

Analisa nilai perusahaan menggunakan analisa skenario dan economic profit dalam industri farmasi (studi kasus PT. Bayer)

Pratisto Sumantri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461366&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

PT. Bayer Indonesia Tbk. (BYSB) merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri farmasi. Didirikan tahun 1967 dengan nama PT. Bayer Farma Indonesia, merupakan bagian dari kelompok usaha Bayer AG, Germany, sebuah perusahaan internasional yang didirikan untuk memenuhi dan memproduksi kebutuhan konsumen terhadap rangkaian produk dan jasa mulai dari kesehatan dan pertanian sampai dengan kimia dan teknologi penginderaan. Produk-produk yang dihasilkan dapat digolongkan atas 3 kelompok, yakni Farmasi, Proteksi Tanaman serta Alat-alat Rumah Tangga & Obat-obatan Tanpa Resep (OTC).

Dalam usahanya meningkatkan nilai penjualan PT. Bayer Indonesia, Tbk. terutama mengandalkan pendapatan dari produk-produk Farmasi berupa obat-obat ethical (obat dengan resep), produk Kesehatan Rumah Tangga serta produk Perlindungan Tanaman. Untuk kelompok usaha Alat Kesehatan Rumah Tangga, PT. Bayer Indonesia, Tbk. merupakan pemimpin pasar. Dengan kemampuannya yang ada PT. Bayer Indonesia, Tbk. sedang berusaha meningkatkan penjualannya baik dari penjualan lokal maupun ekspor. Untuk tujuan tersebut PT. Bayer Indonesia, Tbk. terus berusaha meluncurkan produk-produk baru, terutama mengandalkan lisensi yang diperoleh dari Bayer AG, Germany.

Selama tiga tahun terakhir pangsa pasar PT. Bayer Indonesia, Tbk. Terus mengalami penurunan. Pada tahun 2000, pangsa pasar PT. Bayer Indonesia mencapai angka terendah sejak tahun 1996 yaitu 6,87%. Penurunan yang terjadi pada tahun 2000 terutama disebabkan oleh nilai penjualan perusahaan yang negatif Penurunan nilai penjualan tersebut terjadi karena pada tahun 2000 perusahaan sedang melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja pabrik, sehingga kapasitas produksinya mengalami penurunan. Semua perbaikan tersebut diharapkan dapat selesai pada akhir tahun 2001. Meskipun nilai penjualan terus menurun tetapi kinerja keuangan PT. Bayer Indonesia, Tbk. justru meningkat pada tahun 1999 dan tahun 2000. Dari kondisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Bayer Indonesia, Tbk. Berhasil melakukan efisiensi dan efisiensi yang dilakukan cukup besar untuk dapat menutup penurunan nilai penjualan yang terjadi.

Masalah yang paling besar yang dihadapi oleh PT. Bayer Indonesia, Tbk. adalah tidak stabilnya kondisi ekonomi makro, terutama tidak stabilnya nilai tukar Rupiah serta laju inflasi yang masih tinggi. Keadaan ini terutama terkait dengan ketergantungan perusahaan yang amat tinggi pada bahan baku impor.

Nilai perusahaan PT. Bayer Indonesia, Tbk. berdasarkan analisa skenario dan perhitungan dengan probabilitas nilai tertimbang adalah Rp. 278.841 juta. Nilai tersebut didapat dari hasil perkalian probabilitas dan nilai perusahaan untuk masing-masing skenario. Probabilitas setiap skenario didapat dari hasil analisa industri dan asumsi makro ekonomi. Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai perusahaan PT. Bayer

Indonesia, Tbk. ternyata berada sedikit di atas nilai market capitalization saat ini, sehingga dapat dikatakan telah terjadi under-expected terhadap nilai perusahaan PT. Bayer Indonesia, Tbk.

Nilai perusahaan yang mendekati nilai market capitalization perusahaan saat ini adalah pada kondisi skenario Base-Case, yaitu sebesar Rp. 236.692 juta. Dilihat dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa perkiraan investor untuk 4 tahun ke depan adalah mendekati skenario Base Case. Pada skenario ini diperkirakan bahwa peluncuran produk baru yang dilakukan oleh PT. Bayer Indonesia, Tbk. Akan berhasil. Dan dari sisi finansial perusahaan akan mampu mempertahankan efisiensi.

Bagi investor, dilihat dari hasil perhitungan nilai perusahaan berdasarkan skenario Base Case maka ekspektasi yang dilakukan oleh investor untuk saat ini adalah over-expected, sehingga untuk jangka pendek bila melakukan investasi tidak akan menguntungkan. Sedangkan untuk jangka panjang kondisi fundamental perusahaan saat ini yang cukup baik akan dapat menjadi landasan cukup kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang.