

PEMBARUAN FUNGSI KEUANGAN PERUSAHAAN

Djoko Wintoro

Prasetiya Mulya Business School, Jakarta
djokow@pmbs.ac.id

The finance functions have experienced evolutionary renewal. However, these events have not yet studied intensively. This study explores the ability of companies to perform new finance function as a business partnership function which focus on stock market communication. While this is an important evolving function, the study found that listed companies in Indonesian Stock Exchange have not performed the ability well enough yet. The study uses data from Indonesian Stock Exchange for the period 2006-2007. On average, investors did not give significant reward to information about the growth performance of the corresponding listed companies. The author suggests that a renewal of finance function of Indonesian companies is required.



Keywords: Renewal, finance function, market communication.

Abstract

Berdasarkan fungsinya, keuangan perusahaan terdiri atas tiga bagian, yaitu: fungsi pengelolaan operasi keuangan, fungsi pengendalian keuangan perusahaan, dan fungsi pengelolaan kinerja perusahaan (KPMG, 2008). Pertama, kecukupan dana dan kelancaran aliran dana untuk menjamin operasi bisnis berjalan secara efisien. Penyelenggaraan layanan bersama dan pengurangan pemborosan serta program alih daya digunakan untuk memperoleh efisiensi yang berkelanjutan sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Informasi mengenai profitabilitas ditunggu oleh investor di pasar modal untuk dipakai dalam memperkirakan arah pergerakan harga saham. Kedua, pengendalian keuangan perusahaan memfokuskan pada terjaganya kesehatan keuangan perusahaan dan berkurangnya tingkat risiko perusahaan, serta pengendalian internal perusahaan secara keseluruhan. Informasi mengenai pengendalian keuangan perusahaan selalu mendapat perhatian para investor dan juga kreditor. Ketiga, pengelolaan kinerja perusahaan ditujukan untuk menyajikan informasi yang tepat dan berguna dalam membantu pengambilan keputusan. Para manajer investasi dan analis selalu berupaya menemukan nilai intrinsik harga saham

perusahaan berdasarkan kinerja perusahaan agar dapat diketahui posisi harga saham terlalu mahal atau masih sangat murah. Posisi ini diperlukan untuk memberikan rekomendasi menjual atau membeli saham perusahaan.

Banyak faktor pemicu terjadinya tuntutan terhadap pembaruan fungsi keuangan perusahaan, seperti: globalisasi bisnis (Desai, 2008), inovasi (Lukens dan Rogers, 2006), serta kepatuhan dan manajemen risiko (Daum 2005), kemitraan bisnis (PWC 2007). Pertama, globalisasi bisnis memberi dampak yang luas pada bisnis dengan terbukanya kesempatan bagi perusahaan untuk memasuki pasar global sehingga memunculkan fungsi baru yaitu fungsi keuangan global yang berbeda dengan fungsi keuangan lokal. Dalam fungsi keuangan global, perhatiannya tidak hanya pada peningkatan nilai perusahaan tetapi juga repatriasi dana dari anak perusahaan di luar negeri ke induk perusahaan.

Kedua, meningkatnya peran inovasi sebagai penopang bisnis model perusahaan telah menambah peran baru dari fungsi keuangan untuk menjadi katalisator dalam proses inovasi yaitu memperlakukan pendanaan proses inovasi yang berbeda dengan

pendanaan rutin operasi bisnis. Selain itu, fungsi keuangan perusahaan juga harus mampu memberi informasi kelayakan proses inovasi sehingga dapat memperkecil risiko proses inovasi dan memperbesar kemungkinan suksesnya inovasi.

