

ABSTRAK

Persaingan didunia bisnis mendorong perusahaan untuk dapat menyesuaikan diri ditengah arus persaingan. Demikian juga dialami oleh PT. Mayora Indah Tbk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Mayora Indah Tbk menggunakan analisa *Economic Value Added* (EVA).

Economic Value Added (EVA) tahun 2004 sampai tahun 2006 terhadap PT. MAYORA INDAH menunjukkan angka negatif sebesar -Rp316.158.971.147 (tahun 2004), -Rp123.433.335.772 (tahun 2005), -Rp560.958.683.931 (tahun 2006), dan tahun 2007 sebesar -Rp64.976.422.198. Disebabkan karena *average* SBI tahun 2004-2005 meningkat sebesar 7,45 menjadi 9,14 dan tahun 2005-2006 stabil meningkat 9,14 menjadi 11,99 tapi tahun 2007 menurun menjadi 8,63 dan β (indikator resiko dari perusahaan) tahun 2004-2005 meningkat sebesar 1,16 menjadi 1,66 artinya resiko saham PT. Mayora Indah Tbk sebesar 1,66 dari resiko pasar atau resiko rata-rata saham dan bergerak kearah yang sesuai pasar, tahun 2005-2007 menurun sebesar 1,66 (tahun 2005), 1,62 (tahun 2006), 0,29 (tahun 2007). Laba bersih perusahaan tahun 2004-2005 menurun sebesar Rp85.106.504.805 menjadi 45.730.497.043, tahun 2005-2007 relatif stabil mengalami peningkatan. NOPAT tahun 2004-2005 mengalami penurunan dari Rp97.141.505.867 menjadi 68.949.696.742 dan meningkat dari tahun ke tahun. Perhitungan Capital charge lebih besar dibandingkan dengan NOPAT.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2004 sampai dengan tahun 2007 tidak terjadi proses nilai tambah ekonomis atau *Economic Value Added* (EVA) bagi perusahaan, sehingga nilai *Economic Value Added* (EVA) pada tahun tersebut menunjukkan angka negatif maka harapan para penyandang dana tidak dapat terpenuhi dengan baik yaitu tidak mendapatkan pengembalian yang sama dengan investasinya sedangkan kreditur tetap mendapatkan bunga kondisi ini menandakan kinerja keuangan perusahaan kurang baik dan pihak perusahaan belum mampu mengelola modalnya atau *distrucing value*, karena hasil bersih operasi setelah pajak tidak boleh besar dari biaya modal dengan modal investasinya. Diakibatkan oleh kenaikan biaya terus meningkat dari tahun ke tahun, biaya yang dikeluarkan seperti biaya iklan dalam memperkenalkan setiap produk – produk, antara lain: permen kopiko, kiss, beng-beng, slai o slai dan sebagainya yang dapat meningkatnya biaya dan distribusi produk PT. Mayora Indah tersebar diseluruh Indonesia bahkan diluar negeri antara lain: Malaysia, Thailand, Singapura, Hong Kong, Australia, Amerika, dan sebagainya, serta membeli mesin-mesin baru dalam memproduksi agar produknya lebih cepat dan menghemat waktu produksi. Sehingga peningkatan dalam penjualan produk dari tahun ke tahun, stabil meningkat namun laba yang diperoleh perusahaan menurun pada tahun 2005, pada tahun selanjutnya laba yang diperoleh perusahaan relative meningkat yang didukung oleh produknya relative disukai atau digemari oleh masyarakat sekitarnya