

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Perencanaan Bisnis

Rencana bisnis [5] adalah sebuah dokumen tertulis yang disiapkan oleh entrepreneur yang menjelaskan semua elemen eksternal dan internal yang relevan yang terdapat dalam pendirian sebuah perusahaan baru. Di dalamnya terdapat rencana fungsional seperti pemasaran, keuangan, manufaktur, dan sumber daya manusia. Rencana bisnis dapat dibaca oleh karyawan, investor, bank, supplier, konsumen, dan penasihat. Karena masing-masing membaca rencana bisnis dengan tujuan yang berbeda, entrepreneur harus dapat mengalamatkan semua keinginan mereka.

Ada tiga pandangan yang harus diperhatikan dalam mempersiapkan rencana yaitu:

1. Pandangan dari *entrepreneur*, yang mengerti lebih baik pada kreatifitas dan teknologi yang ada pada perusahaan yang baru.
2. Pandangan pasar, orientasi yang diambil harus dari sisi konsumen bukan produk atau teknologi.
3. Pandangan investor, investor menginginkan proyeksi finansial yang berarti.

Manfaat perencanaan bisnis adalah memberikan informasi yang dibutuhkan sebanyak mungkin kepada pemilik bisnis atau pimpinan perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Rencana bisnis dapat di bagi menjadi tiga bagian utama yaitu [6] :

1. Konsep bisnis, pada bagian ini terdiri dari struktur bisnis, produk atau servis dan perencanaan yang membuat bisnis anda menjadi sukses.
2. Bagian pasar, bagian ini menggambarkan dan menganalisa tentang pelanggan potensial seperti ; menganalisa siapa, dimana dan juga apa saja yang membuat pelanggan akan melakukan pembelian. Pada bagian ini juga harus menggambarkan kompetitor serta bagaimana cara untuk mengalahkannya.
3. Bagian keuangan, pada bagian ini berisi tentang laporan pendapatan dan arus kas, neraca dan rasio keuangan lainnya. Bagian rencana bisnis ini biasanya memerlukan bantuan akuntan atau juga perangkat lunak *spreadsheet* yang baik.

Rencana bisnis juga dapat membantu pemilik bisnis diantaranya dalam mencari :

1. Jumlah pendanaan yang dibutuhkan untuk memulai bisnis
2. Fasilitas atau peralatan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis
3. Menentukan lokasi atau tempat usaha yang tepat
4. Menentukan jumlah karyawan yang dibutuhkan
5. Memahami kompetisi yang ada
6. Mengetahui keunggulan perusahaan dengan kompetitor sehingga dapat memanfaatkannya.

Contoh Rencana Bisnis [7] :

### RENCANA BISNIS KOS-KOSAN

#### Latar Belakang

Usaha kost-kostan adalah usaha yang sangat menguntungkan. Karena harga tanah yang terus naik akan mempengaruhi harga kost perbulannya. Banyaknya pelajar mahasiswa yang berasal dari luar daerah menjadikan saya memperoleh keuntungan darinya. Selain penghasilan yang terus mengalir setiap bulannya, sebagai usaha jangka panjang, dengan usaha kost-kostan bisa menikmati keuntungan dengan naiknya nilai tanah. Pengelolaan usaha kost-kostan ini bisa dijalan dengan sendiri atau kalau tidak repot mengurus anak-anak kost, bisa mempekerjakan orang lain untuk pengelolaan tiap hari dan saya hanya melakukan kontrol dan pengecekan saja.

#### 1. Modal Usaha

- a. Modal dasar usaha dan telah disetorkan sebesar Rp. 600.000.000 ( Enam ratus juta rupiah) berupa:

- |  |                       |
|--|-----------------------|
| 1. Tanah seluas 300 m <sup>2</sup> (tempat lokasi usaha) | Rp 300.000.000        |
| 2. Dana Kas & bank                                       | <u>Rp 300.000.000</u> |

<b>Total</b>	<b>Rp 600.000.000</b>
--------------	-----------------------

- b. Surat-surat izin dan referensi yang telah dimiliki dan foto *copy*-an yang dilampirkan dalam proposal ini adalah:

1. Surat Izin Domisili
2. Sertifikat Tanah, Hak milik
3. IMB (Izin Mendirikan Bangunan)
4. Surat Kawin
5. Kartu keluarga

## 6. Kartu Tanda Penduduk (KTP)

### 2. Pemasaran

Untuk pemasaran dapat dilakukan dengan cara:

- a. Memasang plang “menerima kost” di depan kos-kosan
- b. Menyebarkan selebaran penawaran atau brosur ke kampus-kampus, atau warung-warung yang ramai dikunjungi
- c. Untuk promosi, misal gratis sewa satu bulan untuk penyewa yang membayar sewa enam bulan sekaligus
- d. Mempertahankan harga lama bagi penghuni lama

### 3. Fasilitas

Untuk fasilitasnya bermacam-macam, yaitu :

#### a. Untuk standar :

1. Tempat tidur (biasa)
2. Meja belajar
3. Lemari
4. Kamar mandi dalam (biasa)
5. Jemuran aluminium

#### b. Untuk eksekutif

1. Tempat tidur (*spring bed*)
2. Meja belajar
3. Lemari
4. Kamar mandi dalam yang dilengkapi dengan air panas/dingin dan *shower*)
5. Jemuran aluminium
6. AC
7. TV

#### c. Fasilitas tambahan:

1. Ruang tamu
2. Parkiran luas
3. Layanan internet gratis (*Wi-fi*)
4. Tenaga untuk mencuci baju atau membersihkan kamar

### 4. Harga Sewa

- a. Untuk standar (4 m x 3,5 m) = Rp. 400.000/bulan untuk 1 orang

b. Untuk eksekutif (6 m x 3,5 m) = Rp. 1.000.000/bulan untuk 1 orang

5. Lokasi dan Pengelolaan

a. Lokasi kos-kosan di Tembalang Semarang:

1. Dekat dengan kampus UNDIP
2. Memiliki akses yang mudah untuk ke daerah lain

b. Pengelolaan kos-kosan:

Dapat dilakukan sendiri dengan dibantu satu sampai dua orang pembantu yang dapat membersihkan kost-kostan sekaligus untuk menjaga kebersihan kos.

6. Luas Bangunan

Luas tanah 300 m<sup>2</sup> dan bangunan terdiri dari 2 lantai dan luas bangunan adalah:

a. Ruang Tamu = 4 m x 4 m	= 16 m <sup>2</sup>
b. Parkiran	= 30 m <sup>2</sup>
c. Kantin	= 20 m <sup>2</sup>
d. Kos-kosan (standar) lt.1 = 4 m x 3,5 m x 10 unit	= 140 m <sup>2</sup>
e. Kos-kosan (eksekutif) lt.2 = 3,5 m x 6 m x 5 unit	= <u>105 m<sup>2</sup></u>
<b>Total</b>	<b>= 311 m<sup>2</sup></b>

7. Proyeksi Keuangan

Total biaya pembangunan kos-kosan tersebut sebesar Rp 810.400.000, dengan rincian sebagai berikut:

Biaya Pembangunan :

a. Tanah = 300 m <sup>2</sup> x Rp 1000.000 / m <sup>2</sup>	= Rp. 300.000.000
b. Bangunan = 311 m <sup>2</sup> x Rp 1.500.000 / m	= Rp. 466.500.000
c. Jemuran aluminium mini = Rp 100.000 x 15 unit	= Rp. 1.500.000
d. AC = Rp. 2.400.000 x 5 unit	= Rp. 12.000.000
e. Kursi/sofa tamu + meja	= Rp. 1.900.000
f. Perlengkapan kantin	= Rp. 3.000.000
g. Lemari, meja, <i>bed</i> = Rp.1000.000 x 10 unit	= Rp. 10.000.000
h. Lemari, meja, <i>bed</i> = Rp.2000.000 x 5 unit	= Rp. 10.000.000
i. TV 21" = Rp. 1.100.000 x 5 unit	= <u>Rp. 5.500.000</u>
<b>Total</b>	<b>= Rp. 810.400.000</b>

