 2005).

Pilihan antara menerima kas saat ini dari dividen dengan laba di masa depan merupakan pilihan yang tidak mudah dan bergantung pada berbagai hal. Di satu sisi kas saat ini memberikan kepastian terhadap investor namun di sisi lain laba di masa depan yang lebih besar akan memberikan kas yang lebih besar. Pendekatan yang konservatif adalah ketika investor meminta sebagian kas untuk saat ini dalam jumlah yang tidak terlalu sedikit dan memberikan sebagian laba untuk pertumbuhan masa depan. Ketika berbicara berapa banyak bagian untuk saat ini dan berapa banyak bagian untuk masa depan maka hal ini adalah masalah optimalisasi. Laba di masa depan tidak hanya dipengaruhi oleh performa perusahaan saja tetapi juga kondisi makro ekonomi. Ketika suku bunga cenderung naik maka nilai riil laba di masa depan akan cenderung turun dan akan lebih baik investor menerima kas di saat ini. Namun ketika suku bunga cenderung turun atau stabil maka investor akan lebih baik jika berinvestasi untuk laba di masa depan (Hsu et al, 2022).

Ketika berbicara tentang laba masa depan ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu konsistensi dan kepastian. Konsistensi berbicara tentang kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Sementara itu kepastian berbicara tentang bagaimana investor dapat menggunakan indikator keuangan untuk menganalisa berapa imbalan yang diperkirakan dapat diperoleh. Perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang konsisten ketika ekonomi berada dalam kondisi stabil atau meningkat. Sayangnya ekonomi berada di dalam siklus dan pada suatu saat akan terjadi ketika jumlah kredit di pasar terlalu banyak yang akan menyebabkan ekonomi menjadi turun. Pada kondisi ini maka perusahaan yang memiliki karakteristik non defensif akan lebih sulit menjaga kestabilan pendapatannya. Karena itu dengan menggunakan analisis keuangan harapannya investor dapat memprediksi potensi laba di masa depan. Ketika potensi laba di masa depan lebih kecil dari saat ini maka investor akan memilih untuk merealisasikan sebagian keuntungannya saat ini. Sebaliknya ketika di masa depan diperkirakan terdapat potensi kenaikan laba maka potensi ini dapat dimaksimalkan dengan menginvestasikan lebih banyak kas pada saat ini (Lee, 2022).

Tidak ada yang bisa menebak masa depan. Bisa saja terjadi suatu kejadian luar biasa yang mempengaruhi laba perusahaan, salah satunya adalah pandemi yang menyebabkan berbagai perusahaan kehilangan pendapatan. Peristiwa seperti pandemi adalah peristiwa luar biasa. Peristiwa ini bersifat jarang terjadinya walau ketika terjadi memiliki dampak yang luar biasa. Oleh karena itu investor sejak awal perlu mengetahui karakteristik perusahaan sehingga dapat memperkirakan faktor yang mempengaruhi kinerja masa depan perusahaan (Moro-Visconti, 2022).

Selain faktor eksternal, faktor internal yang mempengaruhi laba perusahaan adalah fleksibilitas perusahaan. Ketika perusahaan memiliki cukup sumber daya maka perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan di masa depan yang terjadi akibat perubahan faktor eksternal. Atau dengan kata lain perusahaan memiliki berbagai opsi yang dapat dilakukan ketika terjadi perubahan-perubahan di masa depan. Misalnya adalah ketika kondisi ekonomi sedang menguntungkan perusahaan maka perusahaan dapat memanfaatkan

untuk berinvestasi di aset tetap. Dan ketika kondisi ekonomi tidak menguntungkan perusahaan maka perusahaan dapat menyesuaikan kapasitas produksinya atau jumlah persediaannya (Conteh, & Wong, 2022).

