

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Merger

Penggabungan usaha merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan. Ikatan akuntansi Indonesia (IAI) dalam pernyataan standar akuntansi keuangan Indonesia Nomor 12 (PSAK No.12) mendefinisikan penggabungan badan usaha sebagai bentuk penyatuan dua atau lebih perusahaan yang terpisah menjadi satu entitas ekonomi karena satu perusahaan menyatu dengan perusahaan lain ataupun memperoleh kendali atas aktiva dan operasi perusahaan lain (IAI, 2004). Jenis penggabungan usaha dapat dibedakan menjadi dua yaitu merger dan akuisi dan penyatuan pemilikan (merger).

Pengertian merger secara umum adalah suatu proses penggabungan antara dua perusahaan dengan satu diantaranya tetap berdiri dengan menggunakan nama perusahaan tersebut sementara yang lain dilenyapkan karena sudah dilebur menjadi satu dalam nama yang tetap berdiri tersebut.

Berdasarkan aktivitas ekonomi merger dapat diklasifikasikan dalam lima tipe (Moin, 2003) :

a. Merger Horizontal

Merger horizontal yaitu penggabungan antara dua atau lebih perusahaan yang bergerak dalam industri yang sama. Sebelum terjadinya sebuah merger perusahaan-perusahaan ini bersaing satu sama lain dalam industri yang sama.

b. Merger Vertikal

Merger vertikal adalah integrasi yang melibatkan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam tahapan-tahapan proses produksi atau operasi. Merger dan akuisisi tipe ini dilakukan jika sebuah perusahaan yang berada pada industri hulu memasuki industri hilir atau sebaliknya.

c. Merger Konglomerat

Merger konglomerat adalah penggabungan dua atau lebih perusahaan yang masing-masing bergerak dalam industri yang tidak terkait. Merger dan akuisisi konglomerat terjadi apabila sebuah perusahaan berusaha mendiversikan bidang bisnisnya dengan memasuki bidang bisnis yang berbeda sama sekali dengan bisnis semula.

d. Merger Ekstensi Pasar

Merger ekstensi pasar adalah penggabungan yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk secara bersama-sama memperluas area pasar. Tujuan merger dan akuisisi ini terutama untuk memperkuat jaringan pemasaran bagi produk masing-masing perusahaan.

e. Merger Ekstensi Produk

Merger ekstensi produk adalah penggabungan yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk memperluas lini produk dari masing-masing perusahaan. Setelah merger perusahaan akan menawarkan lebih banyak jenis dan lini produk sehingga akan menjangkau konsumen yang lebih luas.

2.1.1 Manfaat dan Risiko Merger

Menurut (David, 2009), mendefinisikan terdapat beberapa manfaat yang dihasilkan dari proses merger yaitu :

- a) Meningkatkan efisiensi melalui sinergi yang tercipta diantara perusahaan yang di merger
- b) Memperluas portofolio jasa yang ditawarkan dan akan berakibat pada bertambahnya sumber pendapatan bagi perusahaan.

Namun selain manfaat yang mungkin dihasilkan juga terdapat sebuah risiko yang akan muncul dari hasil merger tersebut, yaitu :

- a) Seluruh kewajiban masing-masing perusahaan akan menjadi tanggungan perusahaan hasil merger atau akuisisi, termasuk kewajiban pembayaran dan penyerahan produk kepada vendor yang masih terhutang.
- b) Beban operasional, terutama dalam jangka pendek, akan semakin meningkat sebagai akibat dari proses penggabungan usaha.
- c) Perbedaan budaya (corporate culture), sistem dan prosedur yang diterapkan dimasing-masing perusahaan selama ini akan memerlukan penyesuaian dengan waktu yang relatif lama, dan sebagainya.

2.1.2 Kelebihan dan Kekurangan Merger

Menurut (Moin, 2003) kelebihan dan kekurangan dari merger yaitu :

- a) Kelebihan Merger

Pengambilalihan melalui merger lebih sederhana dan lebih murah dibanding pengambilalihan yang lain.

b) Kekurangan Merger

Dibandingkan dengan akuisisi, merger memiliki beberapa kekurangan, yang menjadi kekurangan dari merger tersebut, yaitu harus ada persetujuan dari para pemegang saham masing-masing perusahaan, sedangkan untuk mendapatkan persetujuan tersebut diperlukan waktu yang cukup lama.

