

BAB IV

SIMPULAN

Setelah melakukan analisis fundamental PT Krakatau Steel Tbk pada sektor baja di Indonesia, maka terdapat beberapa kesimpulan. Pertama, dari kondisi lingkungan industri dan strategi perusahaan, penulis mendapatkan beberapa informasi sebagaimana berikut ini:

1) Laporan keuangan PT Krakatau Steel Tbk sudah disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) di Indonesia dan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan juga opini yang diberikan auditor adalah wajar dalam semua hal yang material. Artinya, dari hasil audit tidak terdapat kesalahan material yang disajikan di laporan keuangan perusahaan. Juga, laporan keuangan perusahaan dapat dibandingkan dengan laporan keuangan perusahaan lain.

2). Tingkat persaingan pada industri baja adalah ketat. Setiap perusahaan baja yang tidak mampu untuk mengantisipasi persaingan dengan visi yang tepat, teknologi yang semakin modern, dan manajemen yang lebih baik, maka kemungkinan besar akan kalah dalam bersaing. Sebagian besar bahan baku industri baja diimpor dari luar negeri dikarenakan industri baja di Indonesia sangat dipengaruhi oleh perdagangan baja dunia. Produksi baja dalam negeri belum juga

bisa mencukupi kebutuhan baja nasional, sehingga untuk menutupi kekurangan bahan baja Indonesia masih melakukan impor.

3). Daya beli pada perusahaan saat ini mengalami kemajuan karena ada berbagai jenis produk utama yang diperlukan konsumen dan sistem manajemen yang baik. Produk-produk PT Krakatau Steel yang paling banyak terjual yaitu komoditas *hot rolled coil*, *cold rolled coil*, dan *wire rod*. Agar memiliki bargaining power yang lebih besar, PT. Krakatau Steel dapat menerapkan manajemen strategi perusahaan yaitu memenuhi *on time delivery* disertai dengan kualitas yang sesuai keinginan konsumen. Sedangkan daya tawar pemasok saat ini terbilang rendah, dikarenakan saat ini baja diperoleh kebanyakan melalui impor. Beberapa strategi yang diterapkan PT Krakatau Steel, antara lain, memperluas jaringan pemasok (*many suppliers*). Hal ini bertujuan untuk menghindari ketergantungan pada satu supplier saja sehingga dapat men-*supply* kebutuhan bahan baku dalam jangka panjang. Selain itu, strategi *many suppliers* juga dilakukan untuk menghindari risiko jika supplier tersebut mengalami kehabisan persediaan (*stockout*).

4). Berdasarkan analisis PT Krakatau Steel telah menerapkan beberapa strategi penjualan antara lain melakukan fokus penjualan kepada konsumen prioritas (*key consumers*) melalui program *Key Account Management*, pengembangan distributor melalui program *Distributor Management*, serta pengembangan pasar project yang menyerap produk anak perusahaan Krakatau Steel. Sejalan dengan itu, terjadi juga peningkatan penjualan produk baja di anak perusahaan.

5). Berdasar hasil analisis dari hasil perhitungan nilai intrinsik atau harga wajar saham perusahaan, maka didapat nilai intrinsik saham PT Krakatau Steel lebih

besar dari harga pasar. Ketika harga wajar saham lebih tinggi daripada harga pasar saham perusahaan, maka harga saham perusahaan tersebut dikatakan *undervalued*. Dengan demikian harga pasar saham PT Krakatau Steel berada dalam posisi *undervalued*. Saat kondisi *undervalued* maka langkah yang diambil oleh investor adalah untuk membeli atau tidak melakukan penjualan saham tersebut.