Pada akhirnya berbagai faktor yang mempengaruhi laba perusahaan perlu diperhatikan dan dilihat bagaimana faktor-faktor ini saling terkait. Dengan melihat keterkaitan faktor-faktor ini maka investor dapat menyesuaikan diri ketika salah satu faktor berubah

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian terapan deskriptif yang artinya penelitian ini berusaha menerapkan suatu kerangka terhadap fenomena yang ada. Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi literatur untuk menemukan kerangka yang dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba per saham. Langkah kedua adalah masing-masing dari kerangka tersebut dideskripsikan. Dengan melihat deskripsi dan karakteristik dari masing-masing kerangka maka selanjutnya dapat dilakukan langkah ketiga yaitu mengaitkan kerangka satu dengan lainnya. Langkah keempat adalah mengurutkan kerangka dari yang paling luas hingga yang paling spesifik yaitu yang terkait dengan faktor yang mendorong pertumbuhan laba per saham. Langkah terakhir adalah dilakukan analisa bagaimana kerangka tersebut dapat menjelaskan pertumbuhan laba per saham.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan maka penelitian ini mulai dari faktor eksternal dan kemudian ke faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari lingkungan makro ekonomi, struktur pasar, tata kelola perusahaan, tingkat retensi dan dividen. Selanjutnya faktor-faktor tersebut dianalisis dalam sebuah rangka top down.

Kebijakan Makro Ekonomi

Kebijakan makro ekonomi dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap suatu industri. Kebijakan fiskal misalnya seperti kenaikan cukai rokok akan sangat berpengaruh pada industri rokok. Perusahaan rokok mempunyai pilihan untuk menaikkan harga dan dengan demikian mentransfer beban cukai rokok pada konsumen atau tetap mempertahankan harga dan mengurangi margin keuntungan.

Kebijakan makro ekonomi lainnya adalah kebijakan moneter. Kebijakan moneter seperti suku bunga acuan akan mempengaruhi industri perbankan. Ketika pemerintah menetapkan suku bunga yang rendah maka bank akan cenderung untuk meningkatkan pinjamannya dan sebaliknya ketika pemerintah menerapkan suku bunga yang tinggi juga dapat berpengaruh pada tingkat suku bunga yang diberikan bank dan selanjutnya berpengaruh pada pendapatan bunga bersih.

Selain itu pemerintah juga dapat memaksa produsen terutama produsen komoditas untuk menjual produknya ke dalam negeri guna memenuhi kebutuhan dalam negeri. Di satu sisi pemerintah berusaha menciptakan kestabilan harga yang akan mempengaruhi

kestabilan ekonomi. Di sisi lainnya perusahaan yang diwajibkan untuk menjual produknya ke dalam negeri akan berkurang penjualan internasionalnya. Hal ini akan mengurangi potensi keuntungan perusahaan terutama ketika harga jual internasional sedang tinggi. Pada akhirnya potensi total laba bersih perusahaan akan menurunkan potensi pertumbuhan.

Struktur Pasar

Struktur pasar menentukan bagaimana perusahaan dapat bersaing. Salah satu indikator utama untuk menentukan struktur perusahaan adalah banyaknya produsen. Namun jumlah produsen tidak selalu terhubung dengan penguasaan pasar. Bisa jadi terdapat banyak produsen di pasar tetapi satu atau dua lebih produsen mendominasi pasar. Akhirnya persaingan yang terjadi cenderung mengarah ke struktur pasar oligopoli. Semakin struktur pasar mengarah ke arah monopoli atau oligopoli maka pihak produsen semakin memiliki kemampuan dalam menentukan harga. Sebaliknya ketika struktur pasar semakin mendekati pasar persaingan sempurna maka penentuan harga antara produsen dan konsumen akan semakin seimbang.

Pada struktur pasar oligopoli pihak produsen akan menguasai pangsa pasar. Pada struktur pasar ini biasanya terdapat beberapa pihak yang mendominasi pasar. Salah satu contohnya adalah pada industri rokok di mana dua perusahaan rokok yaitu Gudang Garam dan Hanjaya Mandala Sampoerna mendominasi pasar. Konsekuensinya kedua perusahaan ini yang bisa mengekstrak nilai dari pasar. Dominasi ini dalam jangka panjang akan membuat perusahaan memiliki modal bagi perusahaan untuk menciptakan hambatan masuk ke industri. Dengan demikian maka perusahaan akan menjaga dominasinya. Salah satu contoh hambatan industri yang diciptakan adalah jaringan distribusi. Hanjaya Mandala Sampoerna dan Gudang Garam membangun jalur distribusinya melalui kerja sama khusus dengan pedagang. Para pedagang akan mendapatkan perlakuan khusus seperti branding dan berbagai fasilitas dari perusahaan sementara sebagai gantinya pedagang diminta untuk mengutamakan produk perusahaan.

