

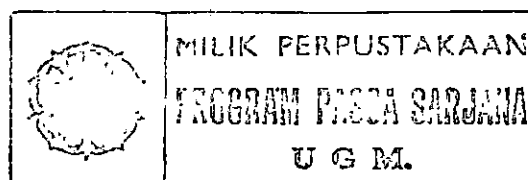
INTISARI

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai pemegang saham. Konsep penciptaan nilai bagi pemegang saham (*creating shareholders value*), pada saat ini telah menjadi tujuan (*objectives*) utama bagi banyak perusahaan, dimana perusahaan-perusahaan tiada henti-hentinya berupaya untuk selalu memperbaiki kualitas kinerja mereka untuk menghasilkan tingkat keuntungan (*profitability*) yang tinggi atau menghasilkan *rate of return* di atas modal, dengan hasil akhir adalah peningkatan harga saham perusahaan di pasar modal.

Di dalam masa persaingan turbulensi tinggi dan kemampuan perusahaan dimana penciptaan efisiensi dan efektifitas mengalami kesamaan (*similarity*), tidak hanya dilandasi pada kemampuan perusahaan di dalam menciptakan pertumbuhan tingkat keuntungan (*profit growth*), namun juga harus didasarkan pada kemampuan perusahaan di dalam menciptakan pertumbuhan tingkat pendapatan (*revenue growth*) perusahaan tersebut (Kearney, 1999).

Konsep inilah yang akan digunakan penulis nantinya sebagai landasan pengukuran nilai bagi pemegang saham. Konsep ini disebut juga sebagai analisis *Value-Building Growth*, yang mana merupakan hasil formulasi dari A.T. Kearney Management Consulting pada tahun 1999.

Kata kunci: Penciptaan nilai, pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan nilai dan keunggulan bersaing.



ABSTRAKSI

The objective of the company is maximizing shareholder value. The concept of the shareholder value creation recently has been the main objectives for many companies, they were never stop improving their work quality to get the highest profitability with the final result is increasing of their share price in the market share.

In the high turbulence competition, while ability of the company to create efficiency and affectivity has become the same way for every company, not just based on ability of the company in created profit growth, however based on the ability of the company in created revenue growth (Kearney, 1999).

This concept will be use by the writer as a based of the measuring shareholder value. It calls as *Value-Building Growth* analysis, which formulated by A.T. Kearney Management Consulting, in 1999.

Key word: Value creation, revenue growth, value growth and competitive advantage.