2.1.3 Alasan-alasan Melakukan Merger

Motif utama dibalik merger perseroan menurut Eugene F. Brigham (2001) yaitu :

a) Pertumbuhan atau Diversifikasi

Perusahaan yang menginginkan pertumbuhan yang cepat, baik ukuran, pasar saham, maupun diversifikasi usaha dapat melakukan merger. Perusahaan tidak memiliki resiko adanya produk baru. Selain itu, jika melakukan ekspansi dengan merger, maka perusahaan dapat mengurangi persaingan perusahaan.

b) Sinergi

Sinergi dapat tercapai ketika melakukan penggabungan dan menghasilkan tingkat skala ekonomi (*economies of scale*). Tingkat skala ekonomi dapat terjadi karena perpaduan dari biaya overhead dalam meningkatkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah pendapatan perusahaan ketika tidak merger. Sinergi ini tampak jelas ketika perusahaan yang melakukan merger berada dalam bisnis yang sama karena fungsi dan tenaga kerja yang berlebihan dapat dihilangkan.

c) Meningkatkan Dana

Kebanyakan perusahaan tidak dapat memperoleh dana untuk melakukan sebuah ekspansi internal, tetapi dapat memperoleh dana untuk melakukan

ekspansi eksternal. Perusahaan tersebut berusaha menggabungkan diri dengan perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi sehingga menyebabkan peningkatan daya pinjam perusahaan dan secara otomatis mengalami penurunan kewajiban keuangan. Hal ini memungkinkan untuk meningkatnya dana dengan biaya rendah.

d) Menambahkan Ketrampilan Manajemen atau Teknologi

Karena tidak adanya efisiensi pada manajemennya atau kurangnya teknologi pada perusahaan, maka beberapa perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik. Perusahaan yang tidak dapat membayar untuk mengembangkan teknologinya dan dan tidak dapat mengefisienkan manajemennya, dapat menggabungkan diri dengan perusahaan yang memiliki manajemen atau teknologi yang ahli.

e) Meningkatkan Likuiditas Pemilik

Memungkinkan untuk perusahaan memiliki likuiditas yang lebih besar ketika melakukan merger antar perusahaan. Jika perusahaan lebih besar, maka pasar saham akan lebih luas dan saham akan lebih mudah diperoleh sehingga lebih likuid dibandingkan dengan perusahaan yang relatif lebih kecil.

2.1.4 Faktor-faktor yang Mendorong Perusahaan untuk Melakukan Merger

Motivasi perusahaan untuk melakukan alternatif strategi merger antara lain :

- a) Untuk mendapatkan kesempatan beroperasi dalam skala usaha yang hemat
- b) Guna meningkatkan pangsa pasar
- c) Menghilangkan tidak efisien melalui operasional dan pengendalian finansial yang lebih baik

- d) Kesempatan menggabungkan sumber daya ataupun pasar yang dimiliki masing-masing Bank. Selain itu masih terdapat beberapa faktor yang mendorong motivasi untuk merger, seperti upaya diversifikasi, menurunkan biaya dana, dan menaikkan harga saham secara emosi (*bootstrapping of earning per share*) karena adanya pengumuman akan merger bagi Bank publik.
- e) Berguna sebagai *platform* pertumbuhan perusahaan.
- f) Mengurangi pengeluaran-pengeluaran organisasional dengan cara menghapuskan penggandaan dan mentransfer pengetahuan diantara dan antar unit-unit bisnis atau alur produk individu.

2.2 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari suatu pencatatan akuntansi keuangan yang terjadi selama satu periode. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 1 Januari 2015) Paragraf kesembilan, “Laporan Keuangan adalah suatu penyajian yang terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”. Menurut Munawir (2010 : 5) :

Laporan keuangan adalah dua daftar yang disusun oleh Akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan. Kedua daftar tersebut yaitu daftar neraca dan daftar posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar laba-rugi. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan untuk menambahkan daftar ketiga surplus atau daftar laba yang tak dibagikan (laba ditahan).

Menurut Bambang Wahyudiono (2014 : 10). Laporan keuangan merupakan alat komunikasi utama perusahaan bisa berupaya mencari investor baru bahkan pengajuan kredit ke bank untuk mendapatkan pembiayaan baru. Dipandang dari pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan juga dapat diartikan sebagai laporan pertanggungjawaban manajer atau pimpinan perusahaan atas pengelolaan perusahaan yang dapat dipercayakan oleh pihak-pihak luar perusahaan.

Berdasarkan definisi tentang laporan keuangan diatas, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan suatu ringkasan dari sebuah transaksi keuangan yang terjadi selama periode tertentu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang telah diberikan kepada pihak manajemen dari para pemilik perusahaan.

2.2.1 Tujuan Laporan Keuangan

Menurut PSAK No.1 (Revisi 1 Januari 2015) tujuan dari laporan keuangan adalah sebagai berikut :

Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan suatu informasi posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam membuat suatu keputusan yang ekonomik. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang telah dipercayakan kepada mereka. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi : 1) aset, 2) liabilitas, 3) ekuitas, 4) penghasilan dan beban, 5) keuntungan dan

kerugian, 6) kontribusi dari distributor kepada pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik dan 7) arus kas.