Ketiga, regulasi pasar modal yang semakin ketat tentang transparansi dan manajemen risiko menuntut perusahaan untuk tetap dapat tumbuh dengan iringan risiko bisnis yang semakin meningkat. Transparansi informasi perusahaan selain ditujukan untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan investor juga menambah fungsi baru keuangan perusahaan yaitu fungsi kepatuhan memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Keempat, sekarang ini para investor di pasar modal tidak dapat memberi toleransi atas kegagalan perusahaan memenuhi kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan investor. Kinerja yang buruk dari perusahaan akan diikuti dengan turunnya harga saham sebagai ekspresi kekecewaan investor terhadap kegagalan perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya. Sebaliknya, kinerja baik perusahaan juga akan mendapat penghargaan dari investor.

Proksi harga saham yang dipakai investor untuk menentukan kinerja perusahaan akan memunculkan fungsi baru keuangan perusahaan yaitu fungsi kemitraan bisnis. Ruang lingkup fungsi kemitraan bisnis mencakup: (a) layanan internal yaitu proaktif dalam perencanaan pertumbuhan perusahaan dan membangun tim kerja sama pucuk pimpinan (teamwork at the top), (b) layanan eksternal yaitu mewakili perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelaku pasar modal tentang penghargaan atas pertumbuhan perusahaan. Fungsi kemitraan bisnis menjadikan eksekutif keuangan perusahaan sebagai mitra pucuk pimpinan.

Belum banyak penelitian tentang fungsi baru keuangan perusahaan yaitu fungsi kemitraan bisnis. Oleh karenanya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang kemampuan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam menjalankan fungsi kemitraan bisnis khususnya tentang layanan eksternal yaitu kemampuan mewakili perusahaan dalam berkomunikasi dengan investor untuk memberi penghargaan terhadap pertumbuhan perusahaan. Dalam penelitian ini, investor dipilih sebagai proksi dari beragam tipe pelaku pasar modal.

Fungsi Kemitraan Bisnis

Sebagai fungsi baru keuangan perusahaan, fungsi kemitraan bisnis memiliki tiga pilar yaitu: (1) uang yang bernilai - *value for money*, (2) proteksi nilai - *value protection*, dan (3) penciptaan nilai - *value creation* (PWC, 2007).

Pilar pertama tentang uang bernilai lebih memperhatikan alokasi dana yang terbatas pada setiap proses pendukung pertumbuhan perusahaan. Proksi yang dipakai untuk mengukur uang bernilai yaitu efisiensi, fleksibilitas, dan optimisasi alokasi dana pada aktivitas yang memberi nilai tambah pada pertumbuhan perusahaan. Pilar kedua lebih berorientasi pada proteksi nilai perusahaan.

Manajemen risiko dan kepatuhan memenuhi semua ketentuan yang berlaku di pasar modal merupakan cara proteksi nilai perusahaan dari hukuman investor. Pilar ketiga, berorientasi pada fungsi penciptaan nilai perusahaan untuk dapat memenuhi harapan investor dan memperoleh penghargaan dari investor. Pertumbuhan perusahaan yang perlu mendapat penghargaan dari investor yaitu pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham.

Walaupun fungsi kemitraan bisnis masih merupakan fungsi keuangan yang relatif

baru, Koller (2005) telah menyusun prinsip dasar yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk menjalankan fungsi kemitraan bisnis, yaitu: (a) penciptaan nilai perusahaan harus didasarkan pada analisis mendalam atas hubungannya dengan pertumbuhan perusahaan; (b) pertumbuhan perusahaan dibangun secara terencana oleh tim kerja pucuk pimpinan; (c) transparansi kepada investor tentang faktor-faktor penentu keberhasilan pertumbuhan perusahaan; dan (d) mengetahui harapan investor tentang kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Prinsip-prinsip dasar ini membedakan fungsi kemitraan bisnis dengan aktivitas hubungan investor.