## 8. Sumber Dana Investasi

Kebutuhan dana dalam pembangunan usaha ini berasal dari dana sendiri dan dana pinjaman dari bank, yaitu:

## a. Modal sendiri

Investasi Tetap      Rp 600.000.000 (60%)

## b. Kredit Bank

Investasi Tetap      Rp 210.400.000 (40%)

**Grand Total      Rp 810.400.000**

## 9. Simulasi Keuntungan

## a. Pemasukan

Sewa 10 kamar standar Rp. 400.000/bulan

Rp. 400.000/bulan x 10 x 12 bulan = Rp. 48.000.000

Sewa 5 kamar eksekutif Rp. 1000.000/bulan

Rp. 1000.000/bulan x 5 x 12 bulan = Rp. 60.000.000

**Total pemasukan      = Rp. 108.000.000**

## b. Pengeluaran

Listrik & air standar = Rp. 800.000 x 12 bulan = Rp. 9.600.000

Listrik & air eksekutif = Rp. 1.300.000 x 12 bulan = Rp. 15.600.000

Gaji pegawai = Rp. 700.000 x 12 bulan = Rp. 8.400.000

Biaya perbaikan (cat, pompa air, keran air, dll) = Rp. 5.000.000

**Total pengeluaran      = Rp 38.600.000**

## c. Keuntungan bersih per tahun

Pemasukan – pengeluaran =

Rp 108.000.000 – Rp. 38.600.000 = **Rp. 69.400.000**

## d. Profitabilitas

Kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dengan jumlah harta yang telah ditanamkan, dapat diukur dengan ROI (*Rate of return On Investment*) dan ROE (*Rate of return On Equity*).

REO = (laba setelah pajak : modal sendiri)100%. Dengan pajak 5% , maka :

REO = (Rp. 69.400.000 x 5% : Rp.600.000.000)100% = 0,57%

## 2.2 *Startup*

Pada dasarnya *startup* (atau *start-up*) adalah sebuah perusahaan yang berjalan dibawah 5 tahun alias perusahaan yang baru saja dirintis. Menurut wikipedia [8], *startup* adalah perusahaan yang belum lama beroperasi. Oleh karena itu *startup* sering disebut sebagai perusahaan rintisan. Namun pada sekitar tahun 2000-an sejak masa industri ‘*dot-com*’ populer, pergeseran makna ‘*startup*’ di dunia bisnis pun mengalami pergeseran arti. Saat ini, definisi arti dari *startup* adalah sebuah usaha yang baru berjalan dan menerapkan inovasi teknologi untuk menjalankan *core business*-nya dan memecahkan sebuah masalah di masyarakat.

Sehingga memiliki sifat ‘*disruptive*’ didalam sebuah pasar atau industri yang sudah ada atau bahkan menciptakan sebuah industri baru. Perkembangan dunia *startup* di Indonesia semakin bergairah dan semakin tumbuh seiring dengan berkembangnya teknologi. Setidaknya ada 4 (empat) *startup unicorn* yang berasal dari Indonesia, yaitu Traveloka, Tokopedia, Bukalapak dan GO-JEK. Sesuai definisi yang telah dijelaskan, *startup* memiliki sifat yang *disruptive* alias ‘mengganggu’ di sebuah industri yang sudah ada.

Contohnya saja di dunia transportasi di Indonesia, sebelum kehadiran layanan transportasi *online* saat ini, salah satu pemain di industri transportasi adalah taksi konvensional. **Contoh studi kasus:** Jika saat ini ada yang mendirikan perusahaan taksi konvensional, apakah bisa disebut *startup*? **Jawabannya:** tidak, jika mengartikan definisi *startup* saat ini. Kenapa tidak disebut *startup*? Karena tidak menerapkan inovasi teknologi untuk menjalankan *core business*-nya alias masih dengan cara konvensional. Walaupun perusahaan taksi konvensional tersebut berumur dibawah 5 (lima) tahun.

Tetapi lain halnya dengan perusahaan taksi *online*. Mereka disebut sebagai *startup* karena menggunakan inovasi teknologi untuk menjalankan *core business* mereka, dan mereka pun bersifat *disruptive* yang dapat dilihat dari *behaviour* masyarakat yang sekarang semakin mengandalkan transportasi *online* dan mengubah peta permainan di dunia transportasi secara cepat.

### 2.3 Akomodasi

Akomodasi adalah sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yang bepergian [9]. Pengertian akomodasi dalam pariwisata adalah suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dan setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran [10]. Pengertian penginapan adalah suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menggunakannya sebagai tempat tinggal sementara dengan membayar sewa.

Penginapan merupakan salah satu bentuk akomodasi bagi orang yang melakukan kegiatan yang dilakukan bukan pada tempat tinggal sehari-hari atau berada di luar kota untuk kepentingan sesuatu seperti berwisata, bisnis, pertemuan dan lain sebagainya. Berikut beberapa jenis-jenis penginapan yang ada di Indonesia yaitu [11] :

1. *Losmen (Logement)*

Losmen adalah jenis penginapan yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan disewakan untuk orang yang datang untuk beristirahat sementara waktu dengan/ tanpa makan – minum.

2. *Guest House*

Guest House merupakan sejenis penginapan yang umumnya berupa rumah dengan beberapa kamar untuk disewakan kepada umum. Umumnya tarif sewa *Guest House* murah sehingga cocok untuk rombongan.

3. *Hostel (Dormitori)*

Hostel ini jenis penginapan yang mirip asrama dimana satu kamar bisa diperuntukkan bagi beberapa orang dengan beberapa tempat tidur. *Hostel* ini cocok untuk para *backpacker* atau rombongan yang benar-benar menghemat *budget*.

### 2.4 Global Positioning System (GPS)

GPS (*Global Positioning System*) adalah sistem satelit navigasi dan penentuan posisi yang dimiliki dan dikelola oleh Amerika Serikat. Sistem ini didesain untuk memberikan posisi dan kecepatan tiga dimensi serta informasi

mengenai waktu, secara kontinyu di seluruh dunia tanpa bergantung waktu dan cuaca, bagi banyak orang secara simultan. Saat ini GPS sudah banyak digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia dalam berbagai bidang aplikasi yang menuntut informasi tentang posisi, kecepatan, percepatan ataupun waktu yang teliti. GPS dapat memberikan informasi posisi dengan ketelitian bervariasi dari beberapa millimeter (orde nol) sampai dengan puluhan meter.

Hal yang perlu dicatat bahwa GPS adalah satu-satunya sistem navigasi ataupun sistem penentuan posisi dalam beberapa abad ini yang memiliki kemampuan handal seperti itu. Ketelitian dari GPS dapat mencapai beberapa mm untuk ketelitian posisinya, beberapa cm/s untuk ketelitian kecepatannya dan beberapa nanodetik untuk ketelitian waktunya. Ketelitian posisi yang diperoleh akan tergantung pada beberapa faktor yaitu metode penentuan posisi, geometri satelit, tingkat ketelitian data, dan metode pengolahan datanya.

Disamping aplikasi-aplikasi militer, bidang-bidang aplikasi GPS yang cukup marak saat ini antara lain meliputi survei pemetaan, geodinamika, geodesi, geologi, geofisik, transportasi dan navigasi, pemantauan deformasi, pertanian, kehutanan, dan bahkan juga bidang olahraga dan rekreasi. Di Indonesia sendiri penggunaan GPS sudah dimulai sejak beberapa tahun yang lalu dan terus berkembang sampai saat ini baik dalam volume maupun jenis aplikasinya [12].

