

Valuasi Perusahaan Dengan Menggunakan Metode Penilaian Relatif: Studi Kasus Brand Sajian Negeri

Irsyad Kamal

¹Universitas Padjadjaran, e-mail: irsyad.kamal@unpad.ac.id

Histori Naskah

ABSTRACT

This study analyzes company valuation using the Relative Valuation method with a case study on the Sajian Negeri brand. Indonesia's food and beverage industry has experienced rapid growth, driven by consumers' increasing preference for premium dining experiences. This research compares Sajian Negeri's valuation with five publicly listed restaurant companies in Indonesia Stock Exchange, using Price-to-Earnings (P/E) Ratio, Enterprise Value-to-EBIT (EV/EBIT), and Enterprise Value-to-Sales (EV/Sales) metrics. The results indicate that Sajian Negeri's valuation ranges from IDR5.1 billion to IDR21.5 billion, with signs of undervaluation in its EV/Sales ratio (0.5x), which is lower than the industry average. Its unique position as a "Modern Heritage Dining" brand and alignment with sustainability trends strengthen its future growth prospects.

Keywords : Keyword: Company Valuation; Relative Valuation Method; Country Food Brand

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis valuasi perusahaan menggunakan metode Relative Valuation dengan studi kasus pada merek *Sajian Negeri*. Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap pengalaman bersantap premium. Penelitian ini membandingkan valuasi *Sajian Negeri* dengan lima perusahaan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menggunakan metrik *Price-to-Earnings (P/E) Ratio*, *Enterprise Value-to-EBIT (EV/EBIT)*, dan *Enterprise Value-to-Sales (EV/Sales)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa valuasi *Sajian Negeri* berkisar antara Rp5,1 miliar hingga Rp21,5 miliar, dengan indikasi undervaluation pada rasio EV/Sales (0,5x) yang lebih rendah dibandingkan rata-rata industri. Posisi unik sebagai merek "Santapan Warisan Modern" serta keselarasan dengan tren keberlanjutan memperkuat prospek pertumbuhan di masa depan.

Kata Kunci : Kata Kunci1: Valuasi Perusahaan; Metode Penilaian Relatif; Brand Sajian Negeri

Corresponding Author : **Irsyad Kamal**
Universitas Padjadjaran, e-mail: irsyad.kamal@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh perubahan preferensi konsumen dan meningkatnya pariwisata kuliner. Menurut Euromonitor, sektor layanan makanan di Indonesia mencatat pertumbuhan tahunan (YoY) sebesar 12,3%, mencerminkan meningkatnya permintaan akan pengalaman bersantap makanan yang melampaui pola konsumsi tradisional. Salah satu tren yang muncul dalam sektor ini adalah meningkatnya popularitas pengalaman makan berbasis warisan budaya, yang menggabungkan elemen kuliner tradisional dengan standar penyajian dan layanan modern. Konsumen, terutama dari segmen kelas menengah ke atas, semakin mencari pengalaman bersantap makanan yang autentik dan membangkitkan nostalgia, sambil tetap mempertahankan kualitas layanan dan suasana yang tinggi (Nielsen, 2024).

Salah satu merek yang mengusung konsep "Modern Heritage Dining" adalah Sajian Negeri, yang menawarkan masakan Nusantara autentik dengan pengalaman bersantap makanan premium. Merek ini memanfaatkan meningkatnya permintaan akan konsep restoran yang berfokus pada keberlanjutan dan pengalaman, yang sejalan dengan preferensi pasar terhadap kuliner tradisional dengan sentuhan kontemporer.

Untuk memahami valuasi dari merek seperti Sajian Negeri, diperlukan pendekatan yang mendalam untuk menilai posisi pasar, kinerja keuangan, dan potensi pertumbuhannya. Di antara berbagai metode valuasi, metode *Relative Valuation* banyak digunakan karena kepraktisannya serta kemampuannya untuk dibandingkan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Metode ini melibatkan analisis rasio keuangan seperti Price-to-Earnings (P/E) Ratio, Enterprise Value-to-Sales (EV/Sales), dan Enterprise Value-to-EBIT (EV/EBIT) guna menentukan apakah perusahaan tersebut dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan rekan-rekan industrinya (Pangestika & Christianti, 2021).

