

**DAMPAK TRANSFORMASI BISNIS TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PT.MATAHARI PUTRA PRIMA,TBK**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh:
Hans Christian
2014120127**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**IMPACT OF BUSINESS TRANSFORMATION TO
PT.MATAHARI PUTRA PRIMA,TBK'S FINANCIAL
PERFORMANCE**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor Degree in Economics

**By:
Hans Christian
2014120127**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by National Accreditation Agency
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI
DAMPAK TRANSFORMASI BISNIS TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PT.MATAHARI PUTRA PRIMA,TBK

Oleh :

Hans Chrstian
2014120127

Bandung, 21 Juni 2018

Ketua Program Sarjana Manajemen,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "T. Iskandarsyah".

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.
Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Catharina Tan Lian Soei".

Catharina Tan Lian Soei,Dra.,M.M.

PERNYATAAN :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Hans Christian
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 28 November 1995
Nomor pokok : 2014120127
Program studi : Manajemen
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

DAMPAK TRANSFORMASI BISNIS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PT.MATAHARI PUTRA PRIMA, TBK

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Catharina Tan Lian
Soei, Dra., M.M.

Adalah benar – benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya untkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 21 Juni 2018

Pembuat pernyataan :



(Hans Christian)

ABSTRAK

Indonesia meraih peringkat ke-4 penduduk terbanyak di dunia. Dengan populasinya yang mewakili 3,5% populasi di dunia, kebutuhan akan barang-barang konsumsi di Indonesia sangat besar dan menjadikan sektor dari *consumer goods* menjadi sebuah industri yang sangat menarik. Namun, pola konsumsi masyarakat yang berubah-ubah, persaingan yang ketat, dan masih banyak yang lainnya menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan agar dapat terus berkiprah. PT.Matahari Putra Prima, Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)*, dalam menghadapi tantangan-tantangan yang dihadapi, pada pertengahan tahun 2014 PT.Matahari Putra Prima, Tbk melakukan transformasi bisnis. Transformasi bisnis yang dilakukan ini berupa perubahan VISI dan MISI, perubahan struktur perusahaan, menambah format bisnis, dan mengenalkan konsep G7. Berdasarkan latar belakang tersebut pada penelitian ini, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai dampak dari transformasi bisnis yang dilakukan PT.Matahari Putra Prima, Tbk terhadap kinerja keuangannya sebelum dan sesudah transformasi bisnis dilakukan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan jenis data kuantitatif berupa angka yang akan dimasukan dan diolah ke dalam rasio-rasio keuangan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah pengumpulan dokumen perusahaan berupa laporan keuangan tahun 2013-2017 yang didapat dari www.idx.co.id

Analisa rasio keuangan pada penelitian ini menggunakan analisa rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio utang, rasio profitabilitas, dan rasio pasar. Pada penelitian ini, hasil yang didapatkan peneliti adalah pada era sebelum transformasi MPPA memiliki kinerja keuangan yang baik, perusahaan tergolong likuid dan memiliki margin laba yang baik, sedangkan pada era transformasi tahun 2015 hingga 2017 kinerja keuangan terus menurun hingga pada tahun 2017 MPPA mengalami kerugian sebesar 1,2 Triliun Rupiah.. Sama halnya pada rasio cepat, rasio lancar, dan rasio kas penurunan terus terjadi dan angka yang didapat dibawah angka 1. Pada rasio aktivitas, pada era transformasi menunjukkan kinerja yang membaik pada era transformasi. PT.Matahari Putra Prima, Tbk dalam upaya melaksanakan transformasi bisnis menggunakan utang baik jangka panjang maupun jangka pendek. Namun, pada penelitian ini ditemukan penjualan dan margin perusahaan tidak bisa mengimbangi dan tidak memberikan keuntungan. Sehingga pada rasio utang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan sangat tidak baik, pada tahun 2017 menurut rasio mampu bayar bunga perusahaan menunjukkan angka minus yang berarti perusahaan tidak mampu membayar bunga. Hal ini juga terlihat pada rasio profitabilitas, pada tahun 2016 terjadi penurunan laba bersih sebesar 82% dan pada tahun 2017 PT.Matahari Putra Prima, Tbk mengalami penurunan laba bersih sebesar 243% yang menimbulkan kerugian. Dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa transformasi bisnis yang dilakukan PT.Matahari Putra Prima, Tbk berdampak penurunan terhadap kinerja keuangan PT.Matahari Putra Prima, Tbk.

