

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam suatu perusahaan biasanya terdapat adanya pemisahan fungsi pemilik (*principal*) dan manajer (*agen*). Manajer sebagai delegasi dari pemilik memiliki otoritas untuk mengambil keputusan pada suatu hal yang terjadi. Akibat dari adanya pendelegasian dari pemilik kepada manajer dapat membentuk sebuah hubungan keagenan. Hubungan ini dapat berlaku dengan efektif apabila manajer melakukan pengambilan keputusan yang selaras dengan kepentingan pemilik. Namun, apabila berlaku sebaliknya, maka keputusan manajer dapat menimbulkan bias pada pemilik perusahaan. Keadaan tersebut dapat mencerminkan bahwa agen itu mahal sehingga teori pengendalian organisasi yang rumit tetapi bermanfaat atau dikenal dengan teori keagenan dapat meminimalkan potensi bias (Pearce & Robinson, 2008).

Pada umumnya, pemilik pasti ingin memaksimalkan nilai dari saham yang dimilikinya. Apabila manajer perusahaan yang menjabat sekaligus sebagai pemilik dengan persentase saham yang tinggi pasti manajer juga akan melakukan strategi untuk meningkatkan nilai saham. Namun, apabila manajer hanya bertindak sebagai

manajer saja tanpa memiliki saham perusahaan, maka sangat mungkin akan terjadi bias antara pemilik dengan manajer. Manajer tentu akan menggunakan strategi untuk meningkatkan pendapatan pribadinya sehingga dapat menyebabkan depresiasi nilai saham karena laba perusahaan berkurang akibat tingginya pendapatan manajer. Penyalahgunaan wewenang tersebut dapat merugikan pemilik saham perusahaan sehingga perlu dilakukan analisis fundamental perusahaan untuk mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Karewur (2016) teori sinyal merupakan teori yang berfokus pada sinyal atau pertanda atas adanya laporan keuangan. Sinyal tersebut dapat berbentuk sinyal positif maupun sinyal negatif. Laporan keuangan perusahaan yang telah ada dapat digunakan untuk melakukan analisis terhadap data keuangan. Menurut Spence (1973, dikutip dalam Fauziah, 2017) dari adanya laporan keuangan yang telah ada investor dapat memperoleh sinyal mengenai kualitas perusahaan sehingga dapat mengurangi informasi yang tidak setangkup. Adanya data mengenai laporan keuangan perusahaan secara tepat waktu serta opini auditor yang wajar dapat memberikan sinyal positif pada investor. Selain itu, dari adanya sinyal laporan keuangan investor juga dapat melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan investasi di perusahaan tersebut bagi investor.

2.2 Analisis Fundamental

Analisis saham adalah kegiatan yang cukup penting sebagai langkah pengelolaan dana yang dilakukan oleh investor. Pada dasarnya terdapat dua teknik

untuk melakukan analisis saham, yaitu analisis teknikal dan analisis fundamental.

Palepu et al. (2013) menguraikan dua teknik tersebut sebagai berikut:

Some funds employ “technical analysis,” which attempts to predict share price movements on the basis of market indicators (prior share price movements, volume, etc.). In contrast, “fundamental analysis,” the primary approach to security analysis, attempts to evaluate the current market price relative to projections of the firm’s future earnings and cash flow generating potential. (p. 385)

Analisis teknikal lebih berdasar pada pergerakan harga pasar saham di masa lalu, sedangkan analisis fundamental lebih berdasar pada evaluasi harga saham di pasar yang dibandingkan dengan proyeksi dan potensi perusahaan untuk mendapatkan pendapatan atau aliran kas di masa depan. Uraian tersebut menunjukkan bahwa analisis fundamental bersifat lebih menyeluruh dalam menilai suatu harga saham daripada analisis teknikal.

Subramanyam (2014) memberikan penjelasan mengenai pengertian analisis fundamental sebagai berikut:

Fundamental analysis, which is more widely accepted and applied, is the process of determining the value of a company by analyzing and interpreting key factors for the economy, the industry, and the company. A main part of fundamental analysis is evaluation of a company’s financial position and performance. (p. 9)

Analisis fundamental adalah sebuah teknik yang mudah untuk diterima dan diterapkan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mendapatkan nilai perusahaan dengan cara melakukan analisis dan interpretasi atas faktor ekonomi, industri, dan perusahaan. Salah satu hal utama untuk analisis fundamental adalah dengan melakukan evaluasi laporan keuangan dan prospek dari perusahaan tersebut. Nilai fundamental didapatkan dari analisis laporan keuangan dan performa perusahaan secara komprehensif dengan melakukan peramalan (*forecast*) atas pendapatan atau

aliran kas perusahaan serta menentukan risiko perusahaan. Hasil dari *forecast* tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk melakukan valuasi (proyeksi).

Analisis fundamental merupakan salah satu cara atau teknik yang cukup krusial untuk menentukan nilai perusahaan. Analisis ini melingkupi analisis kinerja perusahaan, kinerja industri, ekonomi makro, sentimen pasar, dan indikator-indikator lain untuk memprediksi mobilitas harga efek di masa depan (Bursa Efek Indonesia, 2022). Indikator-indikator tersebut akan digunakan sebagai dasar atau acuan dalam menentukan peramalan atas kondisi perusahaan di masa yang akan datang untuk kemudian dapat diketahui nilai perusahaan yang sebenarnya. Analisis atas indikator-indikator tersebut dapat berbeda bergantung pada asumsi yang digunakan. Halim (2005) menyatakan bahwa analisis fundamental berfungsi untuk membandingkan nilai seharusnya suatu saham dengan harga pasar. Tidak berbeda dengan penjelasan sebelumnya, dalam menentukan nilai intrinsik terdapat faktor-faktor fundamental yang memengaruhi seperti kinerja perusahaan yang dipengaruhi pula oleh kondisi industri dan ekonomi makro.

Terdapat tiga langkah untuk melakukan analisis fundamental antara lain analisis keadaan makro ekonomi, analisis industri, dan analisis kondisi spesifik perusahaan (Fakhruddin & Hadiano, 2001). Ketiga tahapan tersebut akan menghasilkan sebuah penilai yang bertujuan untuk mendapatkan manfaat yang diharapkan serta risiko investasi yang akan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh investor. Sedikit berbeda dari uraian sebelumnya, Palepu et al. (2013) menjelaskan bahwa terdapat empat tahap dalam analisis fundamental, yaitu analisis strategi bisnis, analisis akuntansi, analisis keuangan, dan analisis prospektif.

Tahapan-tahapan tersebut akan digunakan sebagai dasar asumsi untuk mengetahui nilai saham seharusnya sehingga dapat diketahui harga saham di pasar bernilai *undervalued* atau *overvalued*.

2.3 Analisis Strategi dan Bisnis

Strategi bisnis suatu perusahaan merefleksikan cara perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasarannya (Easton et al., 2018). Cara perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasaran disebut sebagai sebuah rencana. Rencana yang sukses bergantung pada efektivitas permintaan dan penawaran di pasar. Permintaan dapat berupa produk atau jasa yang dijual, sedangkan penawaran berupa pasokan bahan baku atau yang berupa input. Sebuah rencana setidaknya berisi analisis kompetitif, biaya kesempatan, dan risiko ancaman bisnis. Easton et al. (2018) juga menjelaskan bahwa dalam analisis strategi bisnis terdapat analisis lingkungan bisnis yang terdiri dari lima kekuatan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Porter (1980) antara lain adalah kompetisi industri, kekuatan pembeli, kekuatan pemasok, produk substitusi, dan hambatan untuk masuk.

Analisis lingkungan bisnis dan strategi merupakan suatu hal yang bersifat subjektif dan kompleks. Subramanyam (2014) mengklasifikasikan analisis ini menjadi dua bagian, yaitu analisis industri dan analisis strategi. Analisis industri merupakan langkah awal untuk menentukan struktur industri perusahaan dalam rangka mendorong profitabilitas perusahaan. Sementara itu, analisis strategi adalah gabungan dari keputusan bisnis dan keunggulan kompetitif dari perusahaan. Berbeda dengan uraian sebelumnya, Palepu et al. (2013) mengategorikan analisis strategi menjadi tiga bagian antara lain *industry analysis* (analisis industri),

competitive strategy analysis (analisis strategi kompetitif), dan *corporate strategy analysis* (analisis strategi korporat).