## 2.5 *Google Street View*

*Google Street View* merupakan sebuah fitur *Google Maps* yang diperkenalkan tahun 2007 dan menyediakan pemandangan jalan 360° dan membolehkan pengguna melihat bagian dari kota pilihan mereka dan wilayah metropolitan sekitarnya pada tingkat dasar [13]. Untuk mengakses fitur *Street View* dari *PC desktop* atau *laptop*, buka alamat <http://maps.google.com> melalui *Firefox*, *Chrome*, atau *browser* lain. Ketik nama kota atau lokasi yang ingin dikunjungi. Pada sudut kanan bawah terdapat pilihan menu "*Street View*" dengan simbol figur manusia berwarna kuning. "*Drag*" boneka kuning tersebut dan lepas ke area yang ingin dijelajahi. Cara lain, klik jalan yang dimaksud dan nama jalan akan dimunculkan di pojok kiri atas halaman *Google Maps* beserta menu *Street View* di samping kanannya. Untuk melihat area di sekitar jalan tersebut, klik foto yang bertulis "*Street View*".



Selain melalui browser di PC atau *laptop*, fitur *Street View* juga bisa diakses melalui perangkat mobile dengan sistem operasi Android atau iOS. Untuk mengaksesnya, pengguna *Android / IOS* cukup membuka aplikasi *Google Maps* di perangkat *Android*, lalu memilih suatu jalan di peta tersebut. Tekan dan tahan agak lama di area yang ingin dilihat hingga sebuah pin merah ikon *Google Maps* muncul (*Dropped Pin*). Nama jalan yang dimaksud akan ditampilkan di bagian bawah layar. Klik nama jalan tersebut, bila areanya terekam *Street View* akan muncul foto dengan tulisan "*Street View*". Klik foto tersebut dan mulailah menjelajah jalanan dan melihat-lihat area di sekitarnya [14].

## 2.6 Panorama 360

Foto panorama 360 adalah foto dengan sudut pandang 360 derajat, semakin kecil cakupan kamera dan lensa, maka akan semakin banyak foto yang dibutuhkan dalam pembuatan foto panorama 360 [15]. Foto Panorama bisa diambil menggunakan kamera 360 derajat, contohnya Samsung Gear 360, LG 360 Cam, dan Brica Insta360. Foto panorama juga bisa diambil dengan menggunakan aplikasi yang ada di *playstore* atau *appstore*. Ada banyak aplikasi di android yang bisa digunakan untuk mendapatkan foto panorama 360, seperti *photosphere*, *google camera* ataupun aplikasi Panorama Tools Graphical User Interface (PTGui).

PTGui ini merupakan aplikasi untuk membuat foto 360 derajat secara khusus. Aplikasi PTGui merupakan aplikasi premium, jadi untuk menggunakannya membutuhkan lisensi. Untuk kategori personal, aplikasi ini menawarkan 2 pilihan, yaitu *PTGui personal license*, dan *PTGui Pro personal license*. *PTGui Pro personal license* memiliki keunggulan lebih lengkap. Untuk mendapatkan aplikasi ini, perlu merogoh kocek sebesar € 99 atau kalau dirupiahkan 1,7 jutaan untuk *PTGui personal license* dan € 199 atau kalau dirupiahkan 3,4 jutaan untuk *PTGui Pro personal license* [16].

Selain menggunakan aplikasi yang disebutkan tadi, kita juga dapat menggunakan aplikasi *Photoshop* untuk menggabungkan beberapa foto menjadi foto panorama dengan menggunakan teknik *photomerge*. Cara adalah ambillah foto *step by step*, mulailah dengan mengambil foto dari bagian kiri atau kanan lalu ambil foto lagi sedikit ke kanan, ambil lagi sedikit ke kanan, begitu seterusnya sesuai kebutuha. Kemudian buka aplikasi Photoshop CS3. Pilih *menu file > automate > photomerge*,

pilih *mode Cylindrical* (mode ini akan menghasilkan distorsi foto). Jika tidak ingin foto memiliki distorsi pilih *perspective mode* atau *reposition mode*, setelah itu tunggu beberapa menit dan jika foto sudah jadi, lakukan *finishing cropping* karena sudut-sudut yang kita buat panorama tidak terisi objek [17].

## 2.7 A Typical Business Plan Outline

Tahapan-tahapan di dalam pembuatan rencana bisnis pada Bab 1 Sub Bab 1.5 Metodologi [4]:

### 1. Deskripsi Bisnis

Deskripsi bisnis merupakan informasi yang diberikan selama penilaian usaha tentang faktor-faktor industri / pasar yang dapat dimasukkan dan diperluas. Produk dan layanan ventura dijelaskan secara rinci dengan uraian yang mencakup informasi hak milik yang dianggap perlu dan relevan bagi calon investor untuk membuat keputusan. Latar belakang informasi industri disediakan, termasuk ukuran pasar, potensi pasar dan tingkat pertumbuhan industri proyek.

### 2. Rencana Strategi Pemasaran

Rencana strategi pemasaran dan strategi membahas tentang sasaran pasar dan pelanggan, kompetisi yang ada dan potensial, proyeksi pangsa pasar, strategi penetapan harga, dan rencana promosi dan distribusi.

### 3. Pengerjaan dan Dukungan

Sebuah rencana bisnis harus memberikan pernyataan filosofi usaha dan maksudnya untuk dukungan pelanggan, pendidikan, dan pelatihan. Secara umum, semakin kompleks produk atau layanan yang diusulkan, semakin besar pula komitmen untuk memberikan dukungan layanan. Penyediaan layanan dukungan yang unggul adalah karakteristik dari usaha *entrepreneurial* yang sukses.

### 4. Tim Manajemen

Pengalaman dan keahlian tim manajemen dapat diketahui dari penilaian usaha. Rencana bisnis mungkin lebih formal dalam menyajikan struktur organisasi jika struktur itu penting dalam membangun kredibilitas. Karena banyak investor ventura menganggap tim manajemen sebagai karakteristik terpenting dari sebuah

usaha baru, bagian dari rencana bisnis ini perlu dibuat untuk membangun koneksi dan kredibilitas tim manajemen.

5. Rencana Finansial dan Proyeksi

Sangat sedikit pengusaha yang memiliki pandangan keuangan yang tidak dapat direduksi di masa depan dari ide bisnis mereka. Sebaliknya, mereka memiliki pengetahuan tentang teknologi, kebutuhan pelanggan, kemampuan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik atau kontribusi non finansial lainnya. Manfaat utama proyeksi keuangan dalam rencana bisnis adalah proses pemetaan visi wirausahawan ke dalam laporan keuangan yang koheren dan menempatkan struktur yang berguna pada banyak aspek dari fase perencanaan bisnis. Tidak adanya laporan keuangan yang koheren menandakan kesenjangan dalam keahlian yang dimiliki oleh tim wirausaha.

6. Risiko dan Kesempatan

Rencana bisnis harus mencakup tentang kemungkinan timbulnya masalah. Investor ingin mengetahui, bahwa tim manajemen dapat menyadari kemungkinan terjadinya masalah atau risiko dan bersedia serta mampu beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan cepat untuk melakukan suatu tindakan.

## 2.8 Analisis SWOT

SWOT *Analysis* atau kependekan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threat* adalah sebuah teknik (*strategic planning tool*) yang dapat membantu memahami kekuatan, kelemahan serta mengidentifikasi setiap peluang maupun ancaman yang akan berpengaruh pada bisnis atau proyek yang anda kerjakan. Keunggulan dari teknik ini adalah kemudahan dan aplikasi yang dapat diterapkan untuk berbagai level operasional [18].

Dalam menerapkan SWOT baik untuk bisnis dan proyek yang dikerjakan, sebagai alat yang dapat membantu tim merumuskan strategi atau sebagai *strategic tool*. Kekuatan dan kelemahan biasanya berasal dari lingkungan internal organisasi, sedangkan peluang dan ancaman muncul dari lingkungan eksternal. Untuk mengidentifikasi setiap poin yang ada dalam kata S.W.O.T jawablah pertanyaan seperti berikut:

### 1. Mengidentifikasi Strength:

1. Keuntungan apa yang dimiliki organisasi anda?
2. Hal apa yang anda lakukan lebih baik dari orang lain?
3. Apakah perusahaan memiliki sumber daya yang unik atau proyek dengan biaya rendah yang bisa anda manfaatkan?
4. Apa yang dilihat orang atau pelanggan sebagai kekuatan dari bisnis anda?

