

Jurnal

BISNIS DAN MANAJEMEN

Volume 11 No. 2, Mei 2015

ISSN 1411 - 9366

**PENILAIAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN METODE
RASIO KEUANGAN, ECONOMIC VALUE ADDED (EVA)
DAN MARKET VALUE ADDED (MVA)**
Hidayah Wiweko

**PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN KESEHATAN BAGI PASIEN
BERSUBSIDI**
Dien Mardhiyah | Masmira Kurniawati

**PENGARUH PESAN IKLAN PADA PENGENALAN MEREK DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN**
Faila Shofa

**OPTIMALISASI PEMBERDAYAAN WAKAF TUNAI MELALUI
INSTITUSIONALISASI LEMBAGA PENDIDIKAN NAZIR**
Tika Widiastuti | Imron Mawardi
Imam Wahyudi Indrawan

**CUSTOMER BASED BRAND EQUITY PRODUK UMKM : SUATU STUDI
EKSPLORASI**
Sri Hartini

REKSA DANA SAHAM INDONESIA : KINERJA DAN PERINGKATNYA
Nicodemus Simu

JURNAL BISNIS
dan
MANAJEMEN

Vol
11

No. 2

Hal. 86 - 173

Bandar Lampung
Mei 2015



9 771411 936004

JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

TIM REDAKSI

- Pengarah** : Dekan FEB Unila
Wakil Dekan 1 FEB Unila
Wakil Dekan 2 FEB Unila
Wakil Dekan 3 FEB Unila
- Penanggung Jawab** : Ketua Jurusan Manajemen FEB Unila
- Dewan Review** : Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
Prof Dr.Mahatma Kupapeksi, MBA
Dr. Hj. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.
Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A.
Hj. Aida Sari, S.E., M.Si.
Masyhuri Hamidi, SE.,M.Si, P hd (Unand)
- Pemimpin Redaksi** : Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
- Wakil Pemimpin Redaksi** : Yuningsih, S.E., M.M.
- Redaksi Pelaksana** : Hi. Habibullah Jimad, S.E., M.Si.
Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si.
Dina Safitri, S.E., M.I.B.
Igo Ferbianto, S.E., M.Si.
Deki Firmansyah, S.E., M.Si.
Muslimin, S.E., M.Si.
- Staf Redaksi** : Adel Marzi (Tata Usaha dan Kearsipan)
Nasirudin (Distribusi dan Sirkulasi)
- Alamat Redaksi** : **Gedung A Lantai 2 Jurusan Manajemen**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1
Gedung Meneng Bandar Lampung 35145
Telepon/Fax : (0721)773465
e-mail : manajemen.bisnisfeb@gmail.com
Website : <http://manajemen.feb.unila.ac.id>

Jurnal Bisnis dan manajemen merupakan media komunikasi ilmiah, diterbitkan tiga kali setahun oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, berisikan ringkasan hasil penelitian dan kajian ilmiah.

JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

DAFTAR ISI

PENILAIAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN METODE RASIO KEUANGAN, ECONOMIC VALUE ADDED (EVA) DAN MARKET VALUE ADDED (MVA) <i>Hidayah Wiweko</i>	86
PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN KESEHATAN BAGI PASIEN BERSUBSIDI <i>Dien Mardhiyah Masmira Kurniawati</i>	101
PENGARUH PESAN IKLAN PADA PENGENALAN MEREK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN <i>Faila Shofa</i>	114
OPTIMALISASI PEMBERDAYAAN WAKAF TUNAI MELALUI INSTITUSIONALISASI LEMBAGA PENDIDIKAN NAZIR <i>Tika Widiastuti Imron Mawardi</i> <i>Imam Wahyudi Indrawan</i>	133
CUSTOMER BASED BRAND EQUITY PRODUK UMKM : SUATU STUDI EKSPLORASI <i>Sri Hartini</i>	145
REKSA DANA SAHAM INDONESIA : KINERJA DAN PERINGKATNYA <i>Nicodemus Simu</i>	161

Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Metode
Rasio Keuangan, Economic Value Added (EVA)
Dan Market Value Added (MVA)
(Studi Kasus: Sektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesia)

Oleh : Hidayah Wiweko*

Abstract

In the assessment of the company's financial performance, financial ratio analysis is a financial analysis method most widely used in Indonesia. To complete financial ratio analysis and then developed a new analytical method modification, where this method of measuring performance can be accurately take fully into account the interests and expectations of providers of funds (creditors and shareholders). The method in question is the model of Economic Value Added, or EVA (concept of performance assessment) which in Indonesia is better known as the concept of Economic Value Added. The second method is MVA (Market Value Added) which have the same pressure with EVA is the company's welfare funding.

In measuring performance based Economic Value Added (EVA), we can see that the company INAF, KAEF, KLBF, PYFA, SQBB, and TSPC consistently generate positive EVA means that the company constantly able to keep the increase in positive economic added value. While companies DVLA, BRANDS, and SCPI value varies, where to DVLA, 2010 to 2013 resulted in EVA negative, while the company BRANDS only in 2010 resulted in EVA negative, and the company SCPI, 2009, 2010, and 2013 produce a negative EVA.

Market-based performance measurement Value Added value for all the company's MVA Pharmaceuticals sub sector also vary between companies and also vary from year. For the DVLA, in 2012 resulted in a negative MVA values and the other capable mneghasilkan MVA positive value. INAF in 2009 and in 2010 resulted in a negative MVA value, while the next year is able to generate a positive MVA value. While companies KAEF, KLBF, BRANDS, PYFA, SQBB, and TSPC consistently generate positive MVA values from 2009 until 2013. The company SCPI, 2009, 2012 and 2013 resulted in negative while the value of MVA in 2010 and 2011, MVA is able to generate a positive value.

Abstrak

Dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan, analisis rasio keuangan merupakan metode analisis keuangan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Untuk melengkapi analisis rasio keuangan kemudian berkembang metode analisis modifikasi baru, dimana metode ini dalam mengukur kinerja dapat secara tepat memperhatikan sepenuhnya kepentingan dan harapan penyedia dana (kreditur dan pemegang saham). Metode yang dimaksud adalah model *Economic Value Added* atau EVA (konsep penilaian kinerja) yang di Indonesia lebih dikenal dengan nama konsep **Nilai Tambah Ekonomis**. Metode yang kedua yaitu MVA (*Market Value Added*) yang mempunyai tekanan yang sama dengan EVA yaitu pada kesejahteraan penyanggah dana perusahaan.

Dalam pengukuran kinerja berbasis *Economic Value Added* (EVA), dapat kita lihat bahwa perusahaan INAF, KAEF, KLBF, PYFA, SQBB, dan TSPC konsisten menghasilkan nilai EVA yang positif, artinya perusahaan terus mampu menjaga peningkatan nilai tambah

ekonomisnya yang positif. Sedangkan perusahaan DVLA, MERK, dan SCPI nilainya bervariasi, dimana untuk DVLA, tahun 2010 sampai tahun 2013 menghasilkan nilai EVA yang negative, sedangkan perusahaan MERK hanya tahun 2010 menghasilkan nilai EVA yang negative, dan perusahaan SCPI, tahun 2009, 2010, dan tahun 2013 menghasilkan nilai EVA yang negative.

Pengukuran kinerja berbasis *Market Value Added*, nilai MVA untuk semua perusahaan sub sector Farmasi juga bervariasi antar perusahaan dan juga bervariasi antar tahunnya. Untuk DVLA, tahun 2012 menghasilkan nilai MVA yang negatif dan tahun lainnya mampu menghasilkan nilai MVA yang positif. INAF tahun 2009 dan tahun 2010 menghasilkan nilai MVA yang negatif, sedangkan tahun selanjutnya mampu menghasilkan nilai MVA yang positif. Sedangkan perusahaan KAEF, KLBF, MERK, PYFA, SQBB, dan TSPC konsisten menghasilkan nilai MVA yang positif dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013. Perusahaan SCPI, tahun 2009, 2012, dan 2013 menghasilkan nilai MVA yang negatif sedangkan tahun 2010 dan tahun 2011, mampu menghasilkan nilai MVA yang positif.

Kata kunci : **Kinerja Keuangan, *Economic Value Added (EVA)*, *Market Value Added (MVA)*.**

***) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.**

Pengukuran Kualitas Layanan Kesehatan bagi Pasien Bersubsidi

Dien Mardhiyah, SE., MSi*
Dr. Masmira Kurniawati, SE., MSi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
Jl. Airlangga 4 Surabaya, 0818310026*, 08121611036**

Abstract

Evaluating the quality of health services essential for consumers, service providers, and the community. Develop health care quality measurement is important for systems and organizations who want to know the quality of health services provided. This study aimed to establish the measurement of the quality of health care for consumers who get subsidies of health care costs from the government. It was important because the existing service quality measurement is a measurement of the quality of service for the profit-oriented company.

This study is a qualitative study aims to explore the patient's perception of subsidized health care services for those they have received and wanted to know what they need. It is used as a basis establishing subsidized service quality measurements. Data are taken from in-depth interviews to 18 patients using subsidized health care facilities in Surabaya which has Jamkesmas card or SKTP.

The results showed that low-cost health services are factors that affect the assessment of the quality of health services in addition to other factors, not the free health services. Results of this study are expected to be input for health care providers, especially for subsidized service providers in order to deliver services according to the needs and expectations of patients served so that people are willing to use the service. In the long run, subsidized health care programs can help improve public health.

Keywords: Quality of health care, Subsidized

ABSTRAKSI

Mengevaluasi kualitas layanan kesehatan penting bagi konsumen, penyedia jasa, dan masyarakat. Mengembangkan pengukuran kualitas layanan kesehatan merupakan hal penting bagi sistem dan organisasi yang ingin mengetahui kualitas layanan kesehatan yang diberikan. Studi ini bertujuan untuk membangun pengukuran kualitas layanan kesehatan bagi konsumen yang mendapatkan subsidi biaya kesehatan dari pemerintah. Hal itu penting dilakukan mengingat pengukuran kualitas layanan yang ada merupakan pengukuran kualitas layanan bagi perusahaan yang berorientasi profit. Pengukuran kualitas layanan kesehatan bagi masyarakat yang merupakan pasien bersubsidi juga perlu dilakukan karena masih terdapat ketidakpuasan pasien pengguna layanan kesehatan bersubsidi yang tampak dari keengganan mereka untuk menggunakan fasilitas layanan kesehatan bagi mereka.

Studi ini merupakan studi kualitatif yang bertujuan menggali persepsi pasien layanan kesehatan bersubsidi atas layanan kesehatan bagi mereka yang telah mereka terima dan layanan kesehatan seperti apa yang mereka butuhkan. Data diperoleh dari wawancara mendalam yang dilakukan kepada 18 pasien pengguna fasilitas layanan kesehatan bagi masyarakat miskin di Surabaya, yakni pemegang kartu Jamkesmas dan SKTP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya layanan kesehatan yang murah merupakan faktor yang mempengaruhi penilaian atas kualitas layanan kesehatan selain faktor-faktor yang lain, bukan biaya kesehatan gratis. Hal tersebut terkait dengan layanan kesehatan bersubsidi yang ditawarkan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi penyedia layanan kesehatan terutama bagi penyedia layanan bersubsidi agar dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasien yang dilayani agar masyarakat bersedia menggunakan layanan ini sehingga tingkat kesehatan masyarakat dapat ditingkatkan.

