BAB II
KAJIAN LITERATUR

2.1 Kost

Kata "kost" berasal dari bahasa Belanda:*"in de kost"*, yang secara harfiah berarti: "makan di dalam", atau dalam pengertian lebih luas: "tinggal dan ikut makan" di dalam rumah tempat menumpang tinggal. Dimana pada zaman kolonial/penjajahan Belanda di Indonesia, "*in de kost*" ini merupakan sebuah gaya hidup yang cukup populer dikalangan menengah ke atas untuk kaum pribumi, terutama bagi kalangan yang sangat mengagung-agungkan budaya Barat/Eropa khususnya budaya Belanda [12].

Semakin mengikuti perkembangan zaman kost adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dengan sistem sewa. Sebagian besar kost memiliki bangunan induk yang sengaja dibangun untuk sebuah kost. Namun, ada juga kost yang ruangannya berada di bawah rumah milik keluarga, sehingga penyewa akan tinggal bersama keluarga pemilik rumah tersebut [10].

Kost biasanya berlokasi dekat dengan kampus, perkantoran atau proyek pembangunan. Bagi mahasiswa atau pekerja yang sedang merantau, kost biasanya menjadi hunian yang paling sering dicari. Sebab harganya lebih murah dari sewa apartemen dan sistem bayar sewanya juga dapat disesuaikan. Selain itu fasilitas yang didapat umumnya juga sudah cukup untuk hidup [11].

Fungsi kost pada umumnya adalah,

1. Sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi mahasiswa atau pekerja yang berasal dari luar daerah.
2. Sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi pekerja yang tidak memiliki tempat tinggal dekat dengan lokasi kerja.
3. Sebagai sarana pembentukan kepribadian agar mahasiswa lebih disiplin dan mandiri.

Macam-macam jenis kost yang bisa ditemukan:

1. Kost Putra/Pria

   Kost ini dikhususkan untuk para putra saja. Biasanya kost jenis ini dihuni oleh mahasiswa, pekerja kantor atau proyek sekitar [6].

2. Kost Putri/Wanita

   Kost ini dikhususkan untuk para putri saja. Biasanya kost ini memiliki harga yang lebih mahal karena fasilitasnya lebih lengkap [6].

3. Kost Campur

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Kost ini dapat dihuni oleh putra maupun putri. Biasanya jenis kost ini memiliki aturan kost yang cukup bebas [6].

Umumnya kost-kostan wanita lebih murah daripada kost-kostan pria dengan fasilitas yang lebih baik atau sama. Bisa jadi ada bias di masyarakat mengenai setiap jenis kelamin di mana perempuan lebih rapi dan lebih bersih daripada laki-laki [6].

Keuntungan tinggal di kost adalah harga sewa sudah termasuk semuanya. Internet, TV kabel, air, dan listrik semuanya termasuk dalam satu harga. Tetapi, ada beberapa kost yang tidak menyertakan listrik dalam tagihan. Ada juga kost sudah dilengkapi beberapa furniture. Tinggal di kost juga jauh lebih murah dibandingkan tinggal di apartemen, namun minimnya dapur dan beberapa fasilitas mungkin menjadi kekurangan [11].

2.1.1 *Marketing* Kost

Marketing adalah pondasi penting dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Strategi ini memiliki peran sentral dalam menarik perhatian konsumen, membangun kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan mencapai keberhasilan dalam dunia bisnis [17].

Sebagai suatu proses strategis, marketing melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai kegiatan yang meliputi penelitian pasar, pengembangan produk, strategi harga, promosi, dan distribusi [17].

Marketing atau pemasaran adalah suatu proses strategis yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan segala kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen. Marketing mencakup berbagai kegiatan, mulai dari penelitian pasar, pengembangan produk, strategi harga, promosi, hingga distribusi [17].

Tujuan *marketing*:

1. Meningkatkan Penjualan

   Tujuan utama dari marketing adalah untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa melalui strategi yang efektif dengan peningkatan penjualan maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar [17].

2. Meningkatkan Kesadaran Merek (*Brand Awareness)*

   Melalui upaya marketing yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek mereka. Hal ini penting untuk menciptakan *top of mind awareness* sehingga konsumen memilih produk atau jasa perusahaan saat mereka membutuhkannya [17].