Kata kunci : transformasi bisnis, kinerja keuangan

ABSTRACT

Indonesia is ranked the 4th largest population in the world. With a population of 3.5% of the world's population, the need for consumer goods in Indonesia is enormous and makes the sectors of consumer goods an attractive industry. However, the changing pattern of consumer consumption, intense competition, and many others become a challenge for companies to continue to work. PT.Matahari Putra Prima, Tbk is one of the fast moving companies in Fast Moving Consumer Goods (FMCG), in facing the challenges faced, in mid 2014 PT.Matahari Putra Prima, Tbk transform business. This business transformation takes the form of VISION and MISION changes, changes in corporate structure, adds business format, and introduces the G7 concept.

Based on the background in this research, the researcher wanted to do research about the impact of business transformation by PT.Matahari Putra Prima, Tbk to its financial performance before and after business transformation was done.

The method used in this study is descriptive by using the type of quantitative data in the form of numbers to be entered and processed into financial ratios. Data collection techniques conducted is the collection of corporate documents in the form of financial statements of 2013-2017 obtained from www.idx.co.id

The analysis of financial ratios in this study used the analysis of liquidity ratios, activity ratios, debt ratios, profitability ratios, and market ratios. In this study, the results obtained by researchers is the era before the MPPA transformation has a good financial performance, the company classified liquid and have a good profit margin, while in the era of transformation in 2015 to 2017 financial performance continued to decline until in 2017 MPPA suffered losses of 1.2 trillion Rupiah. Almost all the ratios showed poor performance, such as liquidity ratio, net working capital decreased in the transformation era until the year 2017 got minus value. Similarly, in the ratio of fast, current ratio, and cash ratio decline continues to occur and the numbers obtained below the number 1. In the activity ratio, in the era of transformation showed improved performance in the era of transformation. PT.Matahari Putra Prima, Tbk in an effort to carry out business transformation using both long-term and short-term debt. However, in this study found that sales and margin companies can not offset and provide no benefits. So in the debt ratio shows the company's financial performance is not very good, in 2017 according to the ratio of the company's pay interest rate indicates a minus which means the company can not afford the interest. This is also seen in the profitability ratio, in 2016 a decline in net profit by 82% and in 2017 PT.Matahari Putra Prima, Tbk decreased net profit by 243% which caused losses. In this study, the authors conclude that the transformation of business conducted PT.Matahari Putra Prima, Tbk impacted decline on financial performance PT.Matahari Putra Prima, Tbk.

Keyword: *business transformation, financial performance*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Dampak Transformasi Bisnis Terhadap Kinerja Keuangan PT.Matahari Putra Prima,Tbk Periode 2013-2017”. Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang menyertai dan memberikan jalan pada penulis dalam menjalankan hidup ini.
2. Kedua orang tua penulis yang memberikan pengetahuan,memberikan semangat,dan juga selalu menyertai penulis.
3. Ibu Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
4. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen.
5. Ibu Catharina Tan Lian Soei,Dra.,MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu,memberikan inspirasi,pencerahan,dan juga pengetahuan yang bermanfaat bagi penulisan skripsi ini maupun bekal bagi penulis.
6. Shirly Christian dan William Christian selaku kakak dan adik penulis yang membantu penulis
7. Novita Valencia yang memberikan semangat,dukungan,dan partner dalam menulis.
8. Carter dan Lazer yang menemani penulis dalam menyusun draft.
9. Dharma Mitra Soe,Jo Andrew,Jimmy Sanjaya,Edward Kurniawan,Irvan Mahesa,Rendi Kurniawan,Ivana Hendrika,dan Derrick Logawa sebagai teman menyusun skripsi,partner,dan teman dekat penulis.
10. Seluruh teman-teman seangkatan Manajemen 2014, yang telah membantu dan menjadi teman belajar selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Seluruh pihak yang telah membantu, namun tidak disebutkan satu persatu.

Pada draft skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak ketidak sempurnaan,namun besar harapan penulis bahwa skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga Tuhan memberikan kasih karunia dan berkat-Nya melimpah kepada seluruh pihak yang telah mendukung saya.

