

pada tahun 2014 dalam menerapkan transformasi binsinya dinilai mempunyai propek bisnis yang disukai investor. Namun,pada era transformasi dilakukan terjadi penurunan signifikan yang dapat diartikan kinerja perusahaan belum cukup baik untuk menghasilkan laba dan menaikkan harga saham sehingga prospek perusahaan dimasa yang akan datang cenderung lebih kurang disukai dari pada periode sebelum transformasi bisnis dilakukan.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan penelitian yang dilakukan pada laporan keuangan PT.Matahari Putra Prima,Tbk periode tahun 2013-2017,maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. MPPA melakukan strategi berupa transformasi bisnis pada tahun 2014. MPPA memfokuskan sumber daya yang ada pada pelanggan,dimana pada konsep 5 pilar pertumbuhan MPPA melakukan standarisasi gerai berkonsep Hypermart G7 ditujukan untuk pengalaman berbelanja,memudahkan pelanggan untuk memilih dan juga memudahkan para *staff* untuk melakukan *restock*. MPPA juga melakukan efisiensi pada sektor sumber daya manusia dan melakukan *training* untuk menyesuaikan tenaga kerja yang ada dengan program transformasi bisnis. Transformasi bisnis ini juga berupa penambahan format grosir berupa SmartClub dan FMX. Penambahan format ini tergolong berhasil dan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Transformasi bisnis ini juga dilaksanakan dalam upaya mempertahankan VISI perusahaan untuk menjadi peritel multi-format No.1 di Indonesia,untuk terus meraih berbagai peluang yang tersedia sebagai dampak dari

pertumbuhan masyarakat kelas menengah dan meningkatnya pendapatan masyarakat.

2. Pada era sebelum transformasi terlihat perusahaan masih tergolong memiliki likuiditas yang cukup baik, perusahaan mempunyai nilai aktiva yang lebih besar daripada pasiva lancarnya. Pada tahun 2013 dan 2014 seiring dengan bertambahnya gerai memberikan dampak yang baik pada penjualan tercatat pada tahun 2014 terjadi kenaikan penjualan sebesar 14%. Dengan naiknya penjualan perusahaan juga masih efektif dalam menggunakan aktiva tetapnya. Beban bunga juga ditekan dengan upaya pelunasan utang jangka panjang yang didapatkan dari cairnya investasi berupa *promissory note* pada tahun 2013. Penjualan ini juga disertai dengan laba bersih 7-9% sehingga perusahaan *capable* untuk memberikan deviden bagi para investor. Pada era sebelum transformasi bisnis dilakukan terlihat bahwa kinerja keuangan PT. Matahari Putra Prima, Tbk dalam kondisi baik.

3. Pada era transformasi kinerja keuangan PT. Matahari Putra Prima, Tbk menunjukkan performa yang tidak baik. Perusahaan di akhir tahun 2017 mengalami kerugian sebesar 1,2 Triliun Rupiah dan MPPA tidak memiliki kemampuan untuk bayar bunga. Merosotnya penjualan yang disertai beban operasi, beban bunga yang meningkat dan juga penanganan pada sektor sumber daya manusia membuat perusahaan mengalami penurunan kinerja keuangan. MPPA dalam melaksanakan transformasi bisnisnya pada awalnya menggunakan utang jangka panjang pada tahun 2017 untuk upaya efisiensi biaya, MPPA mengkonversi utang jangka panjang menjadi utang jangka pendek. Cara penanganan persediaan yang diterapkan pada tahun 2015 mengalami kegagalan yang berbuah kerugian pada tahun 2016 dan 2017 dimana MPPA melakukan *clearance sale* sehingga MPPA pada 2017 tidak dapat mencetak laba dan mengalami kerugian. Format grosir yang diluncurkan pada era transformasi memberikan kontribusi besar pada penjualan

MPPA, dengan 3 gerai yang berada di luar Pulau Jawa dan 1 gerai yang berada di Pulau Jawa memberikan kontribusi penjualan sebesar 20% pada tahun 2017.