Kinerja Keuangan menurut IAI (2007), mendefinisikan Kinerja Keuangan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya. Kinerja keuangan adalah sebuah alat untuk mengukur prestasi kerja keuangan perusahaan melalui struktur permodalannya. Tolak ukur yang digunakan dalam kinerja keuangan tergantung pada posisi perusahaan. Rasio keuangan merupakan suatu cara yang membuat perbandingan data keuangan perusahaan menjadi lebih berarti. Rasio keuangan menjadi dasar untuk menjawab beberapa pertanyaan penting mengenai kesehatan keuangan dari perusahaan.

2.3 Analisis Laporan Keuangan

Menurut Munawir (2007:2), mendefinisikan laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas dari suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau suatu aktivitas perusahaan tersebut. Menurut Mahduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2009 : 68) mendefinisikan beberapa hal perlu diperhatikan dalam analisis laporan keuangan yaitu :

- (1) Dalam analisis, analisis juga harus mengidentifikasi adanya *trend-trend* tertentu dalam laporan keuangan. Untuk itu laporan keuangan lima atau enam tahun dapat juga digunakan untuk melihat munculnya *trend* tertentu.
- (2) Angka-angka yang berdiri sendiri sulit dikatakan baik tidaknya. Untuk itu diperlukan pembanding yang dapat dipakai untuk melihat baik tidaknya

angka yang dicapai oleh perusahaan. Rata-rata industri bisa dan biasa biasa dipakai sebagai pembanding. Meskipun angka rata-rata industri ini berarti juga bukan merupakan pembanding yang paling tepat karena beberapa hal, misal karena perbedaan karakteristik rata-rata perusahaan dalam industri dengan perusahaan tersebut. Tetapi rata-rata industri tetap bisa dipakai untuk perbandingan.

- (3) Dalam analisis perusahaan, membaca dan menganalisis laporan keuangan dengan hai-hati adalah penting. Diskusi atau pernyataan-pernyataan yang melengkapi laporan keuangan, seperti diskusi strategi perusahaan, diskusi rencana ekspansi atau restrukturisasi, merupakan bagian integral yang harus dimasukkan dalam analisis.
- (4) Analisis barangkali akan memerlukan informasi lain. Terkadang semua informasi yang diperlukan bisa diperoleh melalui analisis mendalami laporan keuangan. Terkadang informasi tambahan di luar laporan keuangan diperlukan. Informasi tambahan ini bisa memberi analisis yang lebih tajam lagi. Sebagai contoh, analisis penurunan penjualan bila disertai dengan analisis perkembangan *marketing share* akan memberi pandangan baru kenapa penjualan bisa menurun.

2.4 Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan merupakan metode yang paling luas untuk digunakan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dalam area investasi, pembiayaan, dan dividen, (David 2009:204). Sedangkan menurut Fahmi (2012:44), mendefinisikan rasio keuangan ini sangat penting gunanya

untuk melakukan analisa terhadap kondisi keuangan perusahaan. Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2009 : 74) definisi dari Analisis rasio yang pada dasarnya disusun dengan menggabungkan angka-angka didalam atau antara laporan laba rugi dan neraca. Dengan cara rasio semacam itu diharapkan pengaruh perbedaan ukuran akan hilang. Misalnya dua perusahaan mempunyai aktiva lancar yang berbeda, Rp10 juta untuk perusahaan A lebih likuid karena mempunyai kas yang lebih tinggi. Tetapi kalau perusahaan tersebut mempunyai hutang semacam ini, perusahaan A 10 juta, sedangkan perusahaan B 2,5 juta, likuiditas kedua perusahaan tersebut akan berlainan. Perusahaan A mempunyai aktiva lancar Rp 10 juta, tetapi harus menanggung utang lancar Rp 10 juta, sedangkan perusahaan B mempunyai aktiva lancar 5 juta, tetapi hanya menanggung hutang setengahnya yaitu 2,5 juta. Rasio – rasio keuangan menghilangkan pengaruh ukuran dan membuat ukuran bukan dalam angka absolut, tetapi dalam angka relatif seperti contoh diatas tersebut. Pada dasarnya analisis rasio bisa dikelompokkan menjadi lima macam kategori, yaitu :

a) Rasio Likuiditas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

b) Rasio Aktivitas

Rasio yang mengukur sejauh mana efektivitas penggunaan aset dengan melihat tingkat aktivitas aset.

c) Rasio Solvabilitas

Rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

d) Rasio Profitabilitas

Rasio yang melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profitabilitas).

e) Rasio Pasar

Rasio ini melihat perkembangan nilai perusahaan relatif terhadap nilai buku perusahaan.