Untuk mengidentifikasi kekuatan, pertimbangkan perspektif baik dari lingkungan internal maupun eksternal, seperti pelanggan.

### 2. Mengidentifikasi Weakness:

1. Proses mana yang bisa anda tingkatkan?
2. Apa saja yang harus anda hindari?
3. Apa saja hal-hal yang membuat pelanggan anda melihat kelemahan pada bisnis anda?
4. Faktor apa saja yang membuat penjualan anda menurun?

### 3. Mengidentifikasi Peluang:

1. Peluang baik apa yang bisa anda temukan?
2. Tren menarik apa yang menarik perhatian anda?

Atau setiap peluang yang berguna dapat juga timbul dari hal-hal seperti:

1. Perubahan dalam teknologi dan pasar baik dalam skala yang luas maupun kecil
2. Perubahan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan bisnis anda
3. Perubahan pola sosial, profil populasi, perubahan gaya hidup dan sebagainya
4. Serta acara-acara lokal

### 4. Mengidentifikasi Ancaman:

1. Kendala apa yang anda hadapi?
2. Apa yang dilakukan pesaing anda?
3. Apakah standar kualitas untuk produk atau jasa anda ada yang berubah?
4. Apakah perkembangan atau perubahan teknologi mengancam posisi bisnis/proyek anda?
5. Apakah anda memiliki masalah hutang atau arus kas yang buruk?

Berikut adalah contoh dari Matrix SWOT yang dikembangkan oleh Wheelen dan Hunger. Kolom vertikal berisi *External Factor Analysis Summary* (EFAS), dan Baris horizontal berisi *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). [19]

<b>SW</b>	<b>STRENGTHS</b>	<b>WEAKNESS</b>
<b>OT</b>	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan inter	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>Opportunity</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Treat</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2.1 Contoh Matrix SWOT

- a. Pada sel *Strengths-Opportunities* (SO) diprogramkan strategi memanfaatkan peluang berkembang dengan menggunakan kekuatan yang ada.
- b. Pada sel *Weakness-Opportunities* (WO) diprogramkan strategi memanfaatkan peluang berkembang dengan mengatasi kelemahan internal.
- c. Pada sel *Strengths-Threats* (ST) disusun strategi memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman.
- d. Pada sel *Weakness-Threats* (WT) dibangun strategi memperkecil kelemahan dan pada saat yang sama menghindari ancaman eksternal.

## 2.9 Process Mapping

*Proces Mapping* atau pemetaan proses adalah visualisasi dari rangkaian seluruh aktivitas dari suatu organisasi, yang mendemonstrasikan bagaimana pekerjaan di dalam organisasi tersebut dilakukan, sehingga menjadikan pekerjaan tergambar dengan jelas/eksplisit [20]. Dengan pemetaan proses sebuah organisasi memiliki dokumentasi mengenai pekerjaan yang dilakukan, sehingga memungkinkan untuk menganalisa pekerjaan yang telah dilakukan bagi peningkatan kepuasan pelanggan melalui identifikasi terhadap pengurangan waktu proses, mengurangi produk *defect*, mereduksi biaya, mereduksi tahapan proses yang tidak menghasilkan

nilai tambah, meningkatkan produktivitas, dan memudahkan pengukuran performansi.

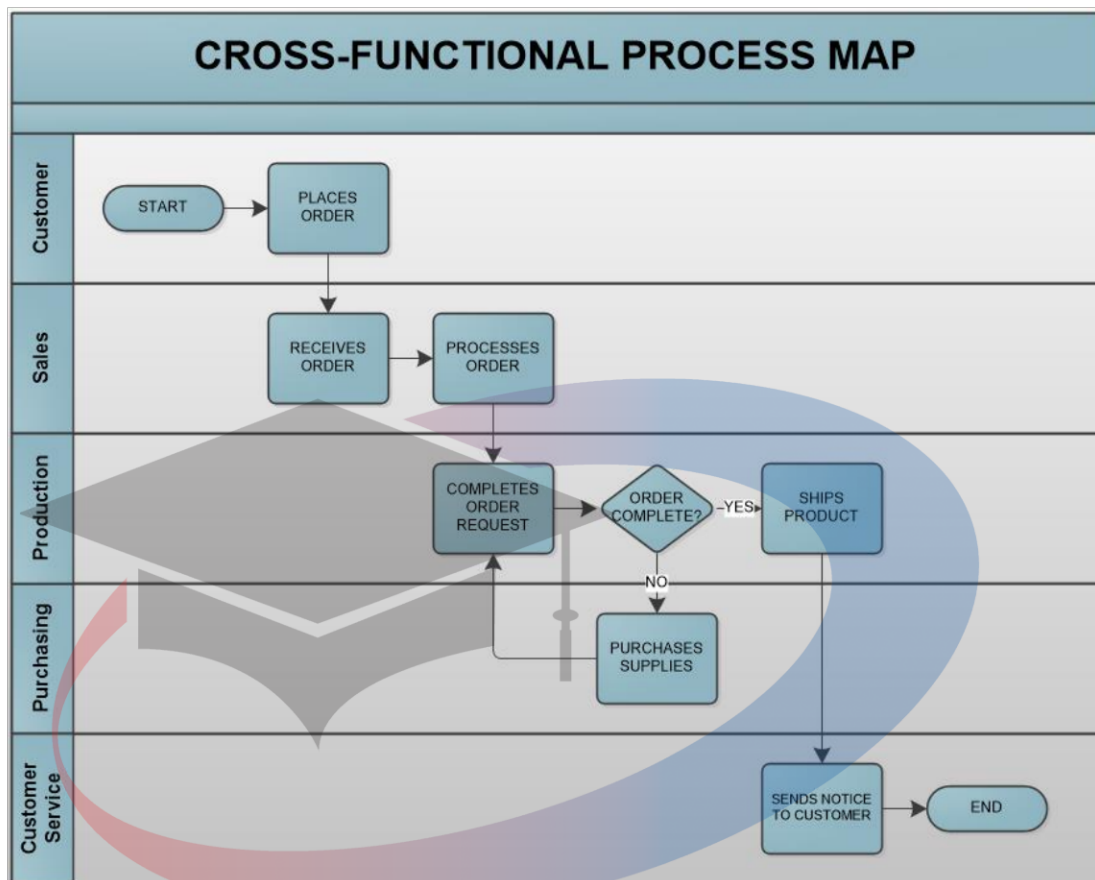
Elemen – elemen dari *process map* adalah [21] :

1. Simbol persegi panjang (*rectangle*) mewakili proses atau kegiatan yang terjadi.
2. Simbol tanda panah (*arrow*) menghubungkan proses yang mewakili aliran dokumen atau informasi diantara kegiatan yang ada.
3. Simbol kegiatan dan aliran data informasi ditempatkan pada peta berdasarkan divisi atau area fungsional yang melaksanakan kegiatan tersebut.
4. Nama dari divisi atau area fungsional organisasi diletakkan pada area horizontal (garis mendatar) di diagram
5. Untuk membedakan masing – masing area fungsional atau divisi maka dapat ditarik garis pemisah diantaranya,
6. Simbol belah ketupat (*diamond*) mewakili keputusan (*decision*).