Untuk memastikan valuasi yang akurat dan berbasis pasar, penelitian ini membandingkan Sajian Negeri dengan perusahaan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, termasuk: **PT Champ Resto Indonesia Tbk (ENAK)** – Operator restoran multi-merek yang berkembang pesat. **PT Bersama Mencapai Puncak Tbk (BAIK)** – Perusahaan yang berfokus pada pengalaman bersantap premium. **PT Map Boga Adiperkasa Tbk** – Operator eksklusif merek internasional seperti Starbucks dan Krispy Kreme. **PT Fast Food Indonesia Tbk** – Pemegang waralaba utama KFC di Indonesia yang memimpin segmen restoran cepat saji (QSR). **PT Pioneerindo Gourmet International Tbk (PTSP)** – Perusahaan induk dari California Fried Chicken dan jaringan F&B lainnya.

Dengan membandingkan metrik keuangan Sajian Negeri dengan pemain industri yang sudah mapan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai valuasi pasar merek, posisi kompetitif, dan potensi pertumbuhan strategisnya. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya valuasi perusahaan yang akurat dalam industri makanan dan minuman yang berkembang pesat dan sangat kompetitif, di mana tren konsumen, strategi harga, dan diferensiasi merek memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian metode *Relative Valuation* untuk menganalisis nilai pasar merek Sajian Negeri. Metode ini dipilih karena kepraktisannya serta penggunaannya yang luas dalam mengevaluasi perusahaan dalam industri yang sama. Berbeda dengan model *valuasi absolut* seperti metode *Discounted Cash Flow* (DCF) yang memerlukan proyeksi arus kas masa depan secara rinci, metode *Relative Valuation* mengandalkan data pasar yang tersedia dan rasio keuangan, sehingga lebih efisien dan dapat

dibandingkan secara langsung dengan rekan industri (Pangestika & Christianti, 2021). Sebagaimana dijelaskan oleh Larsen (2008), metode *Relative Valuation* sangat berguna ketika terdapat cukup banyak perusahaan pembanding, karena harga pasar mereka dapat menjadi tolok ukur valuasi. Pendekatan ini sangat efektif dalam industri dimana persepsi pasar dan sentimen investor berperan penting, seperti sektor makanan dan minuman, di mana perilaku konsumen dan tren pasar berkembang dengan cepat. Selain itu, metode ini memberikan perbandingan yang mendalam antara perusahaan dengan model bisnis serupa, membantu investor dan pemangku kepentingan dalam menentukan apakah suatu perusahaan dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan tolok ukur industri.

Langkah-langkah utama dalam metodologi ini meliputi: Pemilihan Perusahaan Pembanding: Keselarasan Industri: Perusahaan yang dipilih beroperasi dalam industri restoran dan layanan makanan agar berbagi dinamika pasar yang sama dengan Sajian Negeri. Kesamaan Model Bisnis: Preferensi diberikan kepada perusahaan yang menekankan pengalaman bersantap dan beroperasi dalam model restoran cepat saji (QSR) atau *premium casual dining*. Ketersediaan Data: Hanya perusahaan yang terdaftar di bursa (Tbk) yang dipilih agar memastikan akses terhadap laporan keuangan yang andal dan terstandarisasi. Pengumpulan Data yang diperoleh dari laporan keuangan dan studi pasar, termasuk laporan Euromonitor yang mencatat pertumbuhan 12,3% di sektor layanan makanan di Indonesia, serta riset IPSOS tentang tren bersantap pasca-pandemi. Laporan Nielsen Consumer Report (2024), yang menemukan bahwa 72% konsumen Indonesia memprioritaskan keberlanjutan dalam memilih restoran.