Contoh lain dari bagaimana perusahaan menciptakan hambatan untuk masuk adalah pada industri makanan dan minuman. Terlepas dari banyaknya perusahaan saat ini yang menjual mi instan tetapi Indofood masih memiliki dominasi yang kuat pada industri mi instan. Salah satu cara Indofood menciptakan hambatan untuk masuk adalah dengan memperkuat jaringan distribusinya dengan bekerja sama dengan warung penjual bubur kacang hijau. Indofood membangun citra dan berhasil merubah warung bubur kacang hijau menjadi Warung Makan Indomie atau disingkat Warmindo. Ini merupakan sebuah pergeseran paradigma yang berhasil dibangun Indofood. Setiap kali konsumen melihat nama Warmindo dan melihat warna korporat dari Indofood maka nama Indofood akan tertanam di benak konsumen.

Sebaliknya semakin pasar mendekati pasar persaingan sempurna maka semakin tidak ada perusahaan yang mendominasi pasar. Pada kondisi pasar semakin ini akan sulit bagi perusahaan untuk mengekstrak nilai dari pasar. Nilai dari perusahaan bergantung pada kondisi industri secara keseluruhan. Pada pasar monopolistik kekuatan perusahaan

bergantung pada diferensiasi yang bisa dilakukan perusahaan melalui iklan. Diferensiasi memberikan kekuatan karena akan membuat perusahaan menjadi berbeda. Diferensiasi membuat perusahaan dapat menyasar segmen tertentu, tetapi ketika segmen tersebut terlalu kecil maka perusahaan tidak dapat menciptakan cukup dominasi. Salah satu contohnya adalah pasta gigi yang memiliki diferensiasi mampu membersihkan kerak gigi yang disebabkan oleh rokok dan kopi. Idealnya para peminum kopi dan perokok akan menggunakan pasta gigi ini. Namun jumlah perokok dan peminum kopi di Indonesia terbatas. Satu hal yang lebih mengerutkan pangsa pasar dari produsen pasta gigi ini adalah harganya yang di atas harga pasta gigi biasa. Pada akhirnya para perokok dan peminum kopi yang sensitif harga tidak membeli produk ini. Meski demikian diferensiasi yang diciptakan tetap dapat menciptakan nilai bagi perusahaan. Salah satu contoh dimana diferensiasi dapat menciptakan nilai adalah pada industri air mineral. Bagi konsumen pada umumnya akan sulit membedakan air mineral satu dengan lainnya. Para ilmuwan dapat mengetes kandungan air dengan menggunakan cairan untuk menentukan tingkat keasaman tetapi tidak dengan hanya melihat atau merasa. Namun demikian perusahaan air mineral berhasil menciptakan diferensiasi di benak konsumen. Pada akhirnya air mineral yang sama beningnya dapat dijual dengan harga yang berbeda dan masing-masing memiliki pangsa pasar. Meski demikian pada pasar monopolistik tantangannya adalah untuk memperbesar pangsa pasar. Produk kompetitor memiliki diferensiasi dan usaha untuk menyaingi produk kompetitor dapat menciptakan dilusi diferensiasi produk perusahaan saat ini.

Tata Kelola Perusahaan

Ada dua faktor penting dalam melakukan penilaian perusahaan. Pertama adalah kualitas laba dan kedua adalah kualitas laporan keuangan. Kualitas laba terkait dengan kemampuan perusahaan untuk mencari laba. Sedangkan kualitas laporan keuangan berbicara tentang apakah laporan keuangan perusahaan dapat diandalkan. Laporan keuangan perusahaan dapat diandalkan ketika perusahaan melaporkan kegiatannya dengan bertanggung jawab. Ketika perusahaan memiliki tata kelola yang baik maka perusahaan akan melaporkan dengan bertanggung jawab pula.