Empat tahapan dalam penyusunan *process map*, yaitu :

1. Pengumpulan data (*data gathering*)
  - a. Memahami proses dari dokumentasi yang ada
  - b. Kemudian melakukan wawancara kepada ahli (*expert*) tentang proses yang sekarang.
2. Menyusun peta (*map structuring*)
  - a. Menyusun diagram awal (*preliminary diagram*) berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya.
3. Mendokumentasikan peta (*map documentation*)
  - a. Menyusun deskripsi dari proses yang akan dibuat, beserta versi terakhir (*final version*) diagram yang dibuat.
4. Umpan balik (*feedback interaction*)
  - a. Masukan / komentar dari orang / bagian yang meninjau kembali isi dari *process map* dapat didokumentasikan juga

Berikut adalah contoh dari *process mapping* [22]:



Gambar 2. 2 Contoh *Process Map*

Penjelasan dari gambar 2.2 yaitu, pelanggan melakukan pemesanan. Bagian penjualan menerima pesan dan memproses pesan, lalu pesan tersebut masuk ke bagian produksi untuk menyiapkan permintaan pesan tersebut. Jika pesan sudah lengkap maka pesan akan dikirim dan bagian *customer service* akan mengirimkan pemberitahuan ke pelanggan. Jika pesan belum lengkap maka bagian pembelian akan mengecek persediaan yang ada dan mengirimkan ke bagian produksi untuk melengkapi pesan pelanggan.

### 2.10 4P Marketing Mix

Strategi 4P merupakan salah satu teknik pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang kita pasarkan. Strategi ini juga dikenal dengan nama *marketing mix*. Untuk strategi pemasaran sendiri adalah sebuah proses yang merupakan semua sistem yang berhubungan dengan perencanaan dan juga harga sampai dengan proses promosi dan proses distribusi barang atau jasa. Ada beberapa hal yang seharusnya menjadi pertimbangan dalam menerapkan strategi 4P. Orientasi dalam strategi pemasaran tersebut adalah untuk menciptakan nilai tambah

khususnya untuk pelanggan dan juga untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan. Untuk strategi pemasaran 4P sendiri adalah strategi yang dicetuskan pertama kali oleh Neil Borden dan sampai saat ini terkenal dengan nama marketing mix. Ini adalah konsep paling dasar dalam dunia marketing yang levelnya ada 4 buah yaitu *Product, Price, Place dan Promotion*, berikut penjelasannya [23] :

a. *Product* atau Produk

Adalah barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan konsumen. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat membuat produk yaitu garansi, kemasan dan label, merk produk, design dan kualitas, layanan yang ada, pengembalian barang atau *return* dan juga mengelola produk.

b. *Price* atau Harga

Harga adalah nilai tertentu yang harus dibayar oleh konsumen untuk sebuah produk. Yang harus diperhatikan dalam level ini adalah cara pembayaran, strategi dan taktik menentukan harga, harga diskon konsumen dan harga diskon distributor.

c. *Promotion* atau Promosi

Ini adalah sebuah cara untuk komunikasi *marketing* yang bisa dalam bentuk iklan dan juga *press release*. Yang harus dipertimbangkan dalam hal promosi adalah proporsi promosi yang harus dilakukan, seringkali promosi tersebut dilakukan, pesan dalam isi promosi, media promosi yang dipilih.

d. *Place* atau Lokasi

Lokasi adalah tempat yang bisa diakses oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang dijual. Yang harus disiapkan untuk level lokasi adalah inventori, cara pengiriman dan penyimpanan barang, strategi yang dipakai apakah semua orang bisa menjual atau hanya orang tertentu saja, dan juga distribusi produk tersebut bagaimana.

Namun saat ini, strategi tersebut disempurnakan dan ditambah menjadi 7P yang memuat beberapa point dan level tambahan, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Packaging* [24].

Contoh Pemasaran menggunakan 4P *Marketing Mix* pada Susu Kedelai “SARI ALAMI” [25],:



### 1. **Product (produk)**

Produk yang direncanakan untuk diproduksi adalah susu kedelai. Susu kedelai yang telah diproduksi akan dipasarkan dengan dikemas dalam plastik ukuran  $\frac{1}{2}$  kg. Pada plastik akan disablon dengan label: **Susu Kedelai "SARI ALAMI"**. Produk yang dihasilkan memiliki manfaat dan kualitas yang tinggi. Sudah diketahui bahwa produk yang terbuat dari ekstrak kedelai ini memiliki kandungan gizi yang bermanfaat untuk proses metabolisme tubuh.

### 2. **Place (lokasi/distribusi)**

Usaha ini berlokasi di Perumahan Telang Indah Gg. 3 Blok G no. 2. Adapun sasaran pasar produk susu kedelai ini adalah mahasiswa di kampus universitas Trunojoya dan Masyarakat sekitar Kamal-Bangkalan. Tempat penjualannya di kampus, bisa dititip di etalase Fakultas Pertanian atau di Kopma, di toko atau warung-warung di sekitar perumahan Telang-Kamal-Bangkalan, atau bahkan di *supermarket- supermarket* terdekat.

### 3. **Price (harga)**

Penentuan harga jual dilakukan dengan cara menghitung biaya produksi ditambah biaya lain-lain dan tren yang berlaku. Jika produk yang menjadi idola (tren) harganya pun bisa dinaikan dari standar harga normal (misal pada saat cuaca panas atau ketika bulan puasa besar kemungkinan produk ini akan dibanjiri konsumen).

Adapun rencana harga jual dari produk susu kedelai ini adalah Rp. 3.000 @ ukuran plastik  $\frac{1}{2}$  kg.

### 4. **Promotion (promosi)**

Promosi akan dilakukan untuk mengenalkan produk ini kepada konsumen. Promosi akan dilakukan dengan menempel pamflet-pamflet di pinggir jalan dan tempat-tempat strategis lainnya. Selain itu juga akan memanfaatkan buletin yang terbit di kampus dan media internet sebagai sarana *e-business*. Untuk promosi melalui internet akan dipromosikan lewat facebook dan situs-situs *e-business* lainnya seperti: *berniaga.com* dll. serta melalui blog pemilik usaha.

## 2.11 Pajak Penghasilan Badan Usaha

Pajak Badan adalah Pajak yang dikenakan atas penghasilan suatu perusahaan di mana penghasilan yang dimaksud adalah setiap penambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak Badan, baik dari dalam maupun luar negeri, dengan keperluan apapun termasuk misalnya menambah kekayaan, konsumsi, investasi, dan lain sebagainya.

Peredaran bruto adalah seluruh penghasilan yang diterima, baik orang pribadi maupun badan. Jika wajib pajak memilih untuk tidak melakukan pembukuan, PKP akan dihitung berdasarkan Norma Penghitungan Penghasilan Neto. Sebaliknya, jika wajib pajak melakukan pembukuan yang benar, penghitungan PKP dilakukan berdasarkan catatan yang tertulis di pembukuan. Norma Penghitungan Penghasilan Neto yang dimaksud dapat Anda lihat pada pasal 14 UU No. 36 Tahun 2008 tentang PPh.

PPh badan terutang dengan peredaran bruto di atas Rp50 miliar akan dihitung berdasarkan ketentuan umum atau tanpa fasilitas pengurangan tarif. Jadi dapat disimpulkan bahwa besar PPh badan tetap adalah  $25\% \times$  penghasilan kena pajak [26].