Metode Valuasi: Price-to-Earnings (P/E) Ratio: Mengukur sejauh mana investor bersedia membayar untuk setiap unit pendapatan, memberikan wawasan tentang ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan dan profitabilitas. *Enterprise Value-to-EBIT* (EV/EBIT): Mengevaluasi efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan relatif terhadap nilai perusahaannya. *Enterprise Value-to-Sales* (EV/Sales): Menentukan valuasi perusahaan berdasarkan kapasitas pendapatan, yang sangat relevan bagi bisnis yang berorientasi pertumbuhan. Setiap rasio valuasi dihitung untuk Sajian Negeri dan dibandingkan dengan nilai median dari perusahaan pembanding yang dipilih guna menentukan apakah merek tersebut dinilai terlalu rendah, wajar, atau terlalu tinggi.

Analisis Perbandingan: Metrik keuangan Sajian Negeri dibandingkan dengan nilai median dari perusahaan pembanding. Interpretasi: Wawasan dari tren pasar, seperti peningkatan restoran premium dan permintaan akan keberlanjutan, digunakan untuk menganalisis valuasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Dalam analisis ini, Sajian Negeri dinilai menggunakan metode *Relative Valuation* dengan membandingkan rasio keuangan utama dengan lima perusahaan makanan dan minuman (F&B) yang terdaftar di Indonesia. Perusahaan yang dipilih adalah PT Champ Resto Indonesia Tbk (ENAK), PT Bersama Mencapai Puncak Tbk (BAIK), PT Map Boga Adiperkasa Tbk, PT Fast Food Indonesia Tbk, dan PT Pioneerindo Gourmet International Tbk (PTSP). Dataset mencakup data pasar seperti kapitalisasi pasar, utang bersih, nilai perusahaan (EV), penjualan, EBIT, dan laba bersih, yang digunakan untuk menghitung rasio valuasi.

Pemilihan perusahaan-perusahaan ini didasarkan pada kesamaan operasional dalam industri restoran dan layanan makanan, mulai dari pengalaman bersantap kasual hingga premium, serta ketersediaan data keuangan yang dapat diandalkan. Pemilihan perusahaan pembanding yang relevan memungkinkan *benchmark* yang lebih akurat dalam menilai kinerja keuangan dan valuasi pasar Sajian Negeri.

1. Data Perusahaan Pembanding

Tabel 1: Data Keuangan dan Valuasi Multiples Perusahaan Pembanding (dalam Rp Miliar)

Company	Market Cap	Net Debt	EV	Sales	EBIT	Earnings	EV/Sales	EV/EBIT	P/E
ENAK	1,560.00	168.14	1,728.14	1,425.95	67.02	26.56	1.2x	25.8x	58.7x
BAIK	67.5	7.22	74.72	178.35	15.01	11.55	0.4x	5.0x	5.8x
MAPB	2,865.51	1,016.71	3,882.21	3,995.45	176.92	104.55	1.0x	21.9x	27.4x
FAST	1,117.28	697.15	1,814.43	5,935.00	-295.87	-415.05	0.3x	-6.1x	-2.7x
PTSP	166.71	138.85	305.56	623.95	30.67	26.34	0.5x	10.0x	6.3x
Median							0.5x	10.0x	6.3x

Source: *idx.co.id, stockbit.com*

Tabel di atas menyajikan data keuangan dan valuasi multiples dari lima perusahaan F&B yang dijadikan acuan. Data ini mencakup kapitalisasi pasar, hutang bersih, nilai perusahaan (EV), penjualan, EBIT, dan laba bersih. Berdasarkan data tersebut, didapatkan tiga jenis valuation multiples, yaitu EV/Sales, EV/EBIT, dan P/E yang selanjutnya dilakukan perhitungan nilai median dari 5 perusahaan yang menjadi pembanding.