Keywords: Kualitas layanan kesehatan, bersubsidi.

**PENGARUH PESAN IKLAN PADA PENGENALAN MEREK
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi Pada Merek Susu Ibu Hamil Annum Materna)**

*Oleh: Faila
Shofa*)*

(Dosen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)

ABSTRACT

Information has an important roles for all aspects of marketing activities. On promotional activities, which is one of the activities carried out by the company's marketing mix in a variety of ways is advertising on television media. Annum Materna is a milk brand for pregnant women which doing various activities to dissemination of information through television media in order to build brand recognition and consumer confidence.

This research investigated the influence of advertising message on brand recognition, and to investigated the influence of advertising messages on consumer confidence. The purposes of this reseach are firstly want to know the influence of advertising messages on brand recognition; second is want to know the influence of advertising messages on consumer confidence. The method of this analysis used simple liner regression toward to two regression models with used SPSS aplication. The collection of data by distributing questionnaires to 104 pregnant women who had seen the advertising of Annum Materna, and also domiciled in Bandar Lampung.

The research result prove that there is an influence of advertising messages on brand recognition; and there isan influence of advertising messages on consumer confidence.

Keywords: Information, Advertising Messages, Brand Recognition, Consumer Confidence.

ABSTRAK

Informasi memegang peran yang penting bagi seluruh aspek kegiatan pemasaran. Pada kegiatan promosi yang merupakan salah satu dari kegiatan bauran pemasaran dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan beragam cara media, baik itu menggunakan media cetak dan non cetak, salah satunya dengan menggunakan media iklan di televisi. Annum Materna sebagai salah satu merek susu ibu hamil melakukan kegiatan penyebaran informasi melalui iklan di media televisi, adapun tujuannya adalah dalam rangka membangun pengenalan atas merek dan membangun kepercayaan konsumen atas merek yang diiklankan.

Penelitian ini mencoba meneliti pengaruh variabel pesan iklan pada pengenalan merek dan meneliti pengaruh variabel pesan iklan terhadap kepercayaan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh variabel pesan iklan terhadap pengenalan merek; dan ingin mengetahui pengaruh variabel pesan iklan terhadap kepercayaan konsumen. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana terhadap 2 model regresi dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Pengumpulan data dengan penyebaran

kuesioner kepada 104 orang wanita hamil yang pernah melihat iklan Annum Materna dan berniat membeli, serta berdomisili di Bandar Lampung.

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh pesan iklan pada pengenalan merek ; dan terdapat pengaruh variabel pesan iklan pada kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Informasi, Pesan Iklan, Pengenalan Merek, Kepercayaan Konsumen.

Optimalisasi Pemberdayaan Wakaf Tunai melalui Institusionalisasi Lembaga Pendidikan Nazhir

Oleh:

*Tika Widiastuti**

*Imron Mawardi**

*Imam Wahyudi Indrawan***

ABSTRACT

Waqf as an Islamic ruled socio-economic instrument which is able to give benefits from waqf assets to society in wide range. Nowadays, waqf had developed into many kinds of form, not just lands or buildings but also cash waqf. Meanwhile, today waqf has a challenge to maintain productive assets from waqf assets in order to make sustainable social and economic benefits to society, instead of consumptively managed waqf. Nazhirs as managers of waqf assets must be creative and proactive in finding the best way to maintain productivity of waqf assets. This paper aimed to propose an idea of institutionalization of Education Institute of Nazhir in order to develop human resources of nazhir that amanah/trustworthy and professionally accepted. As the cash waqf is still growing, maintaining an institution to train good cash waqf's nazhirs is a good way to optimize the cash waqf role on society and also hopefully may increase nazhirs' quality and society's reliance to nazhirs.