Tabel 2. 1 Perhitungan Pajak Penghasilan Badan Usaha

Penghasilan Kotor (Bruto) (Rp)	Tarif Pajak
Kurang dari Rp4.8 Miliar	$1\% \times$ Penghasilan Kotor (Peredaran Bruto)
Lebih dari Rp4.8 Miliar s/d Rp50 Miliar	$\{0.25 - (0.6 \text{ Miliar/Penghasilan Kotor})\} \times$ PKP
Lebih dari Rp50 Miliar	$25\% \times$ PKP

## 2.12 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan suatu informasi mengenai keadaan keuangan suatu perusahaan dalam satu periode tertentu, yang berguna untuk menggambarkan bagaimana kinerja dari sebuah perusahaan tersebut [27]. Umumnya sebuah laporan keuangan disusun atau dikelompokkan pada 4 bagian yakni meliputi [28] :

1. Laporan Neraca atau *balance sheet* adalah laporan yang menunjukkan kondisi, informasi, atau posisi keuangan bisnis pada tanggal tertentu. Pada laporan neraca terdapat jumlah aktiva berupa harta atau aset, kewajiban berupa utang, dan ekuitas yang merupakan modal perusahaan. Secara umum, neraca terdiri dari tiga unsur utama, yaitu aset, liabilitas, dan ekuitas. Jika ketiganya dihubungkan dengan persamaan akuntansi, maka akan terbentuk seperti berikut:  $\text{aset} = \text{liabilitas} + \text{ekuitas}$

Neraca (dalam Rp) - Per 30 Juni 2008					
UJ. PENGABDIAN					
Kas	30.480.000		Utang Usaha	7.000.000	
Prutang usaha	7.675.000		Utang sewa kendaraan	5.500.000	
Dibayar dimuka biaya asuransi	1.150.000		Utang gaji	1.250.000	
Supplies	780.000		Utang bunga	800.000	
Total aset lancar		40.085.000	Utang pajak penghasilan	435.000	
Tanah	20.000.000		Diterima dimuka pendapatan penilaian	350.000	
Bangunan	70.000.000		Utang utilitas	240.000	
Akm. Penyusutan - Bangunan	(220.000)		Total utang lancar		15.575.000
Peralatan Kantor	12.000.000		Utang jk. panjang		80.000.000
Akm. Penyusutan - Peralatan Kantor	(125.000)		Ekuitas		46.165.000
Total aset tidak lancar		101.655.000			
Total aset		141.740.000	Total utang & ekuitas		141.740.000

Gambar 2.3 Laporan Neraca

2. Laporan Laba Rugi atau *income statement* adalah laporan yang menjabarkan tentang unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan untuk mengetahui laba atau rugi bersih yang dihasilkan. Fungsi utama dari laporan laba rugi adalah menyajikan informasi performa bisnis, yang diperlukan untuk memprediksi kondisi ekonomi internal perusahaan di masa depan. Informasi tersebut juga bisa digunakan untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada.

Laporan Laba/Rugi (dalam Rp) - Metode Langkah Bertahap - Untuk periode s/d Juni 2008 PT. PENGABDIAN		
<b>Pendapatan</b>		
Komisi		11.000.000
Jasa penilaian		500.000
Jasa konsulting		875.000
<b>Total Pendapatan Operasional</b>		<b>12.375.000</b>
<b>Biaya-biaya</b>		
Biaya sewa kendaraan	500.000	
Biaya gaji	375.000	
Biaya bunga	800.000	
Biaya penyusutan - Peralatan kantor	125.000	
Biaya penyusutan - Bangunan	220.000	
Biaya utilitas	330.000	
Biaya iklan	240.000	
Biaya supplies	160.000	
Biaya asuransi	50.000	
<b>Total Biaya Operasional</b>		<b>(10.675.000)</b>
<b>Laba (Rugi) Operasional</b>		<b>1.700.000</b>
<b>Pendapatan Non-operasional</b>	1.000.000	
<b>Biaya Non-operasional</b>	500.000	
<b>Laba (Rugi) Non-operasional</b>		<b>500.000</b>
<b>Laba (Rugi) sebelum pajak pajak penghasilan</b>		<b>2.200.000</b>
<b>Laba (Rugi) bersih</b>		<b>1.765.000</b>

Gambar 2.4 Laporan Laba Rugi

3. Laporan Perubahan Ekuitas adalah laporan yang menggambarkan informasi jumlah modal yang dimiliki bisnis pada suatu perusahaan selama beberapa tahun tertentu. Laporan ini menunjukkan besarnya perubahan modal yang telah terjadi, lengkap dengan penyebab perubahannya. Untuk membuat laporan perubahan modal, yang dibutuhkan adalah data tentang jumlah modal pada awal tahun, jumlah rugi atau laba bersih selama tahun tersebut, dan pengambilan dana pribadi oleh pemilik untuk tahun yang bersangkutan.

Laporan Perubahan Ekuitas (dalam Rp) - Untuk Periode yang berakhir 30 Juni 2008 PT. PENGABDIAN (Rp)	
Ekuitas, saldo per 1 Juli 2007	45.000.000
Laba (Rugi) periode Juli 2007 s/d Juni 2008	1.765.000
(-) Pendistribusian deviden	(600.000)
<b>Ekuitas, saldo per 30 Juni 2007</b>	<b>46.165.000</b>

Gambar 2.5 Laporan Perubahan Ekuitas

4. Laporan Arus Kas atau *cash flows* adalah laporan keuangan perusahaan yang digunakan untuk menunjukkan aliran masuk dan keluar kas perusahaan pada suatu periode akuntansi. Informasi yang didapat dari laporan arus kas bisa digunakan sebagai indikator jumlah arus kas di masa

yang akan datang, sekaligus berguna untuk menilai ketepatan perkiraan arus kas yang telah dibuat sebelumnya. Laporan arus kas juga menjadi alat pertanggungjawaban arus kas masuk dan keluar selama periode pelaporan.

Laporan Arus Kas (dalam Rp) - Untuk Periode Juni 2008		
UI. PENGABDIAN		
<b>Aliran kas berasal dari kegiatan operasi</b>		
Penerimaan dari:		
Pendapatan jasa penilaian	500.000	
Diterima dimuka jasa penilaian	350.000	
Pelunasan piutang usaha	5.200.000	
<b>Aliran masuk kas dari operasi</b>		<b>6.050.000</b>
Pengeluaran untuk:		
Pembayaran dimuka untuk asuransi	(1.200.000)	
Biaya iklan	(2.740.000)	
Bahan habis pakai	(940.000)	
Utilitas-listrik	(90.000)	
<b>Aliran keluar kas untuk kegiatan operasi</b>		<b>(4.970.000)</b>
<b>Aliran kas bersih dari kegiatan operasi (a)</b>		<b>1.080.000</b>
<b>Aliran kas berasal dari kegiatan investasi</b>		
Penerimaan dari: Tidak ada		
Pengeluaran untuk:		
Tanah dan gedung	(10.000.000)	
Peralatan kantor	(5.000.000)	
<b>Aliran keluar kas neto untuk kegiatan investasi</b>		<b>(15.000.000)</b>
<b>Aliran kas bersih dari kegiatan operasi (b)</b>		<b>(15.000.000)</b>
<b>Aliran kas berasal dari kegiatan pendanaan</b>		
Penerimaan dari: Setoran modal		
Pembayaran untuk: Pendistribusian deviden	(600.000)	
<b>Aliran kas bersih dari kegiatan pendanaan (c)</b>		<b>44.400.000</b>
<b>Saldo awal, per 1 Juli 2007 (d)</b>		<b>0</b>
<b>Saldo akhir, per 30 Juni 2008 (a+b+c+d)</b>		<b>30.480.000</b>

Gambar 2. 6 Laporan Arus Kas

### 2.13 Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan antara satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan. Contoh perbandingan yang dapat dilakukan antara satu pos dengan pos lainnya dalam satu laporan keuangan adalah dengan membandingkan antara aset lancar terhadap kewajiban lancar (sebagai rasio likuiditas) atau antara total kewajiban terhadap total aset (sebagai rasio solvabilitas). Sedangkan contoh perbandingan yang dapat dilakukan antar pos yang ada di antara laporan keuangan adalah dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aset

(sebagai rasio profitabilitas) [29]. Secara garis besar, saat ini dalam praktik setidaknya ada 4 (empat) jenis rasio keuangan yang sering digunakan untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Ke-empat jenis rasio keuangan tersebut adalah [30] :

1) **Rasio Likuiditas** merupakan rasio yang memperlihatkan kekuatan perusahaan dalam upaya memenuhi hutangnya dalam waktu dekat, artinya melihat seberapa mampu perusahaan membayar hutangnya pada saat jatuh tempo. Jika perusahaan membayar hutangnya dengan baik berarti perusahaan dinilai likuid dan begitu pula kebalikannya, untuk menganalisis likuiditas perusahaan, ada beberapa rasio yang dapat digunakan diantaranya :

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*), merupakan perhitungan yang melibatkan antara aset lancar dibandingkan kewajiban lancar. Rasio lancar yang tinggi, berarti setiap saat perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk memenuhi hutangnya sewaktu-waktu. Rasio lancar dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 2 PT. HM Sampoerna, Tbk *Current Ratio* Tahun 2015 - 2017

Keterangan	2015	2016	2017
Aktiva Lancar	29.807.330	33.647.496	34.180.353
Hutang Lancar	4.538.674	6.428.478	6.482.969
<i>Current Ratio (%)</i>	657%	523%	527%

Dari perhitungan diatas terlihat kesanggupan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar sangat tinggi, sehingga dapat dikatakan perusahaan ini mengalami *overliquid*, artinya tidak efisien bagi perusahaan dalam mengelola aktiva lancar karena terlalu tinggi uang kas yang tidak diputar.