Dari hasil perhitungan median didapat median EV/Sales sebesar 0,5x hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan sebanding dengan setengah dari pendapatan mereka. Nilai multiple yang rendah ini mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan dalam industri ini mungkin dinilai relatif rendah oleh investor dibandingkan dengan sektor lain. Selanjutnya didapat nilai median EV/EBIT: 10,0x hal ini menunjukkan bahwa secara rata-rata, nilai perusahaan (EV) dari perusahaan-perusahaan pembanding adalah 10 kali lebih besar dari laba operasional mereka (EBIT). Nilai multiple ini mengindikasikan bahwa investor bersedia membayar 10 kali lipat dari laba operasional perusahaan untuk nilai perusahaan. Terakhir adalah P/E Ratio yang didapat dari perbandingan sebesar 6.3x hal ini menunjukkan bahwa secara rata-rata, investor bersedia membayar 6,3x untuk setiap Rp1 laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan pembanding.

2. Penilaian nilai brand Sajian Negeri

Setelah mendapatkan nilai median dari *multiple* perusahaan pembanding, Selanjutnya adalah menerapkan nilai tersebut pada data keuangan Sajian Negeri untuk mendapatkan estimasi nilai perusahaan (EV). Data keuangan Sajian Negeri yang digunakan dalam perhitungan ini adalah Laporan Keuangan perusahaan terbaru. Berikut merupakan hasil dari perhitungan nilai dari brand sajian negeri.

Tabel 2: Perhitungan Nilai Perusahaan Sajian Negeri (dalam Rupiah)

Valuation Metrics	Sajian Negeri's Financial		
	Data (2024)	Median Multiple	Enterprise Value
Price-to-Earnings (P/E)	Earnings: Rp1,616,787,516	6.3x	10,232,009,363
EV/EBIT	EBIT: Rp2,168,104,286	10.0x	21,597,470,226
EV/Sales	Sales: Rp10,459,974,814	0.5x	5,122,510,250

Source: *Analyst (2025)*

a. Rasio Harga terhadap Laba (P/E)

Rasio P/E sebesar 6,3x menunjukkan bahwa investor bersedia membayar Rp 6,3 untuk setiap Rp 1 laba Sajian Negeri. Mengacu dari report yang dipublikasikan IDX (2024) *Multiple* ini *lebih rendah* daripada median industri yaitu sebesar 14.67x untuk perusahaan F&B di

Indonesia. Rasio P/E yang lebih rendah dapat mencerminkan kekhawatiran tentang prospek pertumbuhan atau profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek. Namun, ini juga dapat menjadi peluang bagi investor untuk memperoleh saham pada penilaian yang relatif menarik. Posisi unik Sajian Negeri sebagai merek "Santapan Warisan Modern" dan keselarasan dengan tren keberlanjutan dapat membantu meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong peningkatan *multiple* P/E-nya di masa depan.

b. Enterprise Value-to-EBIT (EV/EBIT)

Multiple EV/EBIT sebesar 10,0x menunjukkan bahwa nilai perusahaan Sajian Negeri adalah 10 kali EBIT (Laba Sebelum Bunga dan Pajak)-nya. Multiple ini *sejalan dengan* atau sedikit *di bawah* median industri, yang biasanya sekitar 12x hingga 14x untuk perusahaan F&B (Deloitte, 2024). Multiple EV/EBIT menyoroti kemampuan Sajian Negeri untuk menghasilkan keuntungan dari operasi intinya, terlepas dari struktur modalnya. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan margin EBIT yang kompetitif mencerminkan manajemen biaya yang efektif dan aliran pendapatan yang kuat. Namun, mungkin ada ruang untuk peningkatan efisiensi operasional untuk lebih meningkatkan profitabilitas dan membenarkan *multiple* yang lebih tinggi.

c. Enterprise Value-to-Sales (EV/Sales)