Bandung, 6 Juni 2018

Hans Christian

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
BAB 2.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Manajemen Keuangan	11
2.1.1 Fungsi Manajemen Keuangan	11
2.1.2 Aktivitas Utama Manajer Keuangan	11
2.2 Laporan Keuangan	11
2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan	11
2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan	12
2.2.3 Fungsi Laporan Keuangan.....	13
2.2.4 Jenis-Jenis Laporan Keuangan	13
2.2.5 Pihak-pihak yang Berkepentingan atas Laporan Keuangan	18
2.2.6 Analisis Laporan Keuangan	19
2.2.7 Rasio Keuangan.....	20
2.2.8 Jenis-Jenis Rasio Keuangan	20
2.3 Transformasi Bisnis.....	25
2.3.1 Pengertian Transformasi Bisnis.....	25
2.3.2 Faktor Keberhasilan Utama Transformasi Bisnis	25
BAB 3.....	26
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	26

3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3 Jenis Data	26
3.4 Teknik Analisis Data	27
3.5 Objek Penelitian	27
3.5.1 Sejarah Singkat PT Matahari Putra Prima,Tbk	27
3.5.2 Visi PT.Matahari Putra Prima,Tbk	42
3.5.3 Misi PT.Mathari Putra Prima,Tbk	43
3.5.4 Struktur Organisasi.....	43
BAB 4.....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Transformasi Bisnis PT Matahari Putra Prima,Tbk	45
4.1.1 Transformasi VISI dan MISI.....	47
4.1.2 <i>5 Pillars of Growth</i> / 5 Pilar Pertumbuhan.....	48
4.2 Analisis Laporan keuangan	51
4.2.1 Analisa Vertikal dan Horizontal	51
4.3 Analisis Rasio Keuangan.....	60
4.3.1 Rasio Likuiditas.....	60
4.3.2 Rasio Aktivitas	67
4.3.3 Rasio Utang	78
4.3.4 Rasio Profitabilitas	83
Rasio Profitabilitas berfungsi mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio Profitabilitas terdiri dari Marjin Laba Kotor, Marjin Laba Operasi, Marjin Laba Bersih, Hasil Atas Total Aset, dan Hasil Atas Ekuitas. Berikut data -data yang dibutuhkan untuk menghitung Rasio Aktivitas:	83
4.3.5 Rasio Pasar	90
BAB 5.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	97
Daftar Pustaka	98
RIWAYAT HIDUP PENULIS	123
Riwayat Pendidikan	123

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Tabel Populasi tahun 2013-2017	01
Tabel 1.2	Laju Pertumbuhan FMCG tahun 2013-2017	03
Tabel 1.3	Jumlah Gerai MPPA tahun 2013-2017	05
Tabel 1.4	Kontribusi Penjualan MPPA tahun 2013-2017	06
Tabel 1.5	Laba/Rugi MPPA tahun 2013-2017	06
Tabel 4.1	Analisa Vertikal Neraca PT Matahari Putra Prima,Tbk	57
Tabel 4.2	Analisa Horizontal Neraca PT Matahari Putra Prima,Tbk	58
Tabel 4.3	Analisa Vertikal Laba/Rugi PT Matahari Putra Prima,Tbk	62
Tabel 4.4	Analisa Horizontal Laba/Rugi PT Matahari Putra Prima,Tbk	64
Tabel 4.5	Rasio Likuiditas	67
Tabel 4.6	Modal Kerja Bersih MPPA	68
Tabel 4.7	Rasio Lancar MPPA	70
Tabel 4.8	Rasio Cepat MPPA	72
Tabel 4.9	Rasio Kas MPPA	74
Tabel 4.10	Rasio Aktivitas	76
Tabel 4.11	Rata-rata Umur Persediaan MPPA	77
Tabel 4.12	Perputaran Piutang MPPA	79
Tabel 4.13	Rata-rata Periode Tagih MPPA	82
Tabel 4.14	Rata-rata Periode Bayar MPPA	84
Tabel 4.15	Perputaran Aktiva Tetap MPPA	86
Tabel 4.16	Perputaran Total Aktiva MPPA	87
Tabel 4.17	Rasio Utang MPPA	89
Tabel 4.18	Rasio Utang Terhadap Aset MPPA	89
Tabel 4.19	Rasio Utang Terhadap Ekuitas MPPA	91
Tabel 4.20	Rasio Mampu Bayar Bunga MPPA	92
Tabel 4.21	Rasio Profitabilitas	95
Tabel 4.22	Marjin Laba Kotor MPPA	95
Tabel 4.23	Marjin Laba Operasi MPPA	97
Tabel 4.24	Marjin Laba Bersih MPPA	87
Tabel 4.25	Hasil Atas Aset MPPA	100
Tabel 4.26	Hasil Atas Ekuitas MPPA	102
Tabel 4.27	Rasio Pasar	103
Tabel 4.28	Rasio Harga Pasar/Pendapatan	105
Tabel 4.29	Rasio Harga Pasar/Nilai Buku	106
Tabel 5.1	Kontribusi	112

