

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Analisis Kinerja Keuangan

1. Pengertian Keuangan

Keuangan dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu mengelola uang. Keuangan juga disebut sebagai pemberian uang pada waktu ketika dibutuhkan. Fungsi keuangan adalah pengadaan dana dan efektif pemanfaatan di badan usaha. Konsep keuangan meliputi modal, dana, uang, dan jumlah. Menurut kamus oxford, kata keuangan berkonotasi pengelolaan keuangan. *webster ninth new collegiate dictionary* mendefinisikan keuangan sebagai ilmu pengelolaan dana termasuk pengelolaan dana sebagai sistem yang mencakup peredaran uang, pemberian kredit, pembuatan investasi, dan ketentuan fasilitas perbankan.¹

2. Pengertian Laporan Keuangan

Secara umum dikatakan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Biasanya laporan keuangan dibuat per periode, misalnya tiga bulan, atau enam bulan untuk kepentingan intern perusahaan. Adapun untuk laporan lebih luas dilakukan 1 tahun sekali.²

Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dimana informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja

¹Mertyani Sari Dewi Dan Wirawan Suryanto, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021) h. 1

²Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Edisi Ke Dua (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h.66

keuangan suatu perusahaan. Menurut munawir laporan keuangan adalah alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan bersangkutan, dengan begitu laporan keuangan diharapkan akan membantu para pengguna (*user*) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial.³

3. Kinerja Keuangan

a. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.⁴

Kinerja keuangan merupakan suatu analisis untuk menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya secara finansial yang ditunjukkan dalam laporan keuangan.⁵

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari hasil analisis dan hasil ekonomi yang dilakukan pada periode tertentu dalam rangka menghasilkan keuntungan secara efisien dan efektif yang tercermin dalam laporan keuangan perusahaan.⁶

³Wastam Wahyu Hidayat, *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018), h.2

⁴ Francis Hutabarat, *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*, (Banten: Desanta Muliavisitama, 2020), h.2

⁵Suparna Wijaya Dan Tb. Fathul Rizki Khoironi, *Kinerja Keuangan Manchester United PLC Sebelum Dan Di Masa Pandemi Covid-19*, (Jawa Barat: Guepedia, 2021), h.27

⁶I Gusti Ayu Purnamawati, *Akuntansi Dan Implementasinya Dalam Koperasi Dan UMKM*, Edisi 1 (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h.192

b. Tujuan Kinerja Keuangan

Penilaian kinerja keuangan mampu memberikan informasi mengenai perkiraan perusahaan dalam menghasilkan arus kas di masa depan dengan sumber daya yang tersedia serta bermanfaat bagi manajemen untuk mengambil keputusan bisnis tentang efektivitas sumber daya. Salah satu cara menilai kinerja dapat dilakukan dengan mengukur tingkat rasio keuangan yang ada. Munawir berpendapat bahwa ada beberapa tujuan dalam mengukur kinerja keuangan diantaranya:⁷

- 1) Untuk mengetahui tingkat rentabilitas atau profitabilitas.

Yaitu ukuran yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba selama periode tertentu dengan modal secara efisien. Tingkat profitabilitas biasanya menjadi acuan terhadap keberlangsungan bisnis.

- 2) Untuk mengetahui tingkat likuiditas.

Dengan mengetahui hal ini dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi keuangannya pada saat ditagih.

- 3) Untuk mengetahui tingkat Solvabilitas.

Dengan mengetahui hal ini dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban

⁷Suparna Wijaya Dan Tb. Fathul Rizki Khoironi, *Kinerja Keuangan Manchester United PLC Sebelum Dan Di Masa Pandemi Covid-19*, (Jawa Barat: Guepedia, 2021), h.28-29

keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.

4) Untuk mengukur tingkat aktivitas.

Yaitu ukuran yang menunjukkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aktiva guna menghasilkan kas dan pendapatan. Rasio ini dapat mengukur bagaimana kinerja perusahaan bersaing dengan industri sejenis berdasarkan tren dari waktu ke waktu.

c. Pengertian Rasio Keuangan

Menurut James C Van Horne rasio keuangan merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Dari hasil rasio keuangan ini akan terlihat kondisi perusahaan yang bersangkutan.⁸

d. Jenis-Jenis Rasio

1) Rasio Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Caranya adalah dengan membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di passiva lancar.⁹

⁸Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 1 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h.104

⁹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.