2.3.1 Analisis Industri

Analisis industri dilakukan dengan melakukan penghitungan potensi laba atau keuntungan industri tempat perusahaan bersaing (Palepu et al., 2013). Hal ini dilakukan karena tiap perusahaan memiliki profitabilitas yang berbeda secara sistematis dan dapat diperkirakan. Palepu et al. (2013) menyebutkan bahwa profitabilitas rata-rata industri ini ternyata juga dipengaruhi oleh lima kekuatan. Lima kekuatan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) *Rivalry among existing firms* (persaingan antar perusahaan)
- 2) *Threat of new entrants* (ancaman pendatang baru)
- 3) *Threat of substitute products* (ancaman produk pengganti)
- 4) *Bargaining power of buyers* (daya tawar pembeli)
- 5) *Bargaining power of suppliers* (kekuatan tawar menawar pemasok)

Persaingan antar perusahaan dapat dibagi menjadi tiap kelompok industri. Cara perusahaan bersaing di tiap industri dapat berbeda-beda bergantung pada tingkat pertumbuhan industri, kepadatan dan keseimbangan pesaing, kapasitas dan hambatan keluar, tingkat diferensiasi dan biaya peralihan, serta skala dan rasio biaya tetap terhadap biaya variabel. Di beberapa industri, terdapat perusahaan yang bersaing secara agresif dengan memberikan harga biaya marginal. Di sisi lain, terdapat pula perusahaan yang bersaing dengan cara menyeimbangkan harga dengan inovasi yang diberikan atau layanan yang sesuai. Selanjutnya, ancaman pendatang baru berpotensi memaksa perusahaan yang lebih dulu untuk melakukan

adanya investasi tambahan, yaitu biaya iklan. Oleh karena itu, mudah atau tidaknya pesaing baru untuk masuk juga merupakan penentu profitabilitas perusahaan. Faktor yang membuat hambatan masuk suatu industri tinggi antara lain skala ekonomi, keuntungan penggerak pertama, akses ke saluran dan hubungan distribusi, dan hambatan hukum (Palepu et al., 2013).

Ancaman produk pengganti bergantung pada harga relatif dan kinerja produk atau jasa yang sedang bersaing dan pada kesediaan pelanggan untuk mengganti. Apabila dua produk memiliki fungsi identik, maka sulit untuk berbeda satu sama lain. Namun, kesediaan pelanggan untuk berpindah adalah faktor utama dari ancaman ini. Kemudian, kekuatan tawar menawar pembeli dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu sensitivitas harga dan daya tawar relatif. Sensitivitas berkaitan dengan jumlah permintaan ketika harga naik atau turun dan daya tawar relatif berkaitan dengan biaya peralihan. Terakhir, kekuatan tawar menawar pemasok menjadi kuat saat hanya terdapat sedikit barang atau jasa yang tersedia bagi pelanggan. Selain itu, apabila pemasok memiliki banyak kekuasaan atas produk atau layanan dari pembeli berarti daya tawar pemasok cukup kuat (Palepu et al., 2013).

2.3.2 Analisis Strategi Kompetitif

Strategi kompetitif adalah salah satu cara untuk mengetahui daya saing di setiap kekuatan dengan melakukan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunities, dan threats*) (Nisak, 2013). Analisis SWOT adalah bagian dari analisis strategi kompetitif yang membahas mengenai kekuatan dan kelemahan yang merupakan bagian internal perusahaan, serta kesempatan dan ancaman yang

merupakan bagian dari eksternal perusahaan. Hal tersebut digunakan untuk menilai seberapa kompetitif sebuah perusahaan. Palepu et al. (2013) mengategorikan analisis strategi kompetitif ini menjadi dua hal, yaitu *cost leadership* dan *differentiation*. *Cost leadership* berarti menggunakan strategi dengan memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang lebih rendah dari rata-rata industri, sedangkan *differentiation* artinya sebuah perusahaan menggunakan strategi dengan menciptakan inovasi yang berbeda dari yang dibuat perusahaan lain dalam satu industri. Tujuan dari tercapainya dua hal tersebut adalah tercapainya sebuah manfaat kompetitif seperti kesesuaian antara kompetensi dengan strategi, rantai nilai dengan langkah untuk menjalankan strategi, maupun untuk keberlanjutan keunggulan kompetitif.