Daftar Gambar

Gambar 1.1	Grafik GDP Indonesia Tahun 2013-2016.	2
Gambar 3.1	Logo PT.Matahari Putra Prima,Tbk	30
Gambar 3.2	Era Awal PT.Matahari Putra Prima,Tbk	31
Gambar 3.3	Era Pertumbuhan PT.Matahari Putra Prima,Tbk	32
Gambar 3.4	Era Transformasi PT.Matahari Putra Prima,Tbk	33
Gambar 3.5	Perkembangan Tahun 2016 PT.Matahari Putra Prima,Tbk	34
Gambar 3.6	Perkembangan Tahun 2017 PT.Matahari Putra Prima,Tbk	35
Gambar 3.7	Struktur Pemodalan PT.Matahari Putra Prima,Tbk	36
Gambar 3.8	Shop.Hypermart.Co.Id	39
Gambar 3.9	Distribusi Channel PT.Matahari Putra Prima,Tbk	43
Gambar 3.10	Jalur Distribusi PT.Matahari Putra Prima,Tbk	45
Gambar 4.1	Konsep Ritel Berkelanjutan PT.Matahari Putra Prima,Tbk	48
Gambar 4.2	Grafik Modal Kerja Bersih MPPA	68
Gambar 4.3	Grafik Rasio Lancar MPPA	70
Gambar 4.4	Grafik Rasio Cepat MPPA	72
Gambar 4.5	Grafik Rasio Kas MPPA	74
Gambar 4.6	Grafik Rata-rata Umur Persediaan MPPA	77
Gambar 4.7	Grafik Perputaran Piutang MPPA	80
Gambar 4.8	Grafik Rata-rata Periode Tagih MPPA	83
Gambar 4.9	Grafik Rata-rata Periode Bayar MPPA	85
Gambar 4.10	Grafik Perputaran Aktiva Tetap MPPA	86
Gambar 4.11	Grafik Perputaran Total Aktiva MPPA	88
Gambar 4.12	Grafik Rasio Utang Terhadap Aset MPPA	90
Gambar 4.13	Grafik Rasio Utang Terhadap Ekuitas MPPA	91
Gambar 4.14	Grafik Rasio Mampu Bayar Bunga MPPA	93
Gambar 4.15	Grafik Marjin Laba Kotor MPPA	96
Gambar 4.16	Grafik Marjin Laba Operasi MPPA	97
Gambar 4.17	Grafik Marjin Laba Bersih MPPA	99
Gambar 4.18	Grafik Hasil Atas Total Aset MPPA	101
Gambar 4.19	Grafik Hasil Atas Total Ekuitas MPPA	102
Gambar 4.20	Grafik Rasio Harga Pasar/Pendapatan	10

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan sebuah negara besar yang menduduki peringkat ke-4 sebagai negara dengan populasi terbanyak di dunia. Dimana posisi pertama di isi oleh China, kedua dengan India, dan yang ketiga adalah Amerika Serikat. Berikut data mengenai populasi Indonesia periode tahun 2013 – 2018:

Tabel 1.1

Tabel Populasi tahun 2013-2017

YEAR	POPULATION
2013	251.268.275
2014	252.812.245
2015	258.162.113
2016	261.115.456
2017	263.991.379

Dikutip dari : (<http://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>, n.d.)

Dengan populasi tersebut Indonesia meraih peringkat ke-4 dengan penduduk terbanyak di dunia, masyarakat Indonesia juga mewakili 3,5% populasi di dunia.