Tata kelola perusahaan terkait dengan kualitas manajemen perusahaan. Ketika manajemen bisa melakukan tata kelola perusahaan yang baik maka setiap langkah dalam perusahaan dilakukan sesuai prinsip tata kelola yang baik. Prinsip tata kelola yang baik tidak menjamin penciptaan laba tetapi menjamin bahwa perusahaan dijalankan dengan baik. Dan ketika perusahaan dijalankan dengan baik maka ketika kondisi bisnis menguntungkan perusahaan maka laba perusahaan memiliki potensi untuk meningkat.

Tingkat Retensi dan Dividen

Secara umum rumus dari pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan menciptakan laba bersih yang diukur dengan rasio Return On Equity dikalikan dengan jumlah laba yang diinvestasikan ulang ke dalam internal perusahaan. Besaran laba yang diinvestasikan ulang atau yang disebut juga laba retensi bergantung pada seberapa banyak

laba yang dibagikan sebagai dividen. Semakin tinggi laba yang dibagikan sebagai dividen maka akan semakin sedikit laba yang dapat digunakan untuk berinvestasi ke internal perusahaan. Sebaliknya semakin tinggi laba yang diinvestasikan ulang ke perusahaan maka akan semakin kecil laba yang dibagikan sebagai dividen.

Dividen merupakan salah satu cara untuk mengapresiasi pemegang saham. Dengan adanya dividen maka investor dapat merealisasikan sebagian dari hasil investasinya. Investor terbagi tiga jenis. Tipe investor pertama adalah investor yang lebih menyukai kenaikan nilai investasi, tipe investor kedua adalah investor yang lebih menyukai dividen dan tipe investor ketiga adalah investor yang tidak memiliki preferensi tertentu antara kenaikan nilai investasi atau pemberian dividen.

Pada akhirnya perusahaan akan memiliki tipe investor tertentu. Investor yang mengharapkan dividen cenderung tidak berinvestasi pada perusahaan teknologi yang berada pada masa pertumbuhan dan belum membagi dividen. Begitu juga dengan investor yang mengharapkan kenaikan nilai tidak akan merasa puas kepada perusahaan yang harga sahamnya tetap atau memiliki sedikit kenaikan saja walaupun perusahaan tersebut membagikan dividen.

Oleh karena itu keputusan dividen merupakan salah satu keputusan keuangan yang penting bagi perusahaan. Ketika perusahaan memutuskan untuk mengurangi pembagian dividen maka ini dapat menjadi sinyal yang buruk bagi investor, terutama investor yang mengharapkan dividen. Tetapi di sisi lain berdasarkan ide dari teori Pecking Order, yaitu perusahaan memiliki sumber pendanaan yang berbeda bebannya. Sumber pendanaan yang paling ringan bebannya yaitu pertama adalah sumber pendanaan internal, kedua adalah sumber pendanaan eksternal berupa utang dan ketiga adalah sumber pendanaan dengan menjual sebagian ekuitas perusahaan. Jadi keputusan penggunaan dana dari laba bersih untuk diinvestasikan ulang ke dalam internal perusahaan merupakan keputusan yang harus dipikirkan secara matang oleh perusahaan. Ketika perusahaan tidak memberikan keputusan dividen sesuai dengan harapan investor maka investor akan melepas saham perusahaan dan berakibat pada turunnya nilai perusahaan di pasar.

Metode Top Down untuk Menentukan Potensi Pertumbuhan

Untuk melakukan valuasi perusahaan terdapat tiga metode. Metode pertama yaitu dengan menggunakan metode bottom up yang dimulai dari internal perusahaan, lalu beranjak ke lingkungan perusahaan dan kemudian ke lingkungan makro. Metode kedua adalah dengan menggunakan metode top down yaitu dengan melihat kondisi makro ekonomi, turun ke lingkungan perusahaan dan kemudian ke kondisi internal perusahaan. Metode ketiga adalah metode campuran yaitu dengan menggunakan melihat sebagian variabel dari internal perusahaan dan eksternal perusahaan.