Keywords: *Cash Waqf, Education Institute of Nazhir, Empowerment, Nazhir*

ABSTRAK

Wakaf sebagai instrument sosioekonomi dalam Islam yang dapat memberikan manfaat dari pengelolaan aset wakaf tersebut dalam jangkauan yang luas. Di masa kini, wakaf sebagai institusi menghadapi tantangan untuk mengembangkan produktifitas aset wakaf agar memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang berkelanjutan kepada masyarakat, tidak hanya menjadi wakaf yang bersifat konsumtif. Nazhir sebagai pengelola dari aset wakaf haruslah kreatif dan proaktif dalam mencari cara terbaik dalam mengembangkan produktifitas dari aset wakaf yang dikelolanya. Paper ini bertujuan untuk mengembangkan ide mengenai institusionalisasi dari Lembaga Pendidikan Nazhir dalam rangka mengembangkan sumber daya insane nazhir yang amanah dan diterima secara profesional. Dengan wakaf tunai yang terus tumbuh, mengembangkan lembaga yang melatih nazhir wakaf tunai adalah cara yang baik untuk mengoptimalkan peran wakaf tunai di masyarakat dan diharapkan pula akan mampu meningkatkan kualitas nazhir dan kepercayaan masyarakat atas para nazhir.

Kata Kunci: *Lembaga Pendidikan Nazhir, Nazhir, Pemberdayaan, Wakaf Tunai*

Hartini,Sri
Management Departement,Economic & Bussines Faculty
Universitas Airlangga

Abstract

This study is an exploratory study that aims to explain the consumer behavior in the purchase of SMEs products, identification CBBE on SMEs products, impact the performance of SMEs product CBBE. This study focuses on variables of CBBE antecedents and outcome in the SME. The qualitative approach was used to describe CBBE. In data collection has used in-depth interview. The results of this study is 10 propostions about antecedent and consequences of brand equity strategy based consumer perspective

Key words : CBBE,Antecedent ,Consequences

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi eksplorasi yang berntujuan untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam pembelian produk-produk yang dihasilkan UMKM, identifikasi *CBBE* produk UMKM, Dampak *CBBE* Pada kinerja UMKM Penelitian ini fokus pada variabel - variabel anteseden dari *CBBE* dan dampaknya pada *marketing outcome* pada perusahaan UMKM. Digunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan relationship tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *in-dept interview*. Dalam penelitian ini, dilakukan identifikasi perilaku konsumen pada proses keputusan pembelian produk. serta *marketing outcome* perusahaan. Adapun Hasil penelitian ini 10 proposisi mengenai variabel anteseden dan konsekuensi dari strategy brand equity management perspektif konsumen Keywords :
CBBE,Anteseden,Konsekuensi

REKSA DANA SAHAM INDONESIA: KINERJA DAN PERINGKATNYA

Nicodemus Simu
Perbanas Institute, Jakarta

Abstract

A mutual fund is an investment vehicle that is made up by a pool of money collected from investors for the purpose of making trades in a portfolio of securities by investment managers. One of several mutual funds in Indonesia is equity funds that invest at least 80% of the portfolio's value in listed stocks. The purpose of this research is identify and determine the performance of Indonesia equity mutual funds and rank them by using the six commonly used methods, namely Information Ratio, Sharpe Measure Ratio, Jensen Ratio, Treynor Ratio, Sortino Ratio, and Fama's Ratio. Selected samples are (1) equity mutual funds which active for five consecutive years during 2008-2012 period, (2) managed by an investment manager with a number managed funds over Rp500 billion, and (3) equity mutual fund with average return above the market return. The results showed that the RDS Panin Dana Maksima has the highest performance, while RDS NISP Progressive Stock Index is the lowest order performance. It is also found that only 5 equity funds that have performed above average (outperform) in the order of the best, namely RDS Panin Dana Maksima, RDS Panin Dana Prima, RDS Syailendra Equity Opportunity Fund, Grow RDS-2-Prosper, RDS GMT Equity Fund.

Keywords: *Equity funds, performance measurement, rank*