Hal tersebut tentunya mendukung Indonesia untuk memiliki tingkat kebutuhan yang tinggi baik dalam bentuk barang maupun jasa. Indonesia juga memiliki sebuah tradisi tahunan yaitu Hari Raya Lebaran, dimana pada saat menjelang hari raya tersebut masyarakat pada umumnya berbondong-bondong untuk membeli barang-barang terlebih dalam bentuk pakaian dan sembako untuk merayakan hari raya tersebut.

Kemampuan daya beli masyarakat Indonesia juga dapat dibuktikan salah satunya dengan pendapatan per kapita. Pendapatan per kapita masyarakat Indonesia pada tahun 2013 sampai dengan 2016 terus mengalami kenaikan. Berikut tabel mengenai perkembangan GDP *per capita* (*Gross Domestic Product*) Indonesia:

Gambar 1.1
Grafik GDP Indonesia 2013-2016



Dikutip dari : (<https://tradingeconomics.com/indonesia/gdp-per-capita>, n.d.)

Terlihat dari tabel tersebut bahwa GDP *per capita* Indonesia ini terus mengalami kenaikan. Dimana pada tahun 2013 GDP per kapita Indonesia sebesar 3560,1 US\$ hingga pada tahun 2016 sebesar 3974,1 US\$ terjadi kenaikan sebesar 7,61% dalam periode 2 tahun.

Kebutuhan sandang dan pangan tentunya menjadi suatu kebutuhan yang menjadi pokok utama dalam konsumsi masyarakat. Sandang dan pangan termasuk dalam *consumer goods*. Dengan kondisi demikian maka tentunya industri *consumer goods* menjadi salah satu industry yang menarik dan mempunyai peluang besar di Indonesia ini.

Namun nyatanya, seperti yang dikutip dari (Ernawati, 2017) mengungkapkan bahwa laju pertumbuhan dari sector *fast moving consumer goods* (FMCG) memiliki hasil yang kurang memuaskan. Berikut penulis sajikan data perkembangan tahun berjalan terhadap tahun sebelumnya :

Tabel 1.2
Laju Pertumbuhan FMCG 2013-2017

Tahun	Besar Perubahan
2013	14 %
2014	10,5 %
2015	11,5 %
2016	7 %
2017	2,7 %

(Sumber : diolah penulis)

Indonesia memiliki rata-rata pertumbuhan normal tahunan sebesar 11%, tentunya perkembangan 4 tahun terakhir tidak menunjukkan hasil yang memuaskan. Seringkali penurunan penjualan ini dikaitkan dengan adanya pola konsumsi masyarakat berubah menjadi era *E-Commerce*. Namun menurut (Ernawati, 2017) hasil penelitian menunjukkan data bahwa dengan perbandingan penjualan secara *offline* dengan kontribusi penjualan via *E-Commerce* hanya sebesar 1% saja. Hasil penelitian ini tentunya mematahkan anggapan mengenai dampak yang ditimbulkan dari *E-Commerce*. Lebih lanjut hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa bagi *Mid Low Class* sebagai pemegang porsi yang besar mengalami perlambatan karena menurunnya *Take Home Pay*, kenaikan harga *utility* sehingga berdampak pada pengurangan konsumsi, menahan pembelian impulsif produk dan *downsizing*. Hal ini dapat diilustrasikan dengan umumnya membeli bumbu dapur dengan kemasan besar, kini terdapat kecenderungan untuk membeli dalam kemasan *sachet*.

Sedangkan untuk *Upper Class*, mereka cenderung menunggu situasi dimana mereka menjalankan pola "*Wait and See*", namun terdapat juga indikasi dimana pengeluaran untuk *lifestyle* cenderung terus bertumbuh. Tentunya terdapat banyak hasil

penelitian yang menunjukkan hal-hal lain yang mengakibatkan turun nya pertumbuhan ekonomi terlebih dalam *consumer goods*. Kondisi yang dialami kini sangat penting untuk disikapi dan perusahaan perlu melakukan penyesuaian untuk dapat tetap menjalankan usahanya.

Salah satu perusahaan *multi format ritel* yang bergerak *fast moving consumer goods* adalah PT Matahari Putra Prima,Tbk. Pada awalnya PT Matahari Putra Prima,Tbk (MPPA) yang didirikan 1986 ini bergerak dalam perusahaan ritel yang mengelola jaringan toserba nasional,*department store*,hingga tempat hiburan bagi anak-anak. PT Matahari Putra Prima,Tbk ini selanjut nya memperkenalkan Boston Health & Beauty pada tahun 2002. Hingga kini tahun 2018 PT Matahari Putra Prima,Tbk telah menjalani 3 era dalam perkembangan perusahaannya. Era pertama yaitu era awal yang dimulai pada tahun 1986.