Multiple EV/Penjualan sebesar 0,5x menunjukkan bahwa nilai perusahaan Sajian Negeri adalah 0,5 kali penjualan tahunannya. Multiple ini *jauh lebih rendah* daripada median industri, yang biasanya berkisar antara 2x hingga 3x untuk perusahaan F&B (Damodaran, 2024). Multiple EV/Penjualan yang rendah dapat mengindikasikan bahwa pasar mempersepsikan prospek pertumbuhan Sajian Negeri terbatas atau bahwa aliran pendapatannya kurang stabil dibandingkan pesaing. Namun, ini juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya meningkatkan skala operasi dan merebut pangsa pasar santapan premium yang lebih besar. Dengan berfokus pada penawaran menu yang inovatif, kampanye pemasaran strategis, dan kemitraan dengan pemasok lokal, Sajian Negeri dapat meningkatkan pertumbuhannya dan membenarkan *multiple* EV/Penjualan yang lebih tinggi.

Berdasarkan perhitungan ini, valuasi Sajian Negeri berkisar antara Rp 5,1 miliar sampai 21,5 miliar, tergantung pada metrik yang digunakan. Multiple yang lebih rendah di ketiga metrik (P/E, EV/EBIT, dan EV/Penjualan) menunjukkan bahwa pasar mungkin tidak sepenuhnya mengakui kekuatan Sajian Negeri dalam menghasilkan pendapatan, profitabilitas, dan potensi pertumbuhan. Namun, posisi unik perusahaan sebagai merek "Santapan Warisan Modern" dan keselarasan dengan tren keberlanjutan memberikan landasan yang kuat untuk pertumbuhan di masa depan. Dengan mengatasi kekhawatiran pasar dan menunjukkan peningkatan kinerja keuangan, Sajian Negeri dapat mencapai penilaian yang lebih tinggi di masa depan.

d. Enterprise Value (EV) dan Nilai Pasar Brand Sajian Negeri

Setelah mendapatkan *enterprise value* Sajian Negeri yang berkisar antara Rp 5,1 miliar sampai 21,5 miliar, selanjutnya maka dilakukan perhitungan median dan rata-rata dari nilai perusahaan dari hasil perhitungan tiga metrik keuangan. Median EV membantu menghindari distorsi akibat *outlier*, sementara rata-rata EV memberikan gambaran tren industri. Kombinasi keduanya menghasilkan penilaian yang lebih akurat dan seimbang dalam menilai *brand* Sajian Negeri. Berikut merupakan tabel dari hasil perhitungan nilai Perusahaan (EV) dan Nilai Pasar Brand Sajian Negeri.

Tabel 3: Enterprise Value (EV) dan Market Value Brand Sajian Negeri

Metrik	Value (Rp)
E/V Average	Rp 12,317,329,946
E/V Median	Rp 10,232,009,363
Market Value Average	Rp 12,317,329,946
Market Value Median	Rp 10,232,009,363
Price Per Share Average	Rp 123,173,299
Price Per Share Median	Rp 102,320,094

Source: Analisis (2025)

Berdasarkan Tabel diatas nilai perusahaan (EV), Sajian Negeri memiliki valuasi dengan nilai Rata-rata EV tercatat sebesar Rp12.317.329.946, sementara median EV sebesar Rp10.232.009.363. Konsistensi pendapatan dan efisiensi operasional perusahaan memperkuat nilai dan potensi pertumbuhannya. Nilai pasar perusahaan, baik rata-rata maupun median, menunjukkan persepsi pasar yang stabil terhadap nilai ekuitas brand Sajian Negeri. Rata-rata nilai pasar adalah Rp12.317.329.946 dan mediannya Rp10.232.009.363. Faktor-faktor seperti sentimen investor, tren pasar, identitas merek yang kuat, dan keselarasan dengan tren *premium dining* serta keberlanjutan mendukung valuasi yang positif ini. Sejalan dengan itu, Harga per saham, yang dihitung berdasarkan nilai pasar dengan jumlah saham yang beredar sebesar 100 lembar saham mendapatkan nilai Rata-rata harga per saham adalah Rp123.173.299 dan mediannya Rp102.320.094.

PENUTUP

Berdasarkan analisis metode Relative Valuation, valuasi Brand Sajian Negeri diperkirakan berada dalam kisaran Rp5,1 miliar hingga Rp21,5 miliar, dengan nilai rata-rata EV tercatat sebesar Rp12.317.329.946, sementara median EV sebesar Rp10.232.009.363. sejalan dengan itu berdasarkan perhitungan market value perusahaan memiliki rata-rata nilai pasar sebesar Rp12.317.329.946 dan mediannya Rp10.232.009.363. mengacu rata nilai pasar didapatkan nilai per lembar saham brand sebesar Rp123.173.299 dan mediannya Rp102.320.094. Hasil ini mengindikasikan potensi undervaluation oleh pasar, terutama pada rasio EV/Sales (0,5x) yang jauh di bawah rata-rata industri. Namun, posisi unik Sajian Negeri sebagai merek “Santapan Warisan Modern” yang mengusung konsep kuliner tradisional dengan sentuhan modern menjadi keunggulan kompetitif. Keselarasan merek dengan tren keberlanjutan dan permintaan pasar akan pengalaman bersantap makanan berbasis warisan budaya turut memperkuat prospek peningkatan valuasi di masa depan. Konsistensi dalam menghasilkan pendapatan, efisiensi operasional, serta identitas merek yang kuat juga menjadi faktor kunci yang mendukung potensi pertumbuhan strategis perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Deloitte. (2024). *Consumer Quarterly Update: Q1 2024*. Deloitte Development LLC.
- Damodaran, A. (2024). *Price to Sales Ratios by Sector (US)*. Stern School of Business, New York University. Retrieved from https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/psdata.html
- Larsen, G. A. (2008). Applied equity valuation: Relative valuation method. In *Valuation: Theories and Concepts* (pp. 321–327). Kelley School of Business, Indiana University.
- Nielsen Consumer Report. (2024). Sustainability trends in Indonesian consumer preferences. Nielsen Holdings PLC. <https://www.nielsen.com>
- Emojot Taste Trends. (2023). Global culinary trends report: Indonesia focus. Emojot Inc. <https://www.emojot.com>
- Euromonitor International. (2023). *Consumer Foodservice in Indonesia*. Retrieved from <https://www.euromonitor.com/consumer-foodservice-in-indonesia/report>
- Bursa Efek Indonesia (BEI). (2024, December). *Laporan Keuangan dan Rasio Perusahaan Tercatat*. Diakses dari <https://idx.co.id/en/market-data/statistical-reports/digital-statistic/monthly/financial-report-and-ratio-of-listed-companies/summary-financial-ratio-by-industry?filter=eyJ5ZWZyIjoiMjAyMyIsIm1vbnRoIjoiMiIsInF1YXJ0ZXIiOiJAsInR5cGUiOiJtb250aGx5In0%3D>
- Author, A. A. (2023, Desember 18). Tren Kuliner Tahun 2024: Eksplorasi Rasa Baru dengan Kombinasi dan Teknik Memasak yang Unik. *Trends.co.id*.
- Kompas.com. (2024, November 6). 5 Tren Kuliner Indonesia 2024, Bisa Jadi Panduan Bisnis Makanan. *Kompas.com*. https://www.kompas.com/food/read/2024/11/06/083200675/5-tren-kuliner-indonesia-2024-bisa-jadi-panduan-bisnis-makanan?utm_source%3Dchatgpt.com&sa=D&source=docs&ust=1738531722094672&usg=AOvVaw1FhnPhf2
- Pengestika, T. N., & Christianti, A. (2021). Valuasi saham dan pengambilan keputusan investasi: Perbandingan metode absolute dan metode relative. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 291–299. Universitas Kristen Duta Wacana. Retrieved from <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>