Tujuan fungsi kemitraan bisnis adalah menjaga harga pasar saham agar tetap mencerminkan penghargaan investor terhadap pertumbuhan perusahaan. Untuk itu, memahami harapan para investor adalah langkah penting untuk mengelola fungsi kemitraan bisnis. Jika para investor beranggapan bahwa bisnis model perusahaan telah usang maka mereka berharap bahwa perusahaan mampu memperbaiki bisnis modelnya sehingga terjaga kelangsungan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham. Apabila perusahaan

tidak dapat memenuhi harapan investor maka informasi pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham hanya menunjukkan kuantitas pertumbuhan, bukan kualitas pertumbuhan sehingga akan ditanggapi oleh investor sebagai berita buruk. Pada umumnya, para investor cepat menghukum perusahaan terhadap berita buruk sehingga rencana pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham tidak tercermin di dalam harga saham perusahaan atau bahkan menjadi pemicu negatif turunnya harga saham.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menjalankan fungsi kemitraan bisnis khususnya komunikasi pasar dengan para investor di BEI. Proksi untuk mengukur kemampuan perusahaan melakukan komunikasi pasar adalah penghargaan investor terhadap pertumbuhan penjualan dan laba per lembar saham. Proksi penghargaan investor adalah pertumbuhan harga saham.

Untuk mencapai maksud tersebut, penelitian ini mengajukan dua pertanyaan yaitu: Apakah investor di BEI menghargai pertumbuhan penjualan dalam penentuan harga saham? Apakah investor di BEI menghargai

pertumbuhan laba per lembar saham dalam penentuan harga saham?

Pertumbuhan dan Harga Saham

Pemegang saham perusahaan publik pemegang terbagi atas pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Proporsi dan jumlah pemegang saham minoritas semakin lama dapat semakin bertambah besar sehingga pemegang saham perusahaan menjadi tersebar. Walaupun demikian, mereka tidak dapat melakukan intervensi langsung terhadap eksekutif perusahaan dalam menjalankan manajemen operasi bisnis perusahaan. Oleh karenanya, para investor menggunakan proksi harga saham sebagai alat ukur kinerja pertumbuhan perusahaan. Harga saham yang meningkat menunjukkan kinerja pertumbuhan perusahaan baik sedangkan harga saham yang menurun sebagai proksi buruknya kinerja pertumbuhan perusahaan.

Manakala harga saham dipakai sebagai proksi kinerja pertumbuhan perusahaan maka fungsi keuangan perusahaan dalam menjalankan fungsi kemitraan bisnis menjadi sangat penting (Pohl, 2007). Alasan pertama, teori pasar modal yang efisien beranggapan

bahwa investor yang rasional akan selalu mencari informasi pertumbuhan perusahaan untuk dipakai dalam menentukan harga saham. Kedua, teori perilaku keuangan di pasar modal beranggapan bahwa perilaku dan emosi investor juga berpengaruh dalam penentuan harga saham. Pertumbuhan perusahaan yang dramatis dapat membangkitkan emosi investor untuk memberi penghargaan berlebih terhadap informasi yang diperolehnya. Ketiga, harga saham juga dibentuk oleh perubahan permintaan beli saham dan penawaran jual saham yang disebabkan berita baik atau berita buruk.

Para investor mempunyai harapan terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Faktor penentu pertumbuhan perusahaan adalah kuantitas dan juga kuantitas pertumbuhan penjualan. Alasan pertama, investor tidak menginginkan pertumbuhan penjualan semu yaitu pertumbuhan penjualan yang disebabkan hanya oleh apresiasi harga jual dan transaksi akuisisi perusahaan. Kedua, pertumbuhan penjualan harus merupakan indikasi adanya bisnis model yang dapat menjaga keberlanjutan pertumbuhan penjualan. Ketiga, investor bersedia memberi

penghargaan berlebih pada pertumbuhan penjualan yang berkualitas.