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

3. Meningkatkan Loyalitas Konsumen (*Consumer Loyalty)*

Marketing juga bertujuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Dengan melakukan kegiatan *marketing* yang tepat, perusahaan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian berulang [17].

4. Memperluas Potensi Pasar

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, *marketing* menjadi alat penting untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan lain. Dengan strategi *marketing* yang baik, perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing dan menarik konsumen untuk memilih produk atau jasa mereka daripada yang lain [17].

Marketing kost memiliki banyak cara, seperti:

1. *Word of Mouth*

Cara pemasaran dari mulut ke mulut ini masih menjadi yang diandalkan. Pasalnya, cara pemasaran ini tergolong murah dan tidak perlu mengeluarkan modal lebih untuk melakukan promosi. Sayangnya, cara ini belum bisa menjangkau target pasar yang lebih luas. Sebab, target pasar yang dilakukan dengan marketing bisnis kost dari mulut ke mulut terbatas kepada calon konsumen yang datang secara langsung atau berada di sekitar lokasi saja [17].

2. Promosi di Area Kampus.

Salah satunya yaitu dengan melakukan promosi di area kampus, terutama jika menargetkan mahasiswa sebagai marketnya. Promosi jenis ini terbatas kepada mahasiswa yang sedang mencari kost dekat kampus. Ada beberapa cara yang bisa dilakukan saat melakukan pemasaran di kampus. Misalnya dengan menyebarkan brosur di beberapa tempat yang menjadi pusat kebutuhan mahasiswa seperti kantin, warung makan, hingga warnet [17].

3. Melalui Koran atau Radio.

Sama seperti melakukan pemasaran dengan cara lain, beriklan di koran ataupun radio juga memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Salah satu kelebihan yang didapatkan adalah potensi *brand awareness* yang tinggi. Pasalnya, jangkauan koran dan radio cukup tinggi sehingga bisa sampai kepada para calon konsumen yang lebih luas [17].

4. Melalui Internet.

Dengan menggunakan internet pemilik kost akan menjangkau lebih banyak orang. Gunakan *platform* seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memposting foto

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

dan video menarik tentang kost-kostanmu. Pastikan gambar terlihat profesional dan nyaman. Manfaatkan fitur iklan berbayar untuk menjangkau lebih banyak orang. Dapat juga menggunakan aplikasi pemesanan yang biasanya membuka kemitraan dengan para pemilik kost [17].

2.2 Process Map

Process map adalah teknik yang digunakan untuk membuat peta visualisasi sebuah *workflow* atau proses bisnis. Tujuan dari *process mapping* sendiri yaitu untuk mengomunikasikan secara singkat dan langsung tentang bagaimana sebuah proses bisnis berjalan [18].

Selain itu, ini pun membantu rekan kerja untuk memahami bagaimana mereka bisa menyelesaikan pekerjaan tanpa perlu penjelasan yang terlalu panjang. Dengan melakukan *mapping* dari awal hingga akhir, dapat memahami dengan baik bagaimana proses bisnis secara keseluruhan dan mengetahui proses yang kurang efisien [18].

Beberapa jenis *process mapping* yang bisa digunakan:

1. *Data Flow Diagram*

   Process map ini memberikan representasi visual tentang bagaimana sebuah informasi bergerak dalam proses bisnis. *Format*nya serbaguna yang dapat mengimplementasikannya dalam proses bisnis dasar hingga kompleks [18].

2. *Flowcharts*

   Flowcharts adalah salah satu bentuk paling dasar dan populer dalam *process mapping*. Hal ini karena *flowchart* merupakan cara paling efisien untuk menjelaskan proses dalam bentuk linear [18].

3. *High-level Process Maps*

   Jenis *process mapping* ini merupakan cara terbaik untuk memberikan gambaran luas terkait sebuah proyek dengan cepat dan efisien. Dengan *high-level process maps*, setiap grafis merepresentasikan langkah besar dalam sebuah proyek tanpa memasukkan detailnya. Sehingga, membuat jenis *process mapping* ini cocok digunakan untuk membuat rangkuman dari sebuah proyek atau jadi panduan bagi seseorang yang ingin tahu *progress*-nya [18].