Kelima rasio tersebut ingin melihat prospek dan risiko perusahaan pada masa yang akan datang. Faktor prospek dalam rasio tersebut akan mempengaruhi harapan investor terhadap perusahaan pada masa mendatang. Berikut merupakan perhitungan jenis rasio yang digunakan pada dalam penelitian ini terdiri dari rasio Likuiditas, Aktivitas, Solvabilitas, dan Profitabilitas.

a) Rasio Likuiditas.

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2009 : 75) mendefinisikan bahwa rasio likuiditas ini mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utang lancarnya (utang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan). Meskipun rasio ini biasanya relatif tidak penting dibandingkan rasio solvabilitas, tetapi jika rasio likuiditas dikatakan tidak baik dalam jangka panjang juga akan mempengaruhi solvabilitas perusahaan. Ukuran likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *current ratio*. Berikut merupakan perhitungan dari *current ratio* yaitu :

$$\text{current ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$= \frac{17.568.000}{6.264.000}$$

$$= 2,82 \text{ atau } 282\%$$

Artinya Setiap Rp 1,00 hutang lancar di jamin atau di tanggung oleh Rp 2,82 aktiva lancar . Tidak ada standar khusus berapa besarnya *Current ratio* yang paling baik, namun untuk prinsip kehati – hatian besarnya *Current ratio* sekitar 200% atau 2 : 1 di anggap baik.

Semakin tinggi rasio berarti semakin terjamin hutang-hutang perusahaan kepada kreditur. Bagi kreditur semakin tinggi rasio lancar semakin bagus, akan tetapi untuk perusahaan tertentu dapat berarti lain. Apabila rasio ini tinggi dapat diartikan perusahaan kelebihan aktiva lancarnya atau ada yang tidak optimal.

b) Rasio Aktivitas

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2009 : 76) mendefinisikan rasio ini melihat pada beberapa aset kemudian menentukan tingkat aktivitas aktiva-aktiva tersebut pada tingkat kegiatan tertentu. Aktivitas yang rendah pada tingkat penjualan tertentu akan mengakibatkan semakin besarnya dana kelebihan yang tertanam pada aktiva-aktiva tersebut. Dana kelebihan tersebut akan lebih baik bila ditanamkan pada aktiva lain yang lebih produktif. Rasio aktivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total asset turn over*. Berikut merupakan perhitungan dari *total asset turn over* yaitu :

$$\text{total asset turn over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

$$= \frac{29.768.000}{25.184.000}$$

$$= 1,18 \text{ kali}$$

Artinya perusahaan hanya mampu menghasilkan penjualan sebesar 1,18 kali dari total aktiva yang dimiliki. Turn over ini akan berarti kalau di bandingkan dengan ratio rata-rata industri atau rasi-rasio masa lalu.

c) Rasio Solvabilitas

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2009 : 79) mendefinisikan bahwa rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total utangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Rasio ini mengukur likuiditas jangka panjang perusahaan dan dengan demikian memfokuskan pada sisi kanan neraca. Variabel solvabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Debt Ratio*. Berikut merupakan perhitungan dari *total Debt Ratio* yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Debt Ratio} &= \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \\ &= \frac{11.280.000}{25.184.000} \\ &= 0,45 \end{aligned}$$

Artinya ratio sebesar 0,45 menunjukkan bahwa aktiva sebesar 45% di biayai dari hutang perusahaan.

d) Rasio Profitabilitas

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2009 : 79) mendefinisikan rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Ada tiga rasio yang digunakan dalam penelitian yaitu terdiri dari *net profit margin*,

return on investment dan *return on equity*. Rasio *net profit margin* bisa dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{net profit margin} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \\ &= \frac{1.584.000}{29.768.000} \\ &= 5,32\% \end{aligned}$$

Artinya ratio sebesar 5,32 % berarti bahwa laba bersih sesudah pajak yang di capai adalah sebesar 5,32% dari volume penjualan. Semakin tinggi Net Profit Margin, semakin baik operasi perusahaan. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang rendah untuk tingkat biaya yang tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen.

Rasio profitabilitas yang lain adalah *Return On Asset* (ROA). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA juga sering disebut dengan ROI (*Return On Investment*). Rasio ini bisa dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Return On Asset} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \\ &= \frac{1.584.000}{25.184.000} \\ &= 6,29 \end{aligned}$$

Artinya rasio sebesar 6,29% menunjukkan bahwa penghasilan bersih yang di peroleh adalah sebesar 6,29% dari total aktiva. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan perusahaan. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen.

Rasio profitabilitas yang lain adalah *Return On Equity* (ROE). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Rasio ROE dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Return On Equity} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\% \\ &= \frac{1.584.000}{13.904.000} \\ &= 11,39\% \end{aligned}$$

Artinya rasio sebesar 11,39 % menunjukkan bahwa tingkat return (penghasilan) yang di peroleh pemilik perusahaan atas modal yang di investasikan adalah sebesar 11,39%. Semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh semakin baik kedudukan/posisi pemilik perusahaan.