Demikian pula dengan menganalisa pertumbuhan dapat digunakan metode top down. Metode top down merupakan metode yang cocok untuk menganalisa pertumbuhan karena pada akhirnya perusahaan yang sudah mapan maksimal akan tumbuh sebesar kondisi ekonomi suatu negara di tempat perusahaan tersebut berada. Dengan menggunakan analisis top down maka faktor utama yang mempengaruhi adalah lingkungan makro

ekonomi dan lingkungan ekonomi global. Tingkatan di bawahnya adalah lingkungan industri. Lingkungan industri ini terkait dengan struktur pasar industri tersebut dan lingkungan eksternal perusahaan. Tingkatan ketiga atau tingkatan yang paling dasar adalah bagaimana performa perusahaan secara langsung.

Selanjutnya setiap tingkatan diberikan probabilitas terjadinya. Semakin tinggi probabilitas terjadinya maka akan semakin mempengaruhi prospek pertumbuhan perusahaan. Namun tiap perusahaan memiliki korelasi yang berbeda dengan faktor-faktor tersebut di atas. Perusahaan komoditas seperti batu bara akan sangat dipengaruhi oleh harga dari komoditas secara global. Ongkos dari penambangan batu bara cenderung tetap. Ketika harga batu bara dunia naik maka margin perusahaan akan meningkat. Perusahaan batu bara tidak terlalu terpengaruh oleh faktor seperti kompetisi atau efisiensi dalam penggalan.

Ada perusahaan yang terpengaruh baik oleh faktor makro ekonomi dan faktor persaingan. Contohnya adalah pada industri makanan dan minuman. Indofood Consumer Brand Product yang memproduksi mi instan akan terpengaruh oleh harga gandum dunia. Peningkatan harga gandum dunia akan meningkatkan harga pokok penjualan perusahaan. Selanjutnya ini akan mengurangi laba kotor perusahaan. Namun selain terpengaruh oleh harga bahan baku industri mi instan juga terpengaruh oleh kompetisi internal industri. Ketika Wings Food mengambil pangsa pasar mi instan maka pangsa pasar Indomie juga tergerus. Dengan mengecilnya pangsa pasar maka mengecil juga potensi pertumbuhan di masa depan.

Pertumbuhan perusahaan dapat didorong terutama oleh faktor performa internal perusahaan. Salah satu contoh perusahaan yang memiliki karakteristik seperti ini adalah perusahaan teknologi seperti Goto. Goto saat ini telah mendominasi pasar ride hailing memiliki platform toko daring yang terintegrasi. Di Indonesia praktis tidak ada perusahaan yang memiliki bisnis yang serupa dengan Goto. Artinya tidak ada kompetitor yang serupa. Pada pandemi Covid 19 dimana terdapat banyak pembatasan sosial dan ketika perusahaan-perusahaan lain mengalami penurunan penjualan maka justru konsumen beralih ke layanan Goto. Meski demikian Goto belum menghasilkan laba positif. Hal ini berarti nilai perusahaan terutama didorong oleh faktor performa perusahaan dan bukan faktor eksternal.

Ada juga industri yang dipengaruhi baik kondisi makro, kondisi lingkungan, dan performa internal perusahaan. Salah satu contoh industri yang terpengaruh secara top down adalah industri perbankan. Pada saat pemerintah menetapkan rezim bunga rendah maka pendapatan bunga bersih bank akan terpengaruh. Pengaruh ini akan dirasakan secara berbeda oleh bank dengan berbagai ukuran. Bank dengan modal inti lebih besar akan lebih sedikit terpengaruh dibandingkan dengan bank dengan modal inti lebih kecil. Sementara itu performa bank secara individu juga akan berpengaruh. Ketika kenaikan suku bunga meningkatkan Non Performing Loan maka terlepas dari kondisi eksternal yang mendukung maka nilai bank akan turun.

