Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisis fundamental dan valuasi perubahan dalam industri pembiayaan konsumen yang sedang bertumbuh (studi kasus pada PT XYZ)

Ferry, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461383&lokasi=lokal

---

Abstrak

Perusahaan pembiayaan yang merupakan lembaga keuangan non-bank yang keberadaannya dapat dikatakan cukup mempunyai arti penting yaitu sebagai alternative pemberi jasa layanan keuangan (selain bank) kepada masyarakat yang membutuhkan.

Akibat krisis ekonomi tahun 1998, banyak perusahaan pembiayaan masuk dalam daftar Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) dan kemudian tidak sedikit yang pada akhirnya gulung tikar. Bagaimana tidak, karena pada masa sulit tersebut banyak pembiayaan yang macet sehingga banyak perusahaan pembiayaan yang tidak dapat memenuhi kewajibannya kepada kepada pihak bank yang memberikan pinjaman. Pada tahun 2000 sektor konsumtif mulai bangkit kembali dan terus berkembang sampai saat ini. Sementara itu kenaikan pada angka pertumbuhan ekonomi yang terjadi hanya semata digerakan oleh tingkat konsumtif masyarakat. Lambatnya perkembangan sektor riil dan tingginya tingkat konsumsi masyarakat dengan pola pembayaran kredit, menyebabkan industri pembiayaan konsumen bangkit kembali sejak pasca krisis ekonomi sampai dengan saat ini. Perkembangan sektor riil yang cenderung lambat tersebut juga mengakibatkan tingginya tingkat dana menganggur masyarakat, dan sebagai akibatnya sektor perbankan mengalami kelebihan likuiditas. Kelebihan likuiditas tersebut harus segera dapat teratasi dengan disalurkannya dana bank kepada masyarakat. Saat ini banyak pihak bank yang berusaha merangkul perusahaan pembiayaan konsumen baik sebagai mitra kerja ataupun dengan cara akuisisi sebagai strategik investor. Keadaan tersebut benar-benar membuat industri pembiayaan konsumen berada "diatas angin". Betapa tidak, ada market dan ada pendanaan (funding). Dengan kesempatan yang ada, merupakan momentum bagi perusahaan-perusahaan pembiayaan untuk berusaha meningkatkan value-nya. Untuk dapat menyikapi momentum bisnis dan memanfaatkan peluang yang ada, maka hal tersebut akan kembali pada kebijakan dan langkah strategik yang akan diambil oleh perusahaan tersebut.

Perkembangan pada industri pembiayaan konsumen akan menciptakan kondisi persaingan yang ketat diantara perusahan-perusahaan pembiayaan konsumen dan jika perusahaan-perusahaan tersebut lepas kendali atas persaingan tersebut, maka hal tersebut akan berdampak pada kualitas exposure pembiayaannya yang pada akhirnya dapat terjadi kredit macet. Secara bisnis, peta persaingan yang akan terjadi dapat dengan mudah dilihat, dimana persaingan pasti akan terjadi dalam hal pencapaian penjualan (pembiayaan konsumen) dan untuk itu pasti akan terjadi perang harga (dalam hal ini interest rate) dan pemberian insentif kepada deaier. Keadaaan tersebut akan membuat dilema bagi perusahaan pembiayaan konsumen yang modal kerja-nya terbatas dan cost of fund atas modal kerja tersebut tidak murah. Bagaimana perusahaan tersebut dapat bersaing dan meningkatkan profitabilitas, sementara ada tujuan yang hendi:ik dicapai yaitu berkembang guna meningkatkan value bersama dengan industrinya.

PT XYZ sebagai salah satu perusahaan pembiayaan konsumen di Indonesia tentu saja ingin memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal untuk dapat tumbuh berkembang bersama industrinya namun tetap konservatif pada kualitas pembiayaannya. Dalam menyikapi situasi yang ada dan mengantisipasi terhadap hal-hal yang tidak diinginkan, tentu saja akan sangat tergantung pada kebijakan dan langkah strategik yang akan diambil oleh Perusahaan.

Dalam karya akhir ini Penulis berusaha menganalisis terhadap keadaan ekonomi makro, siklus industri dan bisnis serta persaingan yang ada dalam industri pembiayaan konsumen. Selain itu penulis juga menganalisis strategi yang harus dilakukan oleh PT XYZ terhadap kondisi yang ada baik secara aspek bisnis maupun dari aspekfinancial Perusahaan. Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan mendasar yaitu:

a. Dengan kondisi yang ada, Perusahaan akan sulit dalam hai bersaing terhadap harga jual (interest rate). Dalam hal ini tentu saja Perusahaan akan relatif sulit untuk mendapatkan volume pembiayaan. Selain itu yang menjadi perhatian adalah dalam hal kualitas pembiayaan yang didapat, yaitu keterkaitan antara relatif su!itnya untuk mendapatkan volume pembiayaan dan target pencapaian pembiayaan konsumen karena adanya momentum pada industri pembiayaan konsumen.

b. Seiring dengan rencana ekspansi Perusahaan, yaitu daiam hal ini penambahan jumlah kantor cabang dan infrastruktur Perusahaan, maka Perusahaan akan relatif sulit dalam mengupayakan profitabilitas. Berhubungan dengan profitabilitas tersebut dan dikaitkan dengan masih tingginya harga jual (interest rate) Perusahaan sehingga margin yang diperoleh akan relatiftipis, maka Perusahaan harus mengandalkan volume pembiayaan.

c. Dari sisi financial Perusahaan yang dalam hal ini dilakukan analisis terhadap solvabilitas dan profitabilitas Perusahaan, terlihat adanya penurunan pada aspek-aspek tersebut. Dari sisi solvabilitas Perusahaan rasio debt to equity meningkat dan interest coverage ratio menu run, dan dari sisi profitabilitas, rasio return on equity dan return on assets menurun.

Penulis dalam hal ini berkesimpulan bahwa Perusahaan harus mengambil kebijakan dan langkah strategik untuk menyikapi keadaan tersebut yang dalam hal ini adalah kehadiran strategik investor bagi Perusahaan. Strategik investor tersebut diharapkan dapat memberikan ketersediaan dana untuk modal kerja dengan cost of fund yang relatif murah atau dapat membawa market bagi Perusahaan. Dalam menyikapi usulan tersebut, penulis juga melakukan analisis fundamental untuk memberikan gambaran mengenai value Perusahaan, dan menggunakan basil dari valuation untuk menilai kewajaran harga saham Perusahaan yang akan berguna bagi shareholder dalam mengambil keputusan.