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*), merupakan selisih antara aset lancar dan persediaan kemudian dibagi kewajiban jangka pendek. Rasio cepat

mengutamakan pos aset lancar yang likuid yaitu kas dan obligasi. Rasio Cepat dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Persediaan adalah aset lancar yang paling tidak likuid karena membutuhkan banyak waktu agar dapat dijadikan penghasilan dan juga seringkali merupakan kerugian apabila terjadi likuiditas. Oleh karena itu, rasio lancar digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam membayai hutangnya tanpa memperhitungkan persediaan. 1:1 adalah angka perbandingan yang baik untuk melihat *quick ratio*.

**Contoh :**

Tabel 2. 3 PT. HM Sampoerna, Tbk *Quick Ratio* Tahun 2015 - 2017

Keterangan	2015	2016	2017
Aktiva Lancar	29.807.330	33.647.496	34.180.353
Persediaan	19.071.523	19.442.023	18.023.238
Hutang Lancar	4.538.674	6.428.478	6.482.969
<i>Quick Ratio (%)</i>	237%	221%	249%

Dari perhitungan diatas dapat dilihat bahwa kesanggupan perusahaan untuk melunasi hutang jangka pendek dengan aset lancar tanpa melihat persediaan sangat baik, dikarenakan angka 1:1 dianggap cukup aman atau pedoman rasio yang baik adalah 100%.

- c. Rasio Kas (*Cash Ratio*), merupakan perbandingan kewajiban lancar terhadap uang kas. Rasio ini menunjukkan kesanggupan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendeknya. Rasio kas dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Ratio Kas} = \frac{\text{Kas}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 4 PT. HM Sampoerna, Tbk *Cash Ratio* Tahun 2015 - 2017

Keterangan	2015	2016	2017
Kas	1.718.738	5.056.183	7.501.737

Hutang Lancar	4.538.674	6.428.478	6.482.969
Cash Ratio (%)	38%	79%	116%

Dari perhitungan diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan rasio kas perusahaan ini pada tahun 2015-2016 tidak mencapai 100%, artinya kas yang tersedia tidak sebanding dengan hutang lancar, hal ini dikarenakan jumlah kas lebih kecil di bandingkan dengan jumlah hutang lancar. Pada tahun 2017 rasio ini telah mencapai angka 116%, artinya kesanggupan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka pendek sudah membaik, hal ini disebabkan jumlah peningkatan pada kas lebih besar daripada hutang lancar.

2) **Rasio Solvabilitas / Rasio Leverage** merupakan rasio yang biasa dipakai dalam melihat berapa banyak bagian perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Penggunaan hutang dalam jumlah besar bagi perusahaan akan menyulitkan perusahaan, karena bisa jadi perusahaan mungkin terjebak keadaan dimana perusahaan terjebak dengan hutang dalam jumlah dan sulit untuk memenuhinya. Oleh karena itu perusahaan perlu mempertimbangkan untuk pengambilan hutang selayaknya dan melihat darimana saja sumber yang akan dipakai untuk memayarnya. Ada beberapa rasio leverage yang bisa dipakai dalam menganalisis informasi keuangan perusahaan yaitu :

a. Rasio Total Hutang Terhadap Modal Sendiri / *Total Debt to Equity Ratio* (DER), merupakan perbandingan antara total hutang yang dimiliki perusahaan terhadap modal sendiri atau equitas. Berikut adalah rumus yang dapat digunakan dalam menghitung rasio ini :

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

Semakin tinggi DER menandakan bahwa pendanaan perusahaan lebih banyak menggunakan hutang daripada modal perusahaan sendiri, begitu juga sebaliknya. Dengan kata lain pedoman rasio ini adalah <100%.

**Contoh :**



Tabel 2. 5 PT. HM Sampoerna, Tbk Total Debt to Total Assets Ratio  
Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Total Hutang	5.994.664	8.333.263	9.028.078
Modal Sendiri	32.016.060	34.175.014	34.112.985
Total DER (%)	19%	24%	26%

Berdasarkan hasil perhitungan diatas terlihat kemampuan perusahaan untuk menyediakan dana dengan modal sendiri lebih besar daripada menggunakan hutang, sehingga kondisi ini sangat baik bagi perusahaan.

- b. Rasio Total Hutang Terhadap Total Aktiva / *Total Debt to Total Asset Ratio* (DAR), merupakan perhitungan antara total hutang dibandingkan dengan total aset yang hasilnya dinyatakan dalam bentuk persentase. Rasio ini digunakan dengan tujuan untuk melihat seberapa banyak aset yang dibelanjai oleh hutang. Berikut adalah rumus yang dapat digunakan dalam menghitung rasio ini :

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Jika semakin tinggi DAR namun proporsi total aktiva tetap atau tidak mengalami perubahan, itu artinya hutang yang dimiliki perusahaan semakin besar. Ini berarti kemungkinan perusahaan gagal dalam mengembalikan hutangnya bertambah besar, begitu pula sebaliknya.

**Contoh :**

Tabel 2. 6 PT. HM Sampoerna, Tbk Total Debt to Total Assets Ratio  
Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Total Hutang	5.994.664	8.333.263	9.028.078
Total Aktiva	38.010.724	42.508.277	43.141.063
Total DAR (%)	16%	20%	21%

Dari hasil perhitungan diatas terlihat total DAR adalah 16% sampai 21% aset dibiayai oleh hutang, itu artinya masih sangat baik bagi perusahaan.

- c. Rasio Hutang Jangka Panjang Terhadap Modal Sendiri, digunakan untuk mengukur tingkat kesanggupan manajemen perusahaan menggunakan modal yang dimiliki untuk menutupi hutang jangka panjang yang dimiliki. Untuk menghitung rasio ini dapat menggunakan rumus berikut :

Rasio Hutang Jangka Panjang Terhadap Modal Sendiri

$$= \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 7 PT. HM Sampoerna, Tbk *Long Term Debt to Equity Ratio*  
Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Hutang Jangka Panjang	1.455.990	1.904.785	2.545.109
Modal Sendiri	32.016.060	34.175.014	34.112.985
<i>Long Term Debt to Equity Ratio (%)</i>	5%	6%	7%

Dari hasil perhitungan diatas, diketahui kemampuan perusahaan dalam rasio ini sangat baik. Peningkatan rasio ini dari tahun ke tahun disebabkan oleh hutang jangka panjang yang terus bertambah selama 2015-2017 sedangkan modal sendiri mengalami fluktuasi. Meskipun demikian, berdasarkan persentase diatas dapat diartikan bahwa kemampuan perusahaan untuk menggunakan modal sendiri dalam menutupi kewajiban jangka panjang sangat baik.