Efektivitas fungsi kemitraan bisnis layanan eksternal yaitu mewakili perusahaan untuk berkomunikasi dengan investor menjadi penting agar investor memperoleh informasi yang lengkap tentang platform pertumbuhan perusahaan. Diharapkan, harga saham menggambarkan pertumbuhan penjualan perusahaan. Kemajuan pasar modal juga menghasilkan aktivis investor yang menuntut eksekutif keuangan tidak hanya menyediakan angka-angka kinerja perusahaan (*scorekeeper*) tetapi juga aktif menjadi pembuat angka-angka kinerja perusahaan (*scoremaker*). Fungsi kemitraan bisnis keuangan perusahaan dapat berperan lebih banyak dalam alokasi sumber daya yang meningkatkan kualitas pertumbuhan penjualan perusahaan.

Eksekutif perusahaan akan sangat bergembira jika pertumbuhan laba per lembar saham tercermin dalam pertumbuhan harga saham perusahaan. Laba per lembar saham sebagai proksi kinerja perusahaan memberikan banyak manfaat, yaitu: mudah perhitungannya, sangat luas dan mudah dimengerti serta diterima sebagai

dasar penilaian kualitas pertumbuhan perusahaan. Kendati demikian, laba per lembar saham juga memiliki kelemahan yaitu tidak mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, apakah bersumber dari operasi bisnis inti perusahaan atau hasil non-bisnis inti perusahaan, dan rendahnya nilai laba per lembar saham tidak selalu mencerminkan buruknya kinerja perusahaan.

Adanya manfaat dan kelemahan yang melekat pada laba per lembar saham membuat laba per lembar saham harus bisa menyampaikan informasi tentang kemampuan pertumbuhan perusahaan jangka pendek dan jangka panjang. Pertama, pertumbuhan laba per lembar saham memberikan informasi mengenai kemampuan pertumbuhan perusahaan jangka pendek dan perusahaan sangat mampu untuk mempertahankannya dalam jangka panjang. Kedua, informasi pertumbuhan yang diberikan laba per lembar saham dapat berupa pertumbuhan perusahaan jangka pendek yang buruk tetapi memiliki prospek pertumbuhan jangka panjang yang lebih baik. Ketiga, laba per lembar saham juga dapat memberikan informasi pertumbuhan perusahaan jangka pendek yang baik tetapi tidak dapat berlanjut

di jangka panjang. Keempat, laba per lembar saham juga memberi informasi pertumbuhan perusahaan jangka pendek yang buruk dan pertumbuhan jangka panjang yang buruk pula.

Hipotesis atas Investor BEI

Pembaruan fungsi keuangan bagi perusahaan Indonesia menjadi penting di masa depan seiring dengan perkembangan BEI. Salah satu fungsi keuangan baru adalah fungsi kemitraan bisnis yang mencakup layanan internal dan layanan eksternal yang memperhatikan pertumbuhan perusahaan. Fungsi kemitraan bisnis pada periode lalu kurang mendapat perhatian para eksekutif perusahaan sehingga banyak informasi penting tentang pertumbuhan perusahaan kurang mendapat penghargaan para investor di BEI. Oleh karenanya, penelitian ini mengajukan dua hipotesis yaitu:

H1: Pada umumnya investor kurang menghargai pertumbuhan penjualan perusahaan dalam penentuan harga saham.

H2: Pada umumnya investor kurang menghargai pertumbuhan laba per lembar saham dalam penentuan harga saham.

Upaya Mencari Jawaban

Penelitian memfokuskan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI hingga tahun 2007. Data yang dikumpulkan adalah data sekunder yang dipublikasikan BEI pada tahun 2006 dan 2007. Data yang dikumpulkan dan dianalisis berupa data penjualan, laba per lembar saham, dan harga saham perusahaan. Besarnya sampel penelitian ini sebanyak 263 perusahaan dari berbagai industri, yaitu: industri dasar, industri lain-lain, barang konsumsi, infrastruktur, perbankan dan lembaga keuangan lainnya, serta industri perdagangan dan jasa.