- 2) Rasio Solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.¹⁰ Dalam praktiknya, apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio solvabilitas yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya resiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio solvabilitas lebih rendah tentu mempunyai resiko kerugian lebih kecil pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada saat perekonomian tinggi.¹¹
- 3) Rasio Aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Caranya dengan membandingkan antara tingkat penjualan dengan investasi dalam aktiva untuk satu periode. Kemampuan manajemen untuk menggunakan dan mengoptimalkan aktiva yang dimiliki merupakan tujuan utama rasio ini.¹²
- 4) Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Penggunaanya dapat dilakukan dengan cara menggunakan perbandingan antara berbagai komponen

113. ¹⁰Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.

152 ¹¹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.

172-173. ¹²Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.

yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah berkerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang ditentukan, mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode. Namun sebaliknya jika tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan, ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode ke depan.¹³

e. Tahap Menganalisis Kinerja Keuangan

Ada beberapa tahap untuk menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan secara umum, yaitu:

1) Melakukan *review* terhadap data laporan keuangan

Tujuan dilakukan *review* adalah agar laporan keuangan yang sudah dibuat tersebut sesuai dengan penerapan kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam dunia akuntansi.

2) Melakukan Perhitungan

Dalam melakukan perhitungan, penerapan metode perhitungan dapat disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memberikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.

¹³Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 196-197.

- 3) Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang telah diperoleh

Dari hasil hitungan yang sudah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan dari berbagai perusahaan lainnya. Metode yang paling umum dipergunakan untuk melakukan perbandingan ini ada dua yaitu:

- a) *Time series analysis*, yaitu membandingkan secara antar waktu atau antar periode, dengan tujuan itu nantinya akan terlihat secara grafik.
 - b) *Cross sectional approach*, yaitu melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan rasio-rasio yang telah dilakukan antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sejenis yang dilakukan secara bersamaan. Dari hasil kedua metode tersebut akan dibuat kesimpulan yang menyatakan posisi perusahaan tersebut dalam kondisi sangat baik, baik, sedang/noraml, tidak baik, dan sangat tidak baik.
- 4) Melakukan penafsiran (*interpretation*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.
 - 5) Mencari dan memberikan pemecahan masalah (*solution*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.¹⁴

¹⁴Francis Hutabarat, *Analisis Kenierja Keuangan Perusahaan* (Banten: Desanta Muliavistama, 20200, h. 5-6.

B. Sektor Ritel

1. Pengertian Ritel

Kata *ritel* berasal dari bahasa Prancis *retellier* yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Menurut Cristina whidya utama usaha *ritel* atau eceran dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Menurut Kotler eceran (*retaling*) meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.¹⁵

2. Jenis-Jenis Ritel

Bisnis ritel terbagi dalam berbagai jenis yang sangat beragam berdasarkan klasifikasi menurut bentuk, ukuran, dan tingkat modernitasnya. Berdasarkan tingkat modernitas, bisnis ritel dapat diklasifikasikan dalam ritel tradisional dan ritel modern. Klasifikasi tersebut umumnya dipersempit pengertiannya hanya pada in-store retailing yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya. Termasuk regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel cenderung menggunakan pendekatan tersebut.

Perpres No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, memberikan batasan pasar tradisional dan toko modern dalam pasal 1 sebagai berikut:

- a. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik

¹⁵Mumuh Mulyana, 'Manajemen Sumber Daya Manusia (Sdm) Ritel Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan', Jurnal Ilmiah Ranggagading, 10.2 (2010), 164–70 (h.165).

Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

- b. Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk *Perkulakan*.¹⁶

Batasan Toko Modern dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut:

- 1) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi);
- 2) Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
- 3) Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
- 4) Department Store, diatas 400 m² (empat ratus meter per segi);
- 5) Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).

Kotler memberikan gambaran lebih utuh dengan membagi perdagangan eceran menjadi pengecer toko (*store retailing*), penjualan eceran tanpa toko (*nonstore retailing*), dan berbagai organisasi eceran (*retail organizations*).

Pengecer Toko (*Store Retailing*), jenis-jenisnya adalah: toko khusus (*specialty stores*); toko serba ada (*department stores*); pasar swalayan (*supermarkets*); toko kelontong (*convenient stores*); toko

¹⁶Tri Joko Utomo, 'Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel', Jurnal Fokus Ekonomi, 5.1 (2010), 70–80 (h.72)

diskon (*discount stores*); pengecer potongan harga (*off-price retailers*) terdiri dari toko pabrik (*factory outlets*), pengecer potongan harga independen (*independent off-price retailers*), dan klub gudang (*warehouse clubs*)/ klub grosir (*wholesale clubs*); toko super (*superstores*) terdiri dari toko kombinasi (*combination store*) dan pasar hiper (*hypermarket*); dan ruang pameran katalog (*catalog showrooms*).

Penjualan Eceran Tanpa Toko (*Nonstore Retailing*), jenis-jenisnya adalah: penjualan langsung (*direct selling*), terdiri dari penjualan satu-satu (*one-to-one selling*), penjualan satu-ke-banyak/pesta (*one-to-many (party) selling*), pemasaran bertingkat/ jaringan (*multilevel (network) marketing*); pemasaran langsung (*direct marketing*), termasuk di dalamnya pemasaran lewat telepon (*telemarketing*), pemasaran tanggapan langsung lewat televisi (*program home shopping* dan *infomercials*), dan belanja elektronik: penjualan otomatis (*automatic vending*); dan jasa pembelian (*buying service*).

Organisasi Eceran (*Retail Organizations*), jenis-jenisnya adalah: jaringan toko korporat (*corporate chain stores*); jaringan sukarela (*voluntary chain*); koperasi pengecer (*retailer cooperative*); koperasi konsumen (*consumer cooperative*); organisasi waralaba (*franchise organization*); dan konglomerat perdagangan (*merchandising conglomerate*).¹⁷

¹⁷Tri Joko Utomo, 'Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel', Jurnal Fokus Ekonomi, 5.1 (2010), 70–80 (h.72)

C. Akuisisi

1. Pengertian Akuisisi

Di dalam Pasal 1 angka 11 UUPT, yang berbunyi :

“Pengambilalihan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk mengambil alih saham perseroan yang mengakibatkan beralihnya pengendalian atas perseroan tersebut”.

Selanjutnya di dalam Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 Tentang Penggabungan, Peleburan dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas, yang dimaksud dengan akuisisi atau pengambilalihan adalah:

“Perbuatan hukum yang dilakukan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk mengambilalih baik seluruh maupun sebagian besar saham perseroan yang dapat mengakibatkan beralihnya pengendalian terhadap perseroan tersebut”.

Rachmadi usman mendefinisikan akuisisi sebagai dua perseroan atau lebih tetap ada hanya saja terjadi perubahan kepemilikan aset atau saham, sehingga mengakibatkan pula beralihnya pengendalian terhadap perseroan terbatas yang bersangkutan yang telah diambil alih. Sedangkan Munir Fuady, mendefinisikan akusisi adalah setiap perbuatan hukum untuk mengambil alih sebagian besar atau seluruh saham dan/ atau *asset* dari perusahaan lain.

Berdasarkan berbagai pengertian akuisisi yang telah dikemukakan diatas, terlihat unsur-unsur akuisisi sebagai berikut:

- a. Dalam proses akuisisi melibatkan dua pihak yaitu perusahaan yang melakukan akuisisi dan perusahaan terakuisisi.
- b. Pelaku akuisisi bisa badan hukum atau orang perorangan.

- c. Perusahaan yang melakukan akuisisi akan mengambilalih sebagian besar atau seluruh saham perusahaan terakuisisi.
- d. Perusahaan yang melakukan akuisisi mengambilalih pengendalian perusahaan terakuisisi.
- e. Perusahaan yang melakukan akuisisi maupun perusahaan terakuisisi keduanya tetap eksis menjalankan aktivitasnya.¹⁸

2. Jenis Akuisisi

Klasifikasi berdasarkan objek yang diakuisisi dibedakan atas akuisisi saham dan akuisisi aset.

a. Akuisisi Saham

Akuisisi saham merupakan salah satu bentuk akuisisi yang paling umum ditemui dalam hampir setiap kegiatan akuisisi.

b. Akuisisi Aset

Apabila sebuah perusahaan bermaksud memiliki perusahaan lain, ia dapat membeli sebagian atau seluruh aktiva atau aset perusahaan lain tersebut. Jika pembelian tersebut hanya sebagian dari aktiva perusahaan, hal ini dinamakan akuisisi parsial. Secara sederhana, akuisisi aset merupakan jual beli (aset) antara pihak yang melakukan akuisisi aset (sebagai pihak pembeli) dengan pihak yang asetnya diakuisisi (sebagai pihak penjual), jika dilakukan dengan pembayaran uang tunai. Selain itu, perjanjian tukar menukar antara aset yang diakuisisi dengan suatu kebendaan lain milik pihak yang melakukan akuisisi,

¹⁸Juli Asril dan Imas Rosidawati Wiradirja dan Ahmad M. Ridwan Syaiful Hikmat, *Konsep Akuisisi Saham Perusahaan Nasional Sarana Investasi Asing Hubungannya Dengan Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Era Globalisasi*, (Jawa Barat: Aria Mandiri Group, 2018), h. 232-234

dilakukan jika akuisisi tidak dilakukan cara tunai. Dalam akuisisi aset, perusahaan dapat mengakuisisi perusahaan lain dengan jalan membeli aktiva dari perusahaan dari kemungkinan munculnya pemegang saham minoritas yang dapat terjadi pada peristiwa akuisisi saham. Akuisisi aset dilakukan dengan pemindahan hak kepemilikan aktiva-aktiva yang dibeli.¹⁹

Berdasarkan keterkaitan operasinya, akuisisi dikelompokkan sebagai berikut:

1) Akuisisi Horizontal

Akuisisi ini dilakukan terhadap perusahaan lain yang mempunyai bisnis atau bidang usaha sama. Perusahaan yang diakuisisi dan yang mengakuisisi saling bersaing untuk memasarkan produk yang mereka tawarkan.

2) Akuisisi Vertikal

Akuisisi ini dilakukan terhadap perusahaan yang berbeda. Misalnya, perusahaan rokok mengakuisisi perusahaan perkebunan tembakau.

3) Akuisisi Konglomerat

Perusahaan yang mengakuisisi dan yang diakuisisi tidak mempunyai keterkaitan operasi. Akuisisi perusahaan yang menghasilkan *food-product* oleh perusahaan komputer, dapat dikatakan sebagai akuisisi Konglomerat (Husnan, 1998).

4) Akuisisi Ekstensi Pasar

Akuisisi yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk secara bersama-sama memperluas area

¹⁹Budi Untung, *Hukum Akuisisi*, Edisi 1 (Yogyakarta: Andi, 2020), h.2

pasar. Tujuan akuisisi ini memperkuat jaringan pemasaran bagi produk masing-masing perusahaan.

5) Akuisisi Ekstensi Produk

Akuisisi yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk memperluas lini produk masing-masing perusahaan.²⁰

3. Manfaat Akuisisi

Akuisisi mempunyai manfaat bagi perusahaan, antara lain:

a. Komplementaris

Penggabungan dua perusahaan sejenis atau lebih secara horizontal dapat menimbulkan sinergi dalam berbagai bentuk. Misalnya perluasan produk, transfer teknologi, sumber daya manusia yang tangguh dan sebagainya.

b. *Pooling* Kekuatan

Perusahaan-perusahaan yang terlampau kecil untuk mempunyai fungsi-fungsi penting untuk perusahaannya. Misalnya *research and development*, akan lebih efektif jika bergabung dengan perusahaan lain yang memiliki fungsi tersebut.

c. Mengurangi Persaingan

Penggabungan usaha diantaranya perusahaan sejenis akan mengakibatkan adanya pemusatan pengendalian sehingga dapat mengurangi pesaing.

d. Menyelamatkan Perusahaan dari Kebangkrutan

²⁰Budi Untung, *Hukum Akuisisi*, Edisi 1 (Yogyakarta: Andi, 2020), h.2

Bagi perusahaan yang kesulitan likuiditas dan terdesak oleh kreditor, keputusan akuisisi dengan perusahaan yang kuat akan menyelamatkan perusahaan dari kebangkrutan.²¹

4. Motif Melakukan Akuisisi

a. Motif Ekonomi

Esensi tujuan perusahaan dalam perspektif manajemen keuangan adalah seberapa besar perusahaan mampu menciptakan nilai (*value creation*) bagi perusahaan dan bagi pemegang saham. Akuisisi memiliki motif ekonomi yang tujuan jangka panjangnya adalah untuk mencapai peningkatan nilai tersebut. Oleh karena itu seluruh aktivitas dan pengambilan keputusan harus diarahkan untuk mencapai tujuan ini. Motif strategis juga termasuk motif ekonomi ketika aktivitas akuisisi dilakukan untuk mencapai posisi strategis perusahaan agar memberikan keunggulan kompetitif dalam industri.²²

b. Motif Sinergi

Salah satu motivasi atau alasan utama perusahaan melakukan akuisisi adalah menciptakan sinergi. Sinergi merupakan nilai keseluruhan perusahaan setelah akuisisi yang lebih besar dari pada penjumlahan nilai masing-masing perusahaan sebelum akuisisi. Sinergi dihasilkan melalui kombinasi aktivitas secara simultan dari kekuatan atau lebih