- 3) **Rasio Aktivitas**, dipakai untuk melihat seberapa efektifnya manajemen yang dimiliki perusahaan dalam mengelola berbagai asetnya. Ada beberapa rasio aktivitas yang bisa digunakan yaitu :

- a. Rasio Perputaran Total Aktiva / *Total Asset Turn Over Ratio* (TATO), digunakan untuk melihat penggunaan atau pengelolaan dari semua aset yang dimiliki. TATO merupakan perbandingan antara penjualan dan seluruh aset, rasio ini menunjukkan tingkat kecepatan pengelolaan aset yang dilihat dari sisi volume penjualan. Semakin meningkat rasio ini, semakin baik bagi perusahaan, karena hal ini menunjukkan aset lebih cepat dikelola dan mendapatkan profit serta menunjukkan semakin baik

pengelolaan seluruh aset dalam upaya mendapatkan keuntungan. Rumus menghitung perputaran aktiva adalah sebagai berikut :

$$\text{Perputaran Total Aktiva} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times 1 \text{ kali}$$

**Contoh :**

Tabel 2. 8 PT. HM Sampoerna, Tbk *Total Assets Turn Over* Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Penjualan	89.069.306	95.466.657	99.091.484
Total Aktiva	38.010.724	42.508.277	43.141.063
TATO (1 kali)	3	3	3

Rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan menggunakan seluruh aktiva untuk menghasilkan volume penjualan. Dari hasil perhitungan rasio diatas, terlihat kemampuan perusahaan dalam mengolah aset untuk menghasilkan penjualan cukup baik karena semakin besar semakin baik, meskipun angka pada rasio ini tidak meningkat pada setiap tahun karena disebabkan oleh penjualan dan total aktiva yang terus meningkat secara bersamaan.

- b. *Receivable Turn Over Ratio*, merupakan rasio yang berguna untuk melihat seberapa besar kualitas hutang perusahaan dan seberapa sukses perusahaan dalam menagih piutang yang diberikan. Berikut adalah rumus untuk menghitung *receivable turn over ratio* :

$$\text{Receivable TurnOver} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang}} \times 1 \text{ kali}$$

**Contoh :**

Tabel 2. 9 PT. HM Sampoerna, Tbk *Receivable Turn Over* Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Penjualan	89.069.306	95.466.657	99.091.484
Piutang	4.726.827	4.996.420	3.780.990
<i>Receivable Turn Over</i> (1 Kali)	20	21	27

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa kemampuan perusahaan dalam menagih kredit terus mengalami peningkatan. Ini artinya jumlah piutang yang tertagih terus meningkat / jumlah piutang semakin kecil dari tahun ke tahun, karena rasio ini semakin besar berarti modal yang dipakai untuk piutang dalam jumlah kecil. Keadaan ini terjadi karena angka penjualan yang terus meningkat sedangkan jumlah piutang semakin berkurang.

- c. Rasio Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turn Over*) merupakan perbandingan antara penjualan dengan selisih antara aset lancar dan kewajiban lancar. Perputaran modal kerja menunjukkan tingkat penjualan yang diraih oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal kerja. Untuk menghitung rasio ini dapat menggunakan rumus berikut :

$$\text{Working Capital Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Lancar} - \text{Hutang Lancar}} \times 1 \text{ kali}$$

**Contoh :**

Tabel 2. 10 PT. HM Sampoerna, Tbk *Working Capital Turn Over*  
Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Penjualan	89.069.306	95.466.657	99.091.484
Aktiva Lancar	29.807.330	29.807.330	29.807.330
Hutang Lancar	4.538.674	6.428.478	6.482.969
<i>Working Capital Turn Over</i> (1 Kali)	4	4	4

Hasil perhitungan diatas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penjualan bersih cukup baik. Hal ini terlihat pada angka yang diperoleh yaitu penjualan yang dihasilkan 4 kali lebih besar daripada modal kerja yang digunakan. Meskipun tidak mengalami peningkatan pada tahun 2015 sampai 2017, setidaknya perusahaan tetap menjaga agar tidak terjadi penurunan. Untuk memperoleh penjualan dan perputaran modal kerja yang tinggi, perusahaan harus bisa mengurangi modal kerja yang digunakan.

4) **Rasio Profitabilitas** merupakan gambaran modal dan laba yang tertanam, rasio ini menunjukkan kesanggupan *equity* dalam mendapatkan profit dan juga memiliki hubungan yang erat dengan *dividen payout ratio*, karena jika profit yang diraih semakin tinggi maka semakin besar juga dividen yang dibagikan ke investor. Rasio yang bisa digunakan untuk menghitung rasio ini adalah :

- a. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*), yaitu rasio yang dipakai dalam tujuan melihat tingkat efisien perusahaan mengendalikan harga dan biaya, rasio ini juga mengindikasikan tingkat kesanggupan dalam memproduksi dengan efisien. Jika rasio ini meningkat berarti menunjukkan bahwa keadaan operasional perusahaan membaik, dan juga harga pokok penjualan (HPP) lebih kecil daripada penjualan, begitu pula sebaliknya semakin rendah *gross profit margin* menunjukkan semakin buruk operasional perusahaan. Untuk menghitung rasio ini bisa menggunakan rumus berikut :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 11 PT. HM Sampoerna, Tbk *Gross Profit Margin* Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Laba Kotor	21.764.389	23.854.676	24.215.842
Penjualan	89.069.306	95.466.657	99.091.484
<i>Gross Profit Margin (%)</i>	24%	25%	24%

Dilihat dari rasio ini, meskipun dalam menghasilkan laba kotor tidak meningkat ataupun menurun jauh, tetapi kemampuan perusahaan dalam mengatur kontribusi penjualan terhadap laba kotor cukup baik dan perusahaan masih bisa menjaga kestabilan rasio ini.

- b. Pengembalian Atas Investasi / *Return on Investmet (ROI)*, digunakan untuk menilai tingkat efektif dari seluruh operasi usaha yaitu dana yang tertanam dalam aset serta operasionalnya dalam rangka mendapatkan laba. ROI dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 12 PT. HM Sampoerna, Tbk *Return on Investment* Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Laba Bersih	10.363.308	12.762.229	12.670.534
Total Aktiva	38.010.724	42.508.277	42.141.063
ROI (%)	27%	30%	29%

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa rasio ini mengalami peningkatan sebesar 3% pada tahun 2016, namun kembali menurun 1% di tahun 2017. Meskipun demikian, dari hasil perhitungan yang diperoleh terlihat kesanggupan perusahaan untuk memperoleh laba cukup baik. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada rasio ini, perusahaan harus mampu menghasilkan laba bersih.

- c. Pengembalian Atas Modal / *Return on Equity* (ROE), digunakan untuk melihat tingkat penggunaan modal dalam upaya mendapatkan laba bersih setelah pajak. Jika ROE meningkat berarti produktifitas juga meningkat sehingga kecepatan pengembalian modal lebih terjamin. ROE dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 13 PT. HM Sampoerna, Tbk *Return on Equity* Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Laba Bersih	10.363.308	12.762.229	12.670.534
Total Modal Sendiri	32.016.060	34.175.014	34.112.985
ROE (%)	32,4%	37,3%	37,1%

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, kemampuan perusahaan cukup baik dalam menghasilkan laba meskipun di tahun 2017 menurun 0,2% dari tahun 2016. Rasio ini mengalami penurunan pada tahun 2017 yang

disebabkan oleh modal sendiri dan laba bersih secara bersamaan mengalami penurunan.

- d. Margin Laba Bersih / *Net Profit Margin* (NET), digunakan untuk melihat profit dari sisi laba bersih pada setiap penjualan. NET dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

**Contoh :**

Tabel 2. 14 PT. HM Sampoerna, Tbk *Net Profit Margin* Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Laba Bersih	10.363.308	12.762.229	12.670.534
Penjualan Bersih	89.069.306	95.466.657	99.091.484
NET (%)	11,64%	13,37%	12,79%

Dari hasil perhitungan diatas, terlihat hasil tertinggi pada tahun 2016 dan di tahun 2017 menurun sebesar 0,58%. Rasio ini menurun karena penjualan bersih yang meningkat namun diikuti dengan peningkatan pada beban operasional perusahaan, sehingga menyebabkan laba bersihnya menurun. Namun dengan angka yang dihasilkan berdasarkan perhitungan diatas, dapat dikatakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan penjualan bersih cukup baik.