2.3.3 Analisis Strategi Korporasi

Strategi korporat adalah strategi yang dijalankan oleh perusahaan induk untuk mengatur berbagai perusahaan lain di bawahnya (anak perusahaan) (Satria, 2017). Alexander et al. (2019) menyebutkan bahwa “*Some firms operate in only one industry, but others are competitive in several*” (p. 773). Sebuah perusahaan bebas memilih untuk berfokus pada satu industri atau memilih untuk masuk ke beberapa industri. Strategi ini tentu dilakukan untuk menguasai banyak industri. Sebagai contoh, sebuah perusahaan yang awalnya hanya memproduksi mie instan. Namun, karena bahan baku yang tidak berbeda dengan makanan ringan, perusahaan tersebut kemudian juga ikut memproduksi makanan ringan. Akibat dari adanya strategi korporasi ini adalah munculnya perusahaan multi-produk. Perusahaan sejenis ini mungkin terlihat lebih efisien menguasai pasar. Akan tetapi, apabila

terjadi imperfeksi pasar seperti informasi dan masalah insentif, maka mungkin biaya transaksi akan menjadi mahal (Palepu et al., 2013). Oleh karena itu, diperlukan analisis strategi korporasi sebagai dasar untuk menentukan strategi korporasi yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan dalam industrinya.

2.4 Analisis Akuntansi

Analisis akuntansi merupakan bagian dari proses untuk evaluasi cerminan akuntansi dengan realitas ekonomi yang sedang terjadi (Subramanyam, 2014). Sebelum melakukan analisis keuangan, analisis akuntansi perlu dilakukan untuk mengetahui keandalan laporan keuangan perusahaan. Hal ini dilakukan karena laporan keuangan adalah alat utama untuk melakukan analisis keuangan. Analisis akuntansi bertujuan untuk mengulas akuntansi perusahaan sebagai pencitraan realitas bisnis dan untuk membatalkan setiap distorsi akuntansi (Palepu et al., 2013). Meskipun akuntansi memiliki sebuah standar, tetapi penilaian yang dilakukan juga tetap dipengaruhi oleh bisnis. Hal ini menyebabkan akuntansi dapat berbaur dengan kepentingan politik yang beragam seperti investor, manajemen, kreditur, auditor, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, analisis akuntansi diperlukan untuk mewujudkan keandalan pada laporan keuangan perusahaan untuk proses analisis berikutnya, analisis keuangan. Palepu et al. (2013) menjelaskan bahwa terdapat tiga potensi sumber kebisingan dan bias dalam sebuah data akuntansi yaitu kerumitan standar akuntansi, kesalahan peramalan, dan pilihan akuntansi oleh manajer. Selain itu, Palepu et al. (2013) juga memberikan ulasan mengenai langkah-langkah dalam melakukan analisis akuntansi sebagai berikut.

- 1) *Identify key accounting policies* (identifikasi kebijakan akuntansi)

Identifikasi kebijakan akuntansi berfungsi untuk mengukur faktor dan risiko perusahaan. Hal ini dilakukan karena tiap perusahaan atau industri memiliki kebijakan akuntansi yang berbeda. Langkah pertama dalam analisis akuntansi ini masih berkaitan erat dengan analisis strategi bisnis yang telah diuraikan sebelumnya.

2) *Assess accounting flexibility* (menilai fleksibilitas akuntansi)

Dalam memilih kebijakan akuntansi, tidak semua perusahaan memiliki fleksibilitas yang sama. Terdapat perusahaan yang sangat terbatas dalam memilih kebijakan dan standar akuntansi, misalnya pada biaya *research and development*. Selain itu, terdapat pula perusahaan yang lebih leluasa dalam memilih kebijakan dan standar akuntansi, misalnya pada pengelolaan risiko kredit di bank. Tingkat fleksibilitas yang rendah menunjukkan bahwa angka akuntansi kurang informatif dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi. Hal ini terjadi karena fleksibilitas yang tinggi dapat lebih mencerminkan keadaan yang sebenarnya terjadi. Berbeda dengan perusahaan berfleksibilitas rendah yang cenderung dibatasi oleh standar dan kebijakan akuntansi.

3) *Evaluate accounting strategy* (evaluasi strategi akuntansi)

Adanya fleksibilitas perusahaan dalam memilih kebijakan dan standar akuntansi dapat mengungkapkan atau justru dapat menutupi realitas ekonomi yang terjadi. Terdapat beberapa hal yang dapat digunakan untuk menelusuri pengelolaan fleksibilitas perusahaan antara lain insentif pelaporan, penyimpangan dari norma, perubahan akuntansi, kesalahan akuntansi sebelumnya, dan penataan transaksi.