Proksi yang dipakai untuk mengukur penghargaan investor terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan dan pertumbuhan laba per lembar saham yaitu pertumbuhan harga saham perusahaan. Pergerakan harga saham merupakan proksi dari penghargaan investor terhadap informasi pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham. Pertama, investor menghargai pertumbuhan penjualan perusahaan jika harga saham juga tumbuh searah dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Sebaliknya, investor tidak menghargai pertumbuhan penjualan perusahaan jika pergerakan harga saham tidak mengikuti pola pertumbuhan penjualan

perusahaan. Kedua, investor menghargai pertumbuhan laba per lembar saham jika harga saham mengalami pertumbuhan mengikuti pola pertumbuhan laba per lembar saham. Sebaliknya, investor kurang menghargai pertumbuhan laba per lembar saham jika pertumbuhan harga saham tidak sejalan dengan pertumbuhan laba per lembar saham.

Alat analisis dalam penelitian ini untuk menganalisis penghargaan investor terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan dan pertumbuhan laba per lembar saham yaitu analisis korelasi yang akan menunjukkan kekuatan dan arah hubungan linear antara: (a) pertumbuhan harga saham dengan pertumbuhan penjualan, dan (b) pertumbuhan harga saham dengan pertumbuhan laba per lembar saham.

Tahapan analisis korelasi mencakup: (a) membuat *scatterplot*, dan (b) menghitung angka korelasi Pearson. *Scatterplot* banyak memberikan manfaat, antara lain: (a) membaca *scatterplot* dapat dengan mudah mengetahui pelanggaran asumsi dari linearitas, dan (b) dengan membaca *scatterplot* kita dapat memperoleh ide yang lebih baik tentang sifat hubungan

antara pertumbuhan harga saham dengan pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan harga saham dengan pertumbuhan laba per lembar saham. Prosedur analisa *scatterplot* yang harus diikuti adalah: (a) pemeriksaan data *outliers*, (b) pengecekan distribusi dari data, dan (c) menetapkan arah hubungan kedua variabel. Statistik memberikan rekomendasi terhadap data *outliers* untuk dikeluarkan dari sampel karena akan mempengaruhi analisa data.

Tujuan menghitung angka korelasi Pearson adalah untuk mengetahui: (a) arah hubungan antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan penjualan; (b) arah hubungan antara pertumbuhan harga saham dengan pertumbuhan laba per lembar saham; (c) tingkat kekuatan hubungan antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan penjualan; (d) tingkat kekuatan antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan laba per lembar saham.

Korelasi Harga Saham dengan Pertumbuhan Perusahaan

Data pertumbuhan harga saham, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan laba per lembar saham memiliki beberapa data *outliers* yang kemudian dikeluarkan

dari data sampel sebanyak 30 perusahaan sehingga jumlah perusahaan dalam sampel yang dianalisis sebanyak 236 perusahaan. Bentuk distribusi data pertumbuhan harga saham, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan laba per lembar saham tampak tidak normal.

Karakteristik sampel pertumbuhan harga saham yaitu nilai rata-rata pertumbuhan harga saham adalah 40,47% dengan rentang nilai antara minimum pertumbuhan -84,57% dan maksimum pertumbuhan +280,95% dengan standar deviasi sebesar 65,09%.

Pertumbuhan penjualan perusahaan memiliki karakteristik dengan nilai rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 8,41% dengan rentang nilai antara minimum pertumbuhan -75,81% dan maksimum pertumbuhan +147,45% dengan standar deviasi sebesar 35,66%.

Karakteristik pertumbuhan laba per lembar saham yaitu nilai rata-rata pertumbuhan laba per lembar saham adalah 35,69% dengan rentang nilai antara minimum pertumbuhan -98,95% dan maksimum pertumbuhan +297,06% dengan standar deviasi sebesar 79,83%.

Angka korelasi dua variabel antara pertumbuhan harga saham dengan pertumbuhan penjualan memberikan tanda positif dengan angka korelasi (r) sebesar 0,295. Sedangkan angka korelasi antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan laba per lembar saham memberikan tanda positif dengan angka korelasi sebesar 0,168. Kedua angka korelasi tersebut menunjukkan hanya sedikit di atas nilai 0 (tidak ada korelasi).

