

KINERJA PERUSAHAAN: PROFITABILITAS

Djoko Wuloro, MComm

Bagi pelaku bisnis, profitabilitas merupakan kriteria terpenting untuk mengukur kinerja perusahaan. Sedemikian pentingnya, banyak yang menjadikan profitabilitas sebagai sasaran utama perusahaan. Bagi perusahaan - BUMN, profitabilitas juga merupakan kriteria terpenting, memiliki bobot 75% dalam mengukur kinerja perusahaan. Kagano (1985) dalam penelitiannya terhadap profitabilitas, dengan menggunakan sampel sebanyak 500 manajer Amerika dan Jepang, memberikan hasil yang menguatkan peranan profitabilitas. Dalam pertengahan tahun 1970-an, pelaku pasar modal di Amerika, dalam membandingkan kinerja antarperusahaan mulai beralih dari ukuran laba per saham ke profitabilitas. Bagi akademikus, dalam studi empiris di bidang manajemen strategis, profitabilitas juga sangat populer sebagai ukuran kinerja perusahaan (Lubatkin dan Shrieves, 1986). Fakta tersebut di atas menunjukkan demikian penting dan luasnya pemakaian profitabilitas sebagai alat ukur kinerja perusahaan.

A. Mengukur Kinerja Perusahaan

Memakai profitabilitas untuk mengukur kinerja perusahaan disebut oleh Shillinglaw (1982) sebagai "*retrospective economic evaluation*" yang berbeda dari "*true economic evaluation*". Evaluasi pertama, perhatiannya pada besarnya laba periode sekarang yang diperoleh dari aktivitas perusahaan yang dibubungkan dengan investasi yang dipakainya. Pada evaluasi ini, eksekutif perusahaan dituntut untuk melakukan manajemen laba dan manajemen aktiva. Sedangkan evaluasi kedua, perhatiannya pada besarnya arus kas periode mendatang yang kemudian dicari nilai sekarangnya.

B. Konsep Profitabilitas

Alat ukur yang populer untuk menentukan profitabilitas perusahaan adalah *Return on Assets* (ROA), laba bersih dibagi dengan total aktiva. Rasio lainnya dapat berupa *Return on Net Assets* (RONA) dan *Return on Equity* (ROE). ROA mengukur sukses suatu perusahaan dalam memakai aktiva untuk menghasilkan laba, sehingga ROA merupakan alat ukur yang berguna untuk mengevaluasi kinerja **manajemen laba** dan **manajemen investasi** suatu perusahaan.

Untuk memberikan informasi yang lebih berguna bagi manajer dalam melakukan manajemen laba dan manajemen investasi, perusahaan Du Pont memecah ROA ke dalam dua alat ukur, margin laba (*profit margin*) dan perputaran aktiva (*assets turnover*), sehingga ROA dapat diperoleh dari berbagai kombinasi margin laba dan perputaran aktiva. Margin laba memberikan informasi tentang profitabilitas penjualan sebagai indikator kinerja manajemen laba. Sedangkan perputaran aktiva menunjukkan investasi aktiva yang diperlukan untuk mendukung penjualan sebagai indikator kinerja manajemen investasi.

C. Manajemen ROA

Setiap perusahaan mengalami perubahan besarnya ROA, meningkat atau menurun dari tahun demi tahun. Sepertinya tidak mungkin mempertahankan besarnya ROA untuk kurun waktu panjang. Alasan pokoknya adalah ketidakmampuan perusahaan mengendalikan perubahan faktor-faktor lingkungan luar perusahaan dan faktor internal perusahaan yang terus menerus harus disesuaikan dengan perubahan lingkungannya. Oleh karenanya bagi eksekutif perusahaan,

manajemen ROA pada hakikatnya adalah mencari kombinasi optimum atas manajemen laba dan manajemen investasi yang memberikan tingkat ROA terbaik bagi perusahaan.

Beberapa faktor sebagai penentu (*determinant*) perubahan ROA sebagai akibat dari perubahan manajemen laba dan manajemen investasi, yaitu: struktur industri di mana perusahaan beroperasi, keunggulan bersaing perusahaan, kualitas dan kuantitas sumber daya perusahaan (Hansen & Wenerfelt, 1989), rendahnya pangsa pasar (Woo, 1984), strategi bersaing perusahaan (Porter, 1980), durasi hidup produk (*operating leverage*) (Selling and Stickney, 1989), keragaman produk (Mather, 1992), keberagaman diversifikasi bisnis (Mahajan and Wind, 1988; Pitts and Hopkins, 1982).

Beberapa faktor memiliki hubungan kuat dengan ROA yaitu: fleksibilitas manufaktur (Swamidass dan Newell, 1987), kompetensi produksi (Cleveland, Schroeder, and Anderson, 1989), struktur dan proses (Rumelt, 1974), perencanaan strategis formal (Pearce, Robbins, Robinson, 1987).