²¹Serlika Aprita, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Saham Minoritas, Kreditor Dan Karyawan Atas Akuisisi Perusahaan*, (Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2019), h. 12

²²Serlika Aprita, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Saham Minoritas, Kreditor Dan Karyawan Atas Akuisisi Perusahaan*, (Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2019), h. 13

elemen-elemen perusahaan yang beragabung sedemikian rupa sehingga gabungan aktivitas tersebut menghasilkan efek yang lebih besar dibandingkan dengan penjumlahan aktivitas-aktivitas perusahaan jika mereka bekerja sendiri.

Pengaruh sinergi bisa timbul dari beberapa sumber: (1) penghematan operasi yang dihasilkan dari skala ekonomis dalam manajemen, pemasaran, produksi atau distribusi; (2) penghematan keuangan yang meliputi biaya transaksi yang lebih rendah dan evaluasi yang lebih baik oleh para analisis sekuritas; (3) peningkatan penguasaan pasar akibat berkurangnya persaingan.

c. Motif Diversifikasi

Diversifikasi adalah strategi pemberagaman bisnis yang bisa dilakukan melalui akuisisi. Diversifikasi dimaksud untuk mendukung aktivitas bisnis dan operasi perusahaan untuk mengamankan posisi bersaing. Akan tetapi jika melakukan diversifikasi yang semakin jauh dari bisnis semula, maka perusahaan tidak lagi berada pada koridor yang mendukung kompetensi inti (*core competence*). Disamping memberikan manfaat seperti transfer teknologi dan pengalokasian modal, diversifikasi juga membawa kerugian yaitu adanya subsidi silang.

d. Motif Non Ekonomi

Aktivitas akuisisi terkadang dilakukan bukan untuk kepentingan ekonomi saja, tetapi juga untuk kepentingan yang bersifat non ekonomi, seperti *prestise* dan ambisi. Motif non

ekonomi bisa berasal dari manajemen perusahaan atau pemilik perusahaan.²³

5. Kelebihan dan Kekurangan Akuisisi

Kelebihan akuisisi antara lain:

- a. Akuisisi saham tidak memerlukan rapat pemegang saham dan suara pemegang saham sehingga jika pemegang saham tidak menyukai tawaran *bidding firm*, mereka dapat menahan sahamnya dan tidak menjual kepada pihak *bidding firm*.
- b. Perusahaan yang mengakuisisi dapat berurusan langsung dengan pemegang saham perusahaan yang diakuisisi dengan melakukan *tender offer*, sehingga tidak diperlukan persetujuan manajemen perusahaan.
- c. Akuisisi saham dapat digunakan untuk mengambil alihan perusahaan.
- d. Akuisisi aset memerlukan suara pemegang saham, tetapi tidak memerlukan mayoritas suara pemegang saham. Seperti pada akuisisi saham sehingga tidak ada halangan bagi pemegang saham minoritas jika mereka tidak menyetujui akuisisi.