4. *Relationship Maps*

   Relationship maps adalah jenis *process mapping* yang menggambarkan bagaimana setiap departemen atau bagian dalam proses bisnis berinteraksi. Di sini, setiap grafis menggambarkan individu, departemen, atau perusahaan yang terlibat dalam proses

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

bisnis. Terdapat pula arah panah yang menjelaskan hubungan satu bagian dengan lainnya [18].

5. SIPOC/SIPOC-R *charts*

SIPOC/SIPOC-R *chart* merupakan jenis *process mapping* berbentuk kolom. Setiap kolomnya dilabeli dengan nama *Supplier, Input, Process, Output, Customers* atau konsumen dan *Requirements.* Kemudian, isi dan lengkapi kolom-kolom di atas untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berjalan [18].

6. *Swimlane Diagrams*

Swimlane diagrams adalah jenis *process mapping* yang menjelaskan tentang individu atau tim dan tanggung jawabnya dalam sebuah proses bisnis. *Process mapping* ini dapat membantu karyawan baru untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja baru. Jadi lebih paham apa saja tanggung jawabnya dan tiap individu dalam perusahaan [18].

7. *Value Stream Maps*

Process mapping ini adalah teknik yang menggambarkan alur informasi dan sumber daya dalam sebuah proses bisnis. *Value stream maps* memiliki isi yang sangat mendetail. Sehingga, membuat *map* ini cocok digunakan untuk mengidentifikasi area yang bisa diperbaiki perusahaan supaya keseluruhan proses menjadi efisien [18].

2.3 Operasional dan Teknologi

Teknologi telah menjadi elemen fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Pemanfaatan teknologi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan mempercepat berbagai proses kerja, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Teknologi manajemen operasional berperan penting dalam memastikan kelancaran proses bisnis. Manajemen operasional erat kaitannya dengan teknologi yang dimiliki perusahaan. Bisnis yang memiliki *basic* teknologi modern jelas akan lebih mampu bersaing dan bertahan. Sebaliknya, perusahaan yang tidak menggunakan teknologi akan sulit berkembang. Seperti contohnya adalah penggunaan perangkat lunak pada manajemen operasional dalam membantu proses produksi yang saat ini referensinya masih sangat terbatas [19].

Selain itu, pemilihan teknologi yang tepat dalam operasional bisnis dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Untuk mencapai hal ini berarti manajemen operasional harus mampu meningkatkan pemanfaatan sumber daya perusahaan. Manajemen

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

harus membuat perencanaan, mengontrol semua kegiatan, dan memastikan semua sumber daya digunakan secara efisien [19].

Cara paling jitu menyusun strategi adalah dengan memahami berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Karena strategi sangat dipengaruhi oleh unsur internal perusahaan seperti, sumber daya perusahaan berupa teknologi dan masalah eksternal, yaitu pangsa pasar [19].

1. Konten Strategi

Strategi disini erat kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pasar, juga memanfaatkan berbagai kesempatan untuk pangsa pasar yang lebih berpotensi. Strategi sangat bergantung pada rencana perusahaan. Tetap saja dalam penyusunan strategi manajemen operasional terdapat beberapa konten penting [19].

2. Rancang Proses

Dalam konten ini terdapat kegiatan penelitian, perkiraan, dan pengembangan. Dimana semua kegiatan tersebut memerlukan keahlian juga energi yang hasilnya dapat bertahan dalam waktu lama [19].

3. Inovasi

Merupakan proses pembaruan output perusahaan agar dapat bersaing dengan perkembangan zaman [19].

4. Penggunaan Data

Merupakan kegiatan analisis yang penting untuk perencanaan, penyesuaian, dan juga pengambilan keputusan yang tepat [19].

5. Manajemen Rantai Pasok

Merupakan manajemen yang mengatur hubungan perusahaan dengan produsen yang memasok bahan baku [19].

6. Analisis Inventaris

Merupakan kegiatan yang mengelola inventaris perusahaan, dan membaginya dalam analisis ABC. Persediaan yang dimiliki dibagi jadi 3 kategori A, B, dan C. Kategori A memiliki nilai dan kontrol paling banyak, sedangkan C paling sedikit [19].