Selanjut nya pada era ke-2 dimulai pada tahun 2004,era ini disebut sebagai Era Pertumbuhan Hypermart. Pada era ini dengan peluang dan pangsa pasar yang besar pada tahun 2004 MPPA memperkenalkan Hypermart sebagai *Hypermarket Compact* konsep tersebut mengartikan lahan sekitar 3.500 m² serta luas bangunan kurang maksimal 5.000 m². Tidak sampai di sana MPPA pada tahun 2008 memperkenalkan dan meluncurkan Foodmart yang menawarkan berbagai produk segar merek lokal maupun internasional. Pada Era Pertumbuhan Hypermart,PT Matahari Putra Prima,Tbk melakukan rombakan struktur,strategi,dan juga kiblat bisnis nya. PT Matahari Putra Prima,Tbk upaya fokus pada *consumer goods* PT Matahari Putra Prima melakukan divestasi aset yaitu mengdivestasi Matahari Department Store sebesar 7,2 Triliun pada tahun 2010,dan juga divestasi aset non inti pada 2012. Hal ini di lakukan utnuk perampingan perusahaan dan dalam upaya untuk memfokuskan terhadap bisnis inti *Fast Moving Consumer Goods*.

Pada bulan Juli tahun 2014 PT Matahari Putra Prima,Tbk merujuk pada era yang ke-3 yaitu Era Transformasi. Pada era tersebut MPPA melakukan transformasi bisnis, transformasi bisnis ini dilakukan dalam banyak hal. Hal ini diawali dengan perubahan VISI dan MISI perusahaan. Selanjutnya MPPA membuat SmartClub yang ditujukan untuk menjadi format para operator bisnis grosir di Indonesia,format ini membidik para pemilik usaha Hotel,Restoran,Katering,maupun warung,dan juga grosir lainnya. Selain

Smartclub MPPA juga memperkenalkan Foodmart Primo sebagai supermarket premium dan juga FMX yang lebih mengarah pada konsep minimarket. MPPA juga terus menambah gerai yang disebarakan di seluruh pelosok Indonesia. Berikut data perkembangan gerai dari masing-masing lini usaha di era transformasi periode 2013-2017.

Tabel 1.3
Jumlah Gerai MPPA tahun 2013-2017

Gerai	Jumlah Gerai				
	2013	2014	2015	2016	2017
Hypermart	99	107	112	115	113
Boston	94	102	108	109	102
Foodmart	29	29	58	23	25
FMX	0	0	49	46	15
SmartClub	0	0	1	3	4
TOTAL	222	238	328	296	259

(Sumber : diolah penulis)

Selain itu, MPPA juga bekerja sama sekaligus membeli saham dari MatahariMall, MatahariMall sendiri merupakan sebuah perusahaan dengan *platform digital* yang masih dalam naungan perusahaan yang sama dengan MPPA yaitu Lippo Group. Hal ini dilakukan salah satunya agar dapat memperlancar bisnis O2O (*online to online*).

Penambahan *business unit* yang dilakukan MPPA tentunya berpengaruh secara langsung terhadap penjualan perusahaan, berikut penulis sajikan tabel kontribusi masing-masing *business unit* MPPA :

Tabel 1.4
Kontribusi Penjualan MPPA tahun 2013-2017

Tahun Berjalan	Kontribusi Penjualan (satuan miliar rupiah)					Total
	Hypermart	Boston	Foodmart	FMX	SmartClub	
2013	10.668	67	960	0	0	11.695
%	91,10%	0,60%	8,30%	0,00%	0,00%	100%
2014	12.390	75	1.125	0	0	13.590
%	91,00%	0,60%	8,30%	0,00%	0,00%	100%
2015	10.794	63	740	89	2.242	13.928
%	77,50%	0,50%	5,30%	0,60%	16,10%	100%
2016	10.389	71	793	73	2.200	13.526
%	76,80%	0,50%	5,90%	0,50%	16,30%	100%
2017	9.207	76	817	50	2.412	12.562
%	73,30%	0,60%	6,50%	0,40%	19,20%	100%

(Sumber : diolah penulis)

Di era transformasi ini terlihat bahwa dengan ada nya format grosir yang ditetapkan pada era transformasi berupa FMX yang berbasis minimarket dan juga SmartClub yang berbasis *wholesaler* turut memberikan andil dalam kontribusi penjualan MPPA. Namun, sejak dimulainya era transformasi ini laporan keuangan perusahaan menunjukkan penurunan yang cukup drastis hingga mengalami kerugian. Berikut penulis sajikan data mengenai laporan mengenai laba/rugi MPPA periode 2013 hingga 2017:

Tabel 1.5
Laba/Rugi MPPA tahun 2013-2017
(dalam satuan Miliar Rupiah)

Tahun Berjalan	Jumlah Gerai	Laba / Rugi	Penjualan
2013	222	444.905	11.912.763
2014	267	554.017	13.590.405
2015	293	221.741	13.802.450
2016	299	38.483	13.527.323
2017	259	(1.243.414)	12.562.780

(Sumber : diolah penulis)

(dalam satuan Miliar Rupiah)

Terlihat dari tabel diatas,dengan bertambah banyaknya gerai yang dibuka justru dalam transformasi yang dilakukan MPPA menunjukkan penjualan yang cenderung stagnan dan penurunan. Hal ini juga disusul dengan terus merosot nya laba/rugi perusahaan bahkan menurut laporan keuangan tahun 2017,MPPA membukukan kerugian sebesar 1,2 Triliun Rupiah.

Maka dari itu,penulis ingin mengetahui dampak dari transformasi yang di lakukan PT Matahari Putra Prima Tbk terhadap kinerja keuangan MPPA itu sendiri. Pada penelitian ini periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2013-2017. Tahun 2013 dan 2014 dianggap sebagai periode sebelum transformasi bisnis dikarenakan pada tahun 2014 belum adanya transformasi yang dilakukan secara signifikan. Sedangkan pada penelitian ini tahun 2015 hingga tahun 2017 merupakan periode transformasi. Hasil dari analisa tersebut akan disajikan untuk pihak-pihak yang membutuhkan baik untuk manajemen perusahaan,investor,karyawan,kreditur,dan juga masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas,maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi transformasi bisnis yang dilakukan PT Matahari Putra Prima,Tbk pada era transformasi?
2. Bagaimana kinerja keuangan PT Matahari Putra Prima,Tbk berdasarkan analisis rasio sebelum terjadinya transformasi?
3. Bagaimana kinerja keuangan PT Matahari Putra Prima,Tbk berdasarkan analisis rasio sesudah terjadinya transformasi
4. Bagaimana perbedaan yang terjadi setelah diterapkan transformasi bisnis PT Matahari Putra Prima,Tbk?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis jabarkan diatas,tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui transformasi yang dilakukan PT Matahari Putra Prima,Tbk di era transformasi.
2. Mengetahui kinerja keuangan PT Matahari Putra Prima,Tbk sebelum terjadinya transformasi.
3. Mengetahui kinerja keuangan PT Matahari Putra Prima Tbk sesudah terjadinya transformasi.
4. Mengetahui perbedaan kinerja keuangan PT Matahari Putra Prima,Tbk sebelum dan sesudah transformasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas,maka manfaat dalam penelitian adalah:

1. Bagi Penulis
Dapat menerapkan pelajaran yang telah dipelajari dalam bidang Manajemen Keuangan yang dipelajari selama masa perkuliahan.
2. Bagi Investor
Hasil dari penelitian ini dapat membantu investor untuk bisa menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan investasi pada perusahaan PT Matahari Putra Prima,Tbk
3. Bagi Perusahaan
Bisa menjadi informasi dampak dan perkembangan bagi perusahaan akan adanya penerapan strategi yang baru ini. Perusahaan juga bisa menjadikannya sebagai indikator posisi perusahaan.
4. Bagi Pembaca
Pembaca mendapatkan wawasan dan ilmu yang baru yang diharapkan bisa berguna untuk dikemudian hari. Pembaca juga bisa menjadikan skripsi ini sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut atau yang serupa.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut (S.Sundjaja, et al., 2012, p. 111) fungsi manajemen keuangan secara garis besar digambarkan dengan memperhatikan perannya dalam organisasi, hubungannya dengan ekonomi, akuntansi, dan juga aktivitas utama dan peran manajer keuangan dalam Manajemen Kualitas Total. Manajer keuangan memiliki beberapa hal penting yang dilakukan, yang pertama adalah manajer keuangan juga berkaitan dengan keputusan investasi yaitu berapa besar jumlah investasikan dananya dan yang kedua adalah keputusan pembiayaan yang membahas dari mana dana investasi diperoleh, hal yang berkaitan, bagaimana imbal hasil atas portofolio investasi dapat dicapai setinggi mungkin dengan tingkat risiko tertentu.