4) *Evaluate the quality of disclosure* (evaluasi kualitas pengungkapan)

Pengungkapan dapat digunakan sebagai sumber untuk mengetahui kualitas akuntansi perusahaan. Namun, isi dari pengungkapan cukup dipengaruhi oleh keleluasaan manajemen dalam mengungkapkan informasi. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengetahui kualitas pengungkapan antara lain adalah pilihan strategis, pilihan akuntansi, diskusi kinerja keuangan, informasi kinerja non-keuangan, informasi segmen, kabar buruk, dan hubungan investor.

5) *Identify potential red flags* (identifikasi potensi tanda bahaya)

Identifikasi tanda bahaya merujuk pada kualitas akuntansi yang masih tentatif. Hal ini memberikan arahan untuk memeriksa dan menggali informasi item-item tertentu. Beberapa potensi tanda bahaya yang biasa terjadi adalah perubahan yang tidak dapat dijelaskan secara akuntansi, transaksi kenaikan profit yang tidak dapat dijelaskan, peningkatan piutang usaha dan persediaan yang tidak biasa, disequilibrium peningkatan laba dengan arus kas aktivitas operasi, kontradiksi laba perusahaan dengan laba pajak, tendensi penggunaan mekanisme pembiayaan, penghapusan aset besar yang tidak terduga, penyesuaian akhir tahun yang besar, opini audit, pengelolaan internal yang buruk, serta transaksi pihak terkait.

6) *Recast financial statements and undo accounting distortions* (menghitung ulang laporan keuangan dan distorsi akuntansi)

Apabila hasil dari analisis akuntansi mengindikasikan angka yang dilaporkan menyimpang, maka perlu dilakukan penghitungan kembali angka yang dilaporkan sebagai langkah untuk meminimalkan distorsi. Langkah tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan data internal maupun eksternal. Selanjutnya,

pembatalan distorsi akuntansi dapat dilakukan agar laporan keuangan lebih mencitrakan realitas ekonomi yang sebenarnya.

2.5 Analisis Keuangan

Analisis keuangan merupakan sebuah proses penggunaan laporan keuangan untuk melakukan analisis kinerja dan posisi laporan keuangan perusahaan serta untuk melakukan penilaian kinerja keuangan di masa depan di perusahaan tersebut (Subramanyam, 2014). Menurut Palepu et al. (2013) menyebutkan bahwa tujuan dari melakukan analisis keuangan adalah untuk menggunakan data mengenai keuangan sebagai alat evaluasi kinerja keuangan perusahaan pada saat ini, masa lalu, maupun sebagai alat untuk menilai keberlanjutan perusahaan. Pada umumnya, analisis keuangan terdiri atas tiga bagian besar, yaitu analisis profitabilitas, analisis risiko, serta analisis sumber dan penggunaan dana atau biasa disebut dengan analisis arus kas (Subramanyam, 2014). Penjelasan mengenai tiap bagian analisis keuangan adalah sebagai berikut.

1) Analisis profitabilitas

Analisis profitabilitas berisi tentang evaluasi atas pengembalian dari investasi perusahaan. Analisis ini berfokus pada tingkat keuntungan perusahaan serta identifikasi dan pengukuran atas penggerak laba perusahaan yang dapat berupa margin maupun omset perusahaan. Analisis ini juga membahas mengenai perubahan profit serta kontinuitas pendapatan.

2) Analisis risiko

Analisis risiko merupakan evaluasi kemampuan perusahaan dalam mengkover komitmen-komitmen yang telah dilakukan. Analisis ini menyertakan

penghitungan analisis solvabilitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka panjang dan analisis likuiditas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek serta fluktuasi atas pendapatan perusahaan.

3) Analisis arus kas

Analisis arus kas digunakan sebagai alat untuk melakukan evaluasi sumber dan penggunaan dana. Analisis ini memberikan informasi tentang cara perusahaan mendapatkan pembiayaan dan menggunakan sumber dayanya. Analisis ini juga masih berhubungan dengan analisis likuiditas perusahaan.