4. Setelah diterapkannya transformasi bisnis, MPPA menambah format penjualan berupa grosir. Hal ini yang memberikan kontribusi penjualan yang besar dengan jumlah gerai yang sedikit. MPPA dalam era transformasi ini juga menggunakan utang jangka panjang yang dikonversikan pada tahun 2017 menjadi utang jangka pendek menjadi beban bunga yang tidak dapat ditutup oleh laba usaha. Penurunan laba bersih berujung pada kerugian dialami MPPA pada era transformasi. MPPA juga melakukan perampingan dalam sektor sumber daya manusia di era transformasi ini.

5.2 Saran

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat PT Matahari Putra Prima, Tbk harus meningkatkan kemampuan bersaingnya, apalagi di pasar retail yang semakin jenuh. Hal tersebut membuat perusahaan harus melakukan Transformasi.

Sebaiknya PT Matahari Putra Prima, Tbk lebih memfokuskan pada format baru yang telah dirintis nya pada tahun 2015, yaitu pada sektor SmartClub. Berikut penulis lampirkan rekap mengenai jumlah gerai dan kontribusi penjualan nya terhadap PT Matahari Putra Prima, Tbk :

Tabel 5.1 Kontribusi

| Tabel Kontribusi Penjualan | Tahun | Hypermart | SmartClub |
|-----------------------------------|--------------|-------------------------|-----------------------|
| Jumlah Gerai | 2013 | 99 Gerai | 0 Gerai |
| | 2014 | 107 Gerai | 0 Gerai |
| | 2015 | <u>112 Gerai</u> | <u>1 Gerai</u> |
| | 2016 | <u>115 Gerai</u> | <u>3 Gerai</u> |
| | 2017 | <u>113 Gerai</u> | <u>4 Gerai</u> |
| Kontribusi Penjualan | 2013 | 91,10% | 0% |

| | | | |
|--|------|---------------|---------------|
| | 2014 | 91% | 0% |
| | 2015 | <u>77,50%</u> | <u>16%</u> |
| | 2016 | <u>76,80%</u> | <u>16,30%</u> |
| | 2017 | <u>73,30%</u> | <u>19,20%</u> |

Dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 dengan adanya 112 gerai,Hypermart memberikan kontribusi penjualan sebesar 77,5 % disandingkan dengan SmartClub yang memiliki 1 gerai memberikan kontribusi sebesar 16 %. Pada tahun 2016 dengan 115 gerai,Hypermart memberikan kontribusi sebesar 76,8 % dan 3 gerai SmartClub memberikan kontribusi 16,3 % ,dan pada akhir periode penelitian yaitu tahun 2017 dengan 113 gerai Hypermart memberikan kontribusi 73,3 % sedangkan SmartClub dengan 4 gerai memberikan kontribusi penjualan sebesar 19,2 %.

Menurut penelitian yang dilakukan MPPA mempunyai keunggulan mengenai sentra distribusi yang besar yang umumnya tidak dimiliki kompetitor,hal ini juga yang menjadikan halangan bagi pemain baru untuk berkecimpung dalam bisnis ini. MPPA memiliki kekuatan sentra distribusi yang kuat untuk mengisi hingga ke luar Pulau Jawa. Terlihat bahwa SmartClub yang dengan 4 gerai yang terdiri dari 1 gerai di Pulau Jawa dan 3 gerai di Pulau Jawa memberikan hasil yang sangat memuaskan. Sebaiknya dengan keunggulan yang dimiliki MPPA melakukan implementasian strategi transformasi bisnis dengan format grosir B2B lebih di fokuskan pada daerah luar Pulau Jawa yang umumnya sedikit kompetitor yang dapat melakukan hal serupa dengan menekan biaya distribusi yang tinggi.

FMx yang merupakan konsep minimarket,sebaiknya ekspansi dilaksanakan di kota-kota besar sehingga dapat membantu penjualan. Sebelumnya MPPA melakukan ekspansi pada sub sector FMx pada kota-kota kecil yang mayoritasnya di luar Pulau Jawa. Mungkin hal ini yang menyebabkan kontribusi penjualan yang sangat kecil setiap tahunnya.