Rendahnya angka korelasi dapat disebabkan adanya penghargaan yang berbeda dari para investor atas pertumbuhan penjualan maupun pertumbuhan laba per lembar saham. Jika data yang mengindikasikan korelasi positif dipisahkan dengan data yang mengindikasikan negatif akan diketahui sejauh mana para investor menghargai atau tidak menghargai pertumbuhan penjualan maupun pertumbuhan laba per lembar saham.

Perhitungan korelasi dari data sebanyak 115 perusahaan yang mengindikasikan korelasi positif memberikan angka korelasi antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan penjualan sebesar 0,475. Sedangkan perhitungan korelasi dari data sebanyak 115

perusahaan yang mengindikasikan korelasi negatif memberikan angka korelasi sebesar -0,445.

Perhitungan korelasi dari data sebanyak 140 perusahaan yang mengindikasikan adanya korelasi positif memberikan angka korelasi antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan laba per lembar saham sebesar 0,382. Sedangkan perhitungan korelasi dari data sebanyak 109 perusahaan yang mengindikasikan adanya korelasi negatif memberikan angka korelasi antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan laba per lembar saham sebesar -0,328.

Rendahnya Apresiasi Investor

Angka korelasi yang rendah antara pertumbuhan harga saham dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa hipotesis pertama terbukti yaitu pada umumnya investor di BEI masih kurang menghargai pertumbuhan penjualan dalam penentuan harga saham.

Setelah data yang mengindikasikan korelasi positif atau korelasi negatif dipisahkan maka diperoleh angka korelasi yang lebih baik tetapi masih menunjukkan bahwa penghargaan investor terhadap pertumbuhan penjualan

masih rendah. Artinya, masih sedikit investor di BEI yang menghargai pertumbuhan penjualan dan masih banyak investor yang tidak menghargai pertumbuhan penjualan.

Berdasarkan kondisi masih sedikitnya investor yang menghargai pertumbuhan penjualan dalam penentuan harga saham maka pembaruan fungsi keuangan perusahaan bagi perusahaan terdaftar di BEI sangat diperlukan. Fungsi baru keuangan perusahaan yang diharapkan adalah fungsi kemitraan bisnis, dengan maksud keuangan perusahaan dapat meyakinkan investor tentang: (a) kualitas pertumbuhan penjualan yaitu pertumbuhan penjualan karena bisnis model yang lebih baik dari pesaing, (b) keberlanjutan pertumbuhan penjualan yaitu tersedia dana yang cukup untuk mendukung kegiatan dalam memacu pertumbuhan penjualan, dan (c) dukungan dana internal untuk melakukan inovasi produk dan inovasi proses yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga membuktikan hipotesis kedua yaitu pada umumnya investor kurang menghargai pertumbuhan laba per lembar saham karena ternyata angka korelasinya dengan pertumbuhan harga saham sangat rendah. Kondisi ini

disebabkan masih banyak investor di BEI kurang menghargai pertumbuhan laba per lembar saham sehingga nilai informasi yang disampaikan tidak diperhatikan sebagai penentu harga saham.

Bukti empiris sangat rendahnya penghargaan investor terhadap pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham menunjukkan bahwa fungsi keuangan kemitraan bisnis, khususnya layanan eksternal untuk berkomunikasi dengan pasar, belum dijalankan banyak perusahaan yang terdaftar di BEI. Oleh karenanya, fungsi kemitraan bisnis yang mencakup layanan internal dan layanan eksternal sangat dibutuhkan sebagai pembaruan fungsi keuangan perusahaan di Indonesia.