KESIMPULAN

Prospek pertumbuhan berbicara tentang masa depan. Menebak masa depan bukanlah sebuah hal yang mudah. Namun demikian masa depan dapat diperkirakan. Untuk menghindari optimisme berlebihan dan pesimisme terhadap masa depan maka diperlukan tingkat pertumbuhan yang mendekati kenyataan. Tingkat pertumbuhan perusahaan pada perusahaan non siklus merupakan akumulasi dari peningkatan performa perusahaan. Dengan demikian pertumbuhan perusahaan seharusnya tidak akan mengalami fluktuasi yang tinggi dari tahun ke tahun. Kondisi ini berbeda dengan perusahaan siklus seperti perusahaan komoditas di mana performa perusahaan bergantung pada harga komoditas di pasar internasional. Performa perusahaan dapat berfluktuasi bergantung pada harga komoditas di pasar internasional.

Prospek pertumbuhan juga bergantung pada prospek perusahaan di masa depan. Perusahaan memiliki rencana strategis yang dituangkan dalam bagian diskusi manajemen. Diskusi manajemen merupakan bagian dari laporan keuangan di mana pihak manajemen perusahaan terutama manajemen puncak menceritakan rencana strategisnya untuk tahun-tahun ke depan. Dari cerita ini maka dapat dilihat apakah rencana manajemen realistis dan seberapa optimis manajemen. Selain secara kualitatif manajemen puncak juga memberikan sebuah pencapaian secara kuantitatif misalnya jumlah pendapatan yang ingin dicapai. Untuk melakukan penilaian maka angka dari manajemen ini dapat langsung diambil atau disesuaikan dengan keyakinan penilai. Jika penilai merasa target manajemen terlalu tinggi maka tingkat pertumbuhan tersebut dapat di diskon untuk mendapatkan tingkat pertumbuhan yang wajar

Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan berbagai kerangka yang telah ada di dalam ilmu keuangan dan ilmu manajemen strategi maka laba per saham dapat dihubungkan dengan prospek pertumbuhan laba per saham. Sedangkan nilai dari perusahaan berasal dari potensi masa depan perusahaan. Seiring waktu kondisi bisnis menjadi semakin kompleks. Untuk menangkap bertambahnya kompleksitas bisnis maka dibuatlah kerangka-kerangka baru. Kedepannya dapat dibuat penelitian yang menggunakan kerangka-kerangka baru yang diciptakan para ahli strategi bisnis atau kerangka-kerangka yang ada saat ini dapat terus dievaluasi dan dilihat kemampuannya dalam menjalankan fenomena bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Khan, T. R., Islam, M., Choudhury, T. T., & Adnan, A. M. (2014). How earning per share (EPS) affects on share price and firm value.
- [2] Singh, H., Pallavi, K., & Samalia, H. V. (2022). Exploring the Dark Side of Gig Economy, Markets and Jobs. In *Sustainability in the Gig Economy* (pp. 165-174). Springer, Singapore.
- [3] Beach, R. (2022). Market Structure and Optimal Payout Policy. *International Journal of Economics and Finance*, 14(3), 1-76.

- [4] Ohlson, J. A., & Juettner-Nauroth, B. E. (2005). Expected EPS and EPS growth as determinants of value. *Review of accounting studies*, 10(2), 349-365.
- [5] Hsu, J., Ritter, J., Wool, P., & Zhao, Y. (2022). What Matters More for Emerging Markets Investors: Economic Growth or EPS Growth? *The Journal of Portfolio Management*.
- [6] Lee, E. (2022). *Investor's Reliance on Indicator Consistency at Earnings Announcements: Earnings Persistence or Indicator Precision?* (Doctoral dissertation, Temple University).
- [7] Moro-Visconti, R. (2022). Augmented Business Modeling and Planning as a Prerequisite for Valuation. In *Augmented Corporate Valuation* (pp. 133-177). Palgrave Macmillan, Cham.
- [8] Conteh, A., & Wong, V. Incorporating the Real Options Methodology in Stock Valuation: A Literature Review. *Available at SSRN 4163941*.