2.6 Analisis Prospektif

Analisis prospektif adalah langkah terakhir dalam melakukan analisis perusahaan. Pemahaman yang baik mengenai fundamental dan lingkungan bisnis perusahaan merupakan hal yang harus dipahami sebelum melakukan analisis prospektif. Menurut Subramanyam (2014) analisis prospektif adalah sebuah proses peramalan atau *forecasting* atas imbal hasil di masa depan yang dapat digunakan untuk memperkirakan nilai sebuah perusahaan. Peramalan ini terdiri atas *forecasting* laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan laporan arus kas. Terdapat dua teknik yang digunakan untuk melakukan analisis prospektif, yaitu *forecasting* laporan keuangan dan valuasi (Palepu et al., 2013). Peramalan atau *forecasting* merupakan langkah awal dalam analisis prospektif. Langkah ini digunakan untuk meringkas analisis-analisis yang sebelumnya telah dilakukan. Langkah kedua dan terakhir adalah valuasi. Valuasi atau penilaian merupakan sebuah proses mengubah peramalan dalam *forecasting* menjadi peramalan atas nilai

aset atau ekuitas perusahaan. Valuasi sering dilibatkan di hampir seluruh keputusan bisnis.

2.7 Biaya Modal

Modal dalam sebuah perusahaan merupakan komponen utama dalam rangka menjalankan kegiatannya. Menurut Aliminsyah & Padji (2003, dikutip dalam Nuryatno et al., 2019) biaya modal merupakan *cost* yang harus dikeluarkan sebagai langkah untuk membiayai pembelanjaan (*source of financing*). Pengertian lain mengenai biaya modal juga dikemukakan oleh Sutrisno (2000, dikutip dalam Nuryatno et al., 2019) disebutkan bahwa biaya modal adalah istilah pada biaya yang dikeluarkan secara nyata untuk mendapatkan sumber pembiayaan/dana. Menurut Atmaja (2002, dikutip dalam Fitriyani & Munandar, 2020) biaya modal dapat terbentuk dari empat hal, yaitu utang, saham biasa, saham preferen, dan laba ditahan. Biaya modal utang merupakan biaya yang dapat dihitung dari syarat saat utang tersebut diperoleh. Biaya modal saham biasa merupakan *return* atas investasi yang dilakukan melalui saham biasa (*capital stock*). Berbeda dengan biaya modal saham biasa, biaya modal saham preferen bersifat berulang dan akan dibayar pada tiap periode seterusnya. Pengertian dari biaya modal laba ditahan adalah tingkat pengembalian yang diminta oleh investor dari investasi yang dilakukan di sebuah perusahaan.

2.8 Metode Penilaian Saham

Metode penilaian saham atau biasa disebut dengan valuasi adalah proses *forecasting* dengan penilaian dalam bentuk nilai aset atau ekuitas perusahaan (Palepu et al., 2013). Terdapat banyak metode yang dapat digunakan untuk

melakukan penilaian. Namun, pada penelitian ini hanya akan menggunakan tiga metode valuasi, yaitu *discounted cash flow*, *discounted abnormal earnings* dan *price multiple*. Pemahaman dari tiap metode tersebut adalah sebagai berikut.

1) *Discounted cash flow* (DCF)

Metode pendekatan valuasi *discounted cash flow* (DCF) merupakan metode yang menggunakan komponen arus kas sebagai alat utamanya. Metode ini memerlukan data perkiraan arus kas beberapa tahun ke depan untuk kemudian didiskonkan dengan angka penghitungan biaya modal perusahaan atau biaya modal dengan rata-rata tertimbang (*weighted average cost of capital*).

2) *Discounted abnormal earnings*

Metode pendekatan valuasi dengan *discounted abnormal earnings* berfokus pada perkiraan atas pendapatan abnormal. Pendekatan ini memerlukan penghitungan atas biaya modal dari ekuitas perusahaan. Perkiraan atas pendapatan tersebut selanjutnya akan didiskonkan berdasarkan tingkat biaya modal ekuitas perusahaan.

3) *Price multiple*

Metode pendekatan valuasi menggunakan *price multiple* merupakan metode yang dinilai tradisional. Metode ini dapat diterapkan dengan menggunakan rasio-rasio yang terkomparasi dengan nilai pasar seperti *price-to-book-value*, *price-to-sales-ratio*, dan *price-to-earning-ratio*. Komparasi yang dipilih merupakan perusahaan yang sejenis dan memiliki karakteristik keuangan yang serupa.