1. Operating Leverage Perusahaan beroperasi dengan perbedaan struktur biaya, komposisi biaya tetap dan biaya variabel dari total biaya. Dalam industri padat modal, umumnya biaya tetap sangat dominan proporsinya dalam total biaya perusahaan - *high level operating leverage company*. Sedangkan dalam industri eceran, biaya variabel lebih tinggi proporsinya dalam total biaya perusahaan - *low level of operating leverage company*. Perusahaan dengan *high level of operating leverage* biasanya mengalami variabilitas dalam ROA lebih besar.

dibandingkan perusahaan dengan *low level of operating leverage*, apabila terjadi perubahan besar dalam persaingan dan pertumbuhan pasar.

2. **Daur Hidup Produk:** Produk bergerak melalui 4 tahapan – introduksi, pertumbuhan, pendewasaan, dan penurunan. Selama tahap pengenalan dan pertumbuhan, perusahaan memusatkan aktivitasnya pada pengembangan produk (*product R&D spending*), pengembangan pasar (*advertising and other promotion spending*), dan perluasan kapasitas (*capital spending*). Tujuannya untuk memperoleh pangsa pasar yang tercermin pada besarnya pangsa pasar, sehingga dalam tahap pengenalan ROA negatif, karena menderita kerugian dan meningkat menjadi positif dalam tahap pertumbuhan karena diperoleh keuntungan. Dalam tahap pendewasaan, persaingan sangat tinggi, perusahaan menekankan aktivitasnya pada pengurangan biaya melalui efisiensi produksi dan belajar dari pengalaman, tidak ada investasi tambahan. Dalam tahap ini ROA akan meningkat secara dramatis dibandingkan tahap sebelumnya.

3. **Variasi Produk:** Banyak perusahaan menargetkan untuk meluncurkan produk baru. Dengan alasan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengungguli pesaing serta memperluas kesempatan bisnis. Semakin kuat alasan ini membudidaya di perusahaan, semakin banyak produk baru diluncurkan di pasar. Jika ROA maksimum sebagai tujuannya maka perlu adanya rancangan optimasi portofolio produk, karena peningkatan penjualan yang disebabkan oleh penambahan lini produk dan produk baru memerlukan penambahan investasi modal kerja dan aktiva tetap, sedangkan peningkatan laba belum tentu sejalan dengan peningkatan penjualan. Dengan rancangan portofolio produk akan terjawab besarnya ROA perusahaan yang tertinggi yang dapat dipakai sebagai pedoman menentukan optimasi variasi produk.

4. **Strategi Bersaing:** Perusahaan dapat memilih untuk mengimplementasikan strategi bersaing keunggulan biaya menyeluruh (*Overall Cost Leadership*) atau strategi diferensiasi (*Differentiation Strategy*). Kedua strategi bersaing tersebut mampu memberikan hasil ROA yang sama bagi perusahaan (Porter, 1980). Perbedaannya terletak pada implementasi strateginya. Pada strategi diferensiasi, kuncinya adalah keunikan produk yang tidak mudah ditiru oleh pesaing dan dirasakan penting oleh pelanggan. Hasilnya, perusahaan akan memperoleh harga premium yang dapat memberikan *profit margin* yang tinggi walaupun dengan pangsa pasar yang rendah. Pada strategi keunggulan biaya, kuncinya adalah efisiensi biaya menyeluruh yang tidak mudah ditiru oleh pesaing, dimaksudkan perusahaan dapat mengejar pangsa pasar yang besar untuk memperoleh tingkat perputaran aktiva yang tinggi walaupun harus mengalami *profit margin* yang rendah. Risikonya, apabila perusahaan tidak mampu mengimplementasikan strategi bersaingnya dengan baik maka ROA yang diperoleh akan jauh di bawah ROA rata-rata industri.

5. **Struktur Industri:** Lingkungan industri dipengaruhi oleh lima kekuatan pokok (Porter, 1980) yaitu: ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, tingkat persaingan, dan kinerja produk pengganti. Kelima kekuatan pokok tersebut menentukan daya tarik industri yang tercermin pada besarnya profitabilitas industri. Oleh karenanya perusahaan dalam beroperasi akan dibatasi oleh kombinasi margin laba dan perputaran aktiva yang dapat dilakukan perusahaan. Kendala yang dihadapi perusahaan dapat berupa: kendala kapasitas (*capacity constraint*) dan kendala persaingan (*competitive constraint*).