Dalam penelitian ini, perusahaan menggunakan utang sebagai sarana pengembangan usaha. Pengembangan usaha di transformasi bisnis dalam bermacam hal salah satu nya yang terbesar adalah ekspansi dan perampingan beban-beban. Selain itu MPPA juga dalam bersaing harga dengan kompetitor MPPA melakukan penurunan margin. Namun,dalam perkembanganya pada saat transformasi dilakukan MPPA mengalami penurunan penjualan secara drastis akibat banyak faktor yang menyebabkan penurunan penjualan disertai naiknya beban-beban dalam upaya implementasi transformasi bisnis. Karena itu sebagai saran,penulis memberikan masukan agar perusahaan lebih menganalisa lebih lanjut dan tidak terlalu “all in” dalam melakukan transformasi bisnis ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Data pada tahun 2017 yang didapatkan merupakan data yang diperoleh dari www.idx.co.id, namun data laporan keuangan tahun 2017 ini merupakan data yang *unaudited*.

Daftar Pustaka

- Sundjaja, R. S., Barlian, I. & Sundjaja, D. P., 2013. *Manajemen Keuangan 1*. Jakarta: Literata Lintas Media.
- Anon., n.d. *INDONESIA INVESTMENT*. [Online]
Available at: www.indonesia-investment.com
- Indonesia, I. A., 2004. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suigiono, A., Nanok, Y. S. & Madya, S. K., 2010. *Akuntansi & Pelaporan Keuangan Untuk Bisnis Skala Kecil dan Menengah*. Jakarta: Grasindo.
- Munawir, S., 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. 4 ed. Yogyakarta: Liberty.
- Hanafi, M. M., 2003. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP MPP YKPN.
- Kasmir, 2012. *Anlisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Jakarta Rajawali Pers.
- Putra, M., 2016. *Sayanda*. [Online]
Available at: https://www.sayanda.com/laporan-keuangan/#Fungsi_Laporan_Keuangan
[Accessed 25 March 2017].
- Harnanto, 2002. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Yogyakarta: BPFE.
- Dwi, P. & Juliary, R., 2002. *Analisis Laporan Keuangan-Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Margaretha, F., 2005. *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan, Investasi dan Sumber Dana Jangka Panjang*. s.l.:Grasindo.
- M, F. L. & Ormiston, A., 2008. *Memahami Laporan Keuangan*. Indonesia: Indeks.
<http://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>, n.d.
<http://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>. [Online]
[Accessed 05 02 2018].
- <https://tradingeconomics.com/indonesia/gdp-per-capita>, n.d.
<https://tradingeconomics.com/indonesia/gdp-per-capita>. [Online]
[Accessed 05 02 2018].
- Ernawati, 2017. *Perlambatan Pertumbuhan Retail FMCG Indonesia*, s.l.: The Nielsen Company Confidential and Proprietary.
- Riyanto, B., 2001. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. In: Yogyakarta(DIY): Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, p. 301.
- Jumingan, 2006. Analisa Laporan Keuangan. In: *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: s.n., p. 239.
- Sundjaja, R., Barlian, I. & Sundjaja, D., 2013. Manajemen Keuangan I. In: *Manajemen Keuangan I*. Bandung(Jawa Barat): Literata Lintas Media, p. 115.
- Kasmir, 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. In: *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT.RAJAGRAFINDO PERSADA, p. 72.
- Barlian, I., Sundjaja, D. & Sundjaja, R., 2013. *Manajemen Keuangan I*. Bandung(Jawa Barat): Literata Lintas Media.
- Riyanto, B., 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.
- Suanda, B., 2016. *Advance & Effective Project Management*. s.l.:s.n.

Suanda, B., 2016. *Transformasi Bisnis dan Modern Project Management*. [Online] Available at: <http://manajemenproyekindonesia.com/?p=4037>

S.Sundjaja, R., Barlian, I. & Putra Sundjaja, D., 2012. Manajemen Keuangan I. In: s.l.:s.n., p. 111.

David, F. R., 2007. Strategic Management Concept and Cases. In: *Strategic Management Concept and Cases*. s.l.:Pearson Education Inc, p. 45.

Pujiyanti, F., 2015. Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Khusus Dengan Akuntansi Dasar. In: Jakarta: Lembar Pustaka Indonesia.