Fungsi baru keuangan kemitraan bisnis diperlukan sebagai pembaruan fungsi keuangan perusahaan agar eksekutif keuangan perusahaan dapat terlibat di dalam pengelolaan pertumbuhan laba perusahaan yang bersumber dari pertumbuhan penjualan yang menguntungkan. Eksekutif keuangan perusahaan dapat berpartisipasi dalam mencari dan menyediakan sumber daya untuk menjaga stamina pertumbuhan penjualan yang menguntungkan sehingga dihargai

tinggi oleh investor. Pertumbuhan penjualan yang menguntungkan akan menghasilkan kualitas pertumbuhan laba per lembar saham yang baik sehingga meyakinkan investor untuk menghargainya. Fungsi kemitraan bisnis keuangan perusahaan membawa kompetensi keuangan perusahaan dan pengalaman bisnis ke dalam tim kerja pucuk pimpinan perusahaan yang berorientasi terhadap pertumbuhan perusahaan dan juga memperkuat fungsi-fungsi lainnya untuk memacu pertumbuhan perusahaan.

Fungsi kemitraan bisnis keuangan perusahaan menjadikan eksekutif keuangan perusahaan menjadi mitra strategis top eksekutif perusahaan dalam mengelola pertumbuhan perusahaan yang menguntungkan. Untuk dapat menjalankan fungsinya lebih efektif, eksekutif keuangan perusahaan harus menguasai kompetensi membangun tim kerja di puncak (*teamwork at the top*). Kinerja tim ini ditentukan tiga kualitas, yaitu: (a) kualitas pembaruan platform bisnis, (b) kualitas penentuan arah bisnis, dan (c) kualitas memimpin pucuk pimpinan (*lead the leader*).

Kesimpulan dan Saran

Pemicu untuk melakukan pembaruan

fungsi keuangan perusahaan adalah rendahnya penghargaan investor terhadap pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba per lembar saham. Pembaruan tersebut pada hakekatnya adalah penambahan fungsi baru keuangan perusahaan untuk menjadikan fungsi keuangan perusahaan lebih proaktif dalam layanan internal dan layanan eksternal kemitraan bisnis.

Fungsi kemitraan bisnis keuangan perusahaan menghendaki keuangan perusahaan tidak hanya terlibat dalam rutinitas operasi bisnis perusahaan tetapi juga berpartisipasi aktif dalam tim kerja pucuk pimpinan dan mewakili perusahaan untuk berkomunikasi dengan investor dalam mengelola penghargaan dari investor. Menjalankan fungsi kemitraan bisnis menuntut keuangan perusahaan membuat keseimbangan antara menjalankan fungsi layanan dan fungsi pemberian nilai tambah pada pertumbuhan perusahaan.

Sikap proaktif dan kompetensi bisnis yang baik sangat diperlukan untuk mengimplementasikan fungsi kemitraan bisnis.

Penelitian ini menggunakan data sekunder sehingga memiliki kelemahan, yaitu tidak mampu menjawab pertanyaan mengapa

investor menghargai atau tidak menghargai pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba bersih per lembar saham. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi tentang mengapa investor tidak menghargai pertumbuhan penjualan

dan pertumbuhan laba bersih. Penelitian lain yang perlu diadakan adalah eksplorasi pembaruan peran eksekutif keuangan perusahaan sehingga sejalan dengan pembaruan fungsi keuangan perusahaan. ■

Daum, J.H., 2005, "The Evolution of the Finance Function in European Companies and the Future Outlook", *The Austrian Controller Magazine*, Vol 06.

Desai, M.A., 2008, "The Finance Function in Global Corporation", *Harvard Business Review*, July.

Koller, T, 2005, "Don't Expect Too Much of Your Share Price", *The McKinsey Quarterly*.

KPMG, 2008, "Finance of The Future – Looking Forward to 2020", *Financial Management*.

Lukens, S dan Rogers, S.B., 2006, "The Agile CFO – Enabling the Innovation Path Growth", *IBM Global Business Services*.

Pohl, H, 2007, "Building A Competitive Finance Function: An Executive Roundtable", *The McKinsey Quarterly*.

PriceWaterhouseCoopers, 2007, "Improving Finance Function Effectiveness", *Working paper*.

Daftar Pustaka