Perusahaan yang beroperasi dalam industri yang padat modal dan membutuhkan waktu lama untuk menambah kapasitas akan menghadapi kendala kapasitas. Akibatnya perusahaan harus menghadapi perputaran aktiva yang rendah. Untuk

mendapatkan ROA yang tinggi, perusahaan harus mampu memperoleh tingkat margin laba yang tinggi. Biasanya tingkat margin laba yang tinggi dapat diperoleh melalui rintangan masuk yang tinggi. Contohnya: industri semen.

Sebaliknya, perusahaan yang beroperasi dalam industri dengan ciri-ciri: rintangan masuk rendah, persaingan tinggi, akan menghadapi kendala persaingan. Akibatnya perusahaan harus menghadapi rendahnya tingkat margin laba. Untuk mendapatkan ROA yang tinggi perusahaan harus mampu memperoleh tingkat perputaran aktiva yang tinggi. Contohnya: industri minuman.

D. Pro dan Kontra ROA

Walaupun ROA sangat luas dipakai untuk mengukur kinerja perusahaan, namun ROA banyak dikritik oleh para *management scholar* seperti Harcourt (1965), Solomon (1971), Fisher dan McGowan (1983), Rappaport (1986) yang menyatakan bahwa ROA tidak cukup sebagai indikator tingkat pengembalian ekonomis (*economic rate of return*). Alasan pokoknya, ROA yang didefinisikan sebagai laba dibagi dengan total aktiva tidak layak mencerminkan hubungan jangka panjang antara laba dan investasi, karena laba memang diperoleh dari hasil keputusan investasi yang dibuat masa lalu. Namun, keputusan investasi tersebut tidak hanya mempengaruhi laba periode sekarang, tetapi juga laba yang akan datang, sehingga investigasi empiris yang menggunakan ROA dinamakan oleh Fisher dan McGowan sebagai "*totally misleading enterprise*" dan oleh Benston (1985) sebagai "*doubtful value*". Walaupun demikian, Scherer (1979), Long dan Ravenscraft (1984) tetap beranggapan bahwa ROA masih layak untuk dipakai sebagai alat ukur kinerja perusahaan.

E. Validitas ROA

Untuk memecahkan perdebatan pro dan kontra tentang pemakaian ROA sebagai alat ukur kinerja perusahaan, Jacobson (1987) melakukan pengujian validitas ROA dengan menggunakan data 241 perusahaan dengan kurun waktu tahun 1963 sampai dengan 1982. Hasilnya, ROA

adalah berguna dan barangkali indikator terbaik dari kinerja perusahaan serta memberikan informasi tentang tingkat pengembalian ekonomis. Alasan pokoknya bahwa: (1) ROA mempunyai korelasi secara signifikan dengan imbalan saham, keduanya berdasarkan analisis *time-series* *cross-sectional*; (2) Secara statistik, ROA mempunyai asosiasi lebih besar dengan imbalan saham daripada pertumbuhan laba operasi dan profit margin; (3) Konsisten dengan pasar yang efisien, ROA memiliki asosiasi yang kuat dengan imbalan saham.

F. Penutup

Memajemeni kinerja perusahaan bagi para eksekutif perusahaan adalah mutlak tetapi sangat kompleks, karena profitabilitas sebagai alat ukur kinerja perusahaan sangat penting bagi semua pihak yang berkepentingan terhadap

perusahaan. ROA adalah alat ukur kinerja profitabilitas perusahaan yang sangat populer. Walaupun ada yang pro dan kontra terhadap ROA, namun validitas sebagai alat ukur telah diuji secara empiris. Selanjutnya, studi empiris masih perlu dilakukan mengenai realibilitas ROA sebagai alat ukur kinerja perusahaan.

Daftar Pustaka

1. Cleveland, G. R.G. Shroeder dan J.C. Anderson (1989). "A Theory of Production Competence." *Decision Science*, hal: 655-668.
2. Hansen, G.S., dan B. Wenerfelt (1989). "Determinants of Firm Performance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors," *Strategic Management Journal*, Vol. 10.
3. Jacobson R. (1987) "The Validity of ROI as A Measure of Business Performance." *The American Economic Review* Vol 77.
4. Kagano, T. (1985) *Strategic vs Evolutionary Management*. Englewood Cliff, NJ. Prentice Hall.
5. Mather, H. (1992). "Optimize Your Product Variety," *Production and Inventory Management Journal*, kuartal ke-2.
6. Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
7. Selling, T.I., dan C.P. Stuckney (1989). "The Effect of Business Environment and Strategy on Firm's ROA." *Financial Analysis Journal*.
8. Sherer, F.M. (1980) *Industrial Market Structure and Economic Performance*, edisi ke-2. Chicago: Rand-McNally.
9. Shillinglaw, G. (1982). *Managerial Cost Accounting*, edisi ke-5. Richard D. Irvin.

Djoko Winoto, MComin adalah Faculty Member Sekolah Tinggi Manajemen Prasetiya Mulya