Menurut Fred R David 2005, tujuan perusahaan dapat bersifat finansial dan non finansial (strategis). Tujuan finansial dapat berupa pertumbuhan dan peningkatan pada penjualan, pendapatan bersih, dividen, profit margin, *Return on Investment (ROI)*, *Earning per Share (EPS)*, harga saham, dan perbaikan pada arus kas. Sedangkan pada tujuan non finansial perusahaan termasuk pangsa pasar yang lebih besar, pengiriman barang yang lebih cepat, dan tepat waktu daripada pesaing, kualitas produk yang lebih unggul, dan jangkauan pasar secara geografis yang lebih luas, dan lain lain.

Dalam upaya mencapai tujuan tersebut tentunya menghadapi banyak tantangan. Persaingan dalam usaha merupakan sebuah tantangan yang tidak bisa dihindari, selain persaingan antara perusahaan preferensi konsumen, perkembangan zaman dan masih banyak lagi juga menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan. Dibutuhkan strategi agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan agar perusahaan dapat terus berkembang.

Transformasi bisnis (Suanda, 2016) adalah seluruh proses perubahan yang diperlukan oleh suatu korporasi untuk memposisikan diri agar lebih baik dalam menyikapi dan menjawab tantangan-tantangan bisnis baru, lingkungan usaha yang berubah secara cepat maupun keinginan-keinginan baru yang muncul dari dalam perusahaan. Perubahan dilakukan secara menyeluruh dan berkesinambungan terhadap pola pikir, pola pandang dan pola tindak perusahaan, strategi bisnis, budaya perusahaan maupun perilaku dan kemampuan organisasi

Dengan melakukan transformasi bisnis ini perusahaan perlu alat ukur untuk mengukur keberhasilan perusahaan. Salah satu alat ukur untuk mengukur keberhasilan transformasi bisnis yang dilakukan dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan. Untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan, perlu dilakukan analisis laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan aktivitas keuangan perusahaan secara periodikal. Laporan keuangan menurut (Sundjaja, et al., 2013, p. 115) adalah suatu laporan yang menggambarkan hasil dari proses akuntansi yang digunakan oleh pihak yang berkepentingan dengan data-data aktivitas tersebut.

Analisis laporan keuangan yang dapat digunakan adalah analisis vertikal, analisis horizontal, analisa arus kas, dan analisis rasio keuangan. Menurut (Sundjaja, et al., 2013, p. 122), Analisis Vertikal atau *Common Size* adalah analisis yang menyatakan satuan nilai rupiah pada setiap pos menjadi satuan nilai persen terhadap penjualan, sementara Analisis Horizontal merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan keuangan untuk beberapa periode. Dari hasil analisis ini akan terlihat perkembangan perusahaan dari periode yang satu ke periode yang lain.

Menurut (Kasmir, 2008, p. 72) analisis rasio merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan pos-pos yang ada dalam satu laporan keuangan atau pos-pos antara laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Analisis rasio dibagi menjadi analisis rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas.

Dari hasil analisis rasio tersebut, maka akan terlihat bagaimana kinerja keuangan perusahaan, posisi perusahaan, serta kelebihan dan kekurangan perusahaan. Hasil dari analisis tersebut akan berguna bagi perusahaan untuk mengevaluasi mengenai kegiatan transformasi bisnis yang dilakukan apakah kegiatan tersebut menghasilkan buah positif atau sebaliknya menghasilkan efek negatif bagi perusahaan, serta bisa memberikan petunjuk bagi perusahaan untuk merumuskan dan menerapkan rencana perusahaan untuk di masa yang akan datang agar bisa terus tetap berkiprah dalam usahanya.