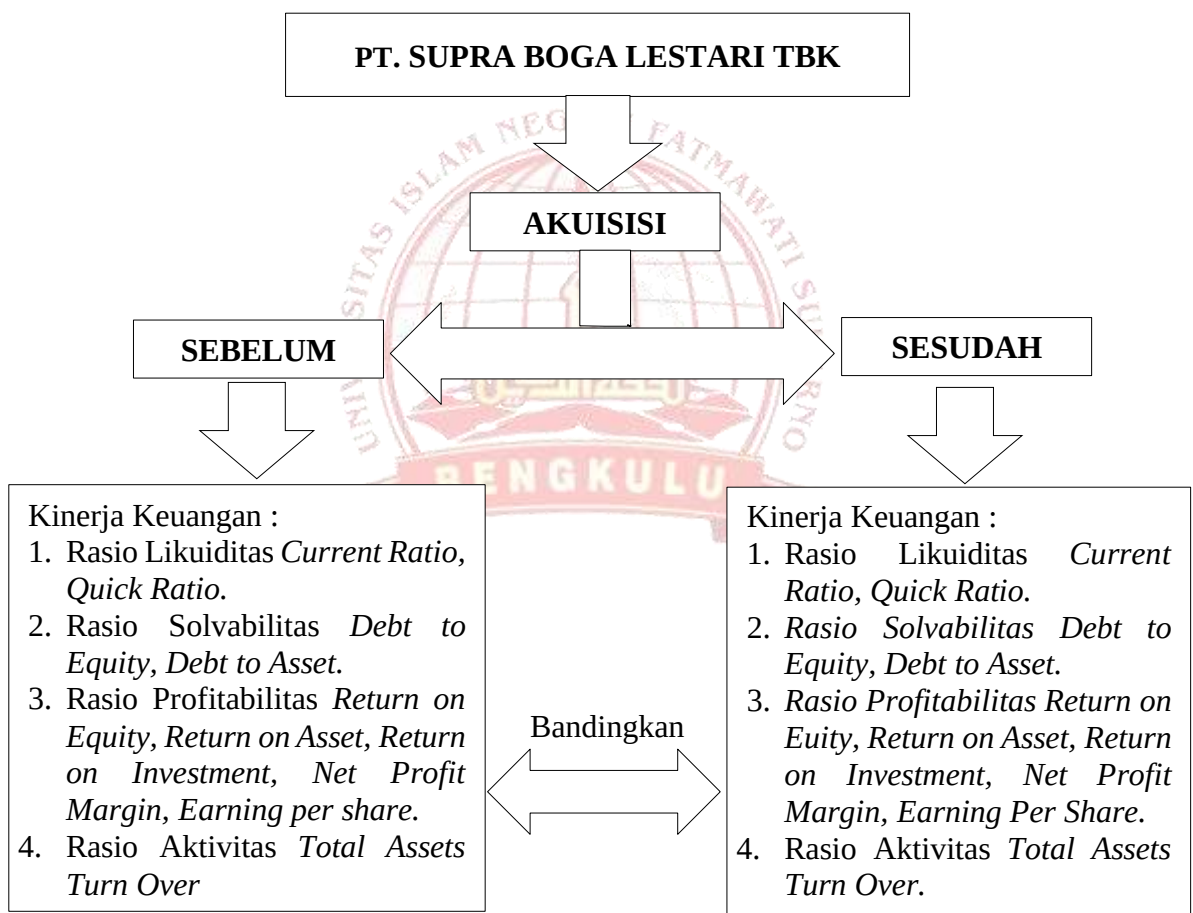
Kekurangan akuisisi, diantaranya:

- a. Jika para pemegang saham minoritas yang tidak setuju terhadap pengambilalihan cukup banyak, akuisisi akan batal. Pada umumnya anggaran dasar perusahaan menentukan paling sedikit dua pertiga (67%) suara setuju pada akuisisi agar akuisisi terjadi.

²³Serlika Aprita, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Saham Minoritas, Kreditor Dan Karyawan Atas Akuisisi Perusahaan*, (Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2019), h. 13-14

- b. Bila perusahaan pengakuisisi mengambil alih seluruh saham yang di beli, maka terjadi *merger*.
- c. Pada dasarnya pembelian setiap aset dalam akuisisi *asset* harus secara hukum dibalik nama sehingga menimbulkan biaya legal yang tinggi.²⁴

D. Kerangka Berpikir Penelitian



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir
Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Ritel
Sebelum dan Sesudah Akuisisi**

²⁴Serlika Aprita, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Saham Minoritas, Kreditor Dan Karyawan Atas Akuisisi Perusahaan*, (Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2019), h. 14-15

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian teori, dan kerangka berpikir, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

- H1 : *Current Ratio* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Current Ratio* perusahaan sesudah akuisisi.
- H2 : *Quick Ratio* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Current Ratio* perusahaan sesudah akuisisi.
- H3 : *Debt to Equity* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Debt to Equity* perusahaan sesudah akuisisi.
- H4 : *Debt to Asset* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Debt to Asset* perusahaan sesudah akuisisi.
- H5 : *Return on Equity* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Return on Equity* perusahaan sesudah akuisisi.
- H6 : *Return on Asset* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Return on Asset* perusahaan sesudah akuisisi.
- H7 : *Return on Investment* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Return on Investment* perusahaan sesudah akuisisi.
- H8 : *Net Profit Margin* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Net Profit Margin* perusahaan sesudah akuisisi.

- H9 : *Earning Per Share* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Earning Per Share* perusahaan sesudah akuisisi.
- H10 : *Total Assets Turn Over* perusahaan sebelum akuisisi terjadi perbedaan yang signifikan dengan *Total Assets Turn Over* perusahaan sesudah akuisisi.