7. Kontrol Produksi

Adalah manajemen operasional yang efektif serta efisien terhadap proses [19].

8. Kolaborasi antar Departemen

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Berdasar sistem kolaborasi dan komunikasi yang baik, manajemen operasional dapat berkolaborasi secara efektif dengan bagian keuangan, pemasaran, penjualan, sumber daya manusia, dan bagian lainnya [19].

9. Mengelola Sumber Daya Manusia

Manajemen yang mengatur para pekerja perusahaan, tingkat kepuasan pelanggan, juga kontrol kualitas [19].

2.4 *Startup*

Start-up merupakan perusahaan yang baru beroperasi dan masih berada dalam fase pengembangan untuk terus mengembangkan produk dan menemukan target pasar yang tepat. Pengertian mengenai perusahaan *start-up* juga dijelaskan oleh Neil Blumenthal, yang merupakan salah satu pendiri dan CEO Warby Parker, sebuah perusahaan rintisan yang berfokus pada penjualan kacamata *online* di New York [12].

Neil mendefinisikan *start-up* sebagai perusahaan rintisan yang dirancang untuk memecahkan masalah sehingga bisa menghasilkan produk atau layanan sebagai solusi bagi banyak orang. Namun, saat ini istilah *start-up* sering kali dikaitkan dengan perusahaan rintisan yang fokusnya pada bisnis berbasis teknologi. Hal tersebut dikarenakan banyak perusahaan *start-up* yang mengembangkan bisnisnya dengan bantuan teknologi masa kini [12].

Selain itu, istilah perusahaan rintisan juga mulai populer secara nasional maupun internasional pada fenomena *'bubble dot-com'*. Fenomena ini merupakan masa ketika banyak perusahaan 'dot-com' yang didirikan acara bersamaan pada periode tahun 1998 hingga 2000. Pada masa tersebut, banyak perusahaan yang gencar membuka *website* untuk mengembangkan model bisnisnya. Dengan begitu, semakin banyak orang yang mengenal internet sebagai media untuk memulai dan mengembangkan sebuah perusahaan rintisan [12]. Contoh perusahaan startup yang ada di Indonesia:

1. Ruangguru

Ruangguru merupakan *platform* pendidikan daring yang menyediakan berbagai layanan pembelajaran seperti kelas online, konsultasi guru, dan latihan soal. Didirikan pada tahun 2014, Ruangguru telah menjadi salah satu perusahaan *edtech* terbesar di Indonesia yang memiliki jutaan pengguna aktif untuk berbagai layanannya [12].

2. Gojek

Bergerak pada layanan transportasi daring yang menyediakan berbagai *service* seperti ojek, taksi, pengiriman makanan, dan pembayaran digital [12].

3. Tokopedia

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Sebuah *platform e-commerce* memungkinkan individu dan bisnis untuk menjual produk secara *online* [12].

4. Traveloka

Traveloka merupakan *platform* pemesanan perjalanan *online* yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat, hotel, kereta api, paket liburan, dan masih banyak lagi. *Platform* ini didirikan pada tahun 2012 sebagai solusi para penggunanya yang hendak pergi traveling [12].

5. eFishery

eFishery adalah *startup* teknologi yang mengembangkan solusi inovatif untuk industri perikanan. Misi utama eFishery yaitu meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan dalam budidaya ikan melalui penerapan teknologi [12].

Salah satu tingkatan *startup* dibagi berdasarkan nilai valuasi perusahaan. Valuasi perusahaan adalah proses untuk menentukan nilai atau estimasi sebenarnya dari sebuah *company.* Secara garis besar, valuasi mencakup penilaian terhadap seluruh aset, kinerja keuangan, prospek pertumbuhan, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan tersebut. Melalui data valuasi perusahaan, maka investor, pemilik bisnis, dan pihak lainnya dapat membuat keputusan investasi yang lebih baik, bahkan bisa mengukur progres serta potensi pertumbuhan perusahaan tersebut pada periode yang akan datang [12]. Berdasarkan nilai valuasi, *startup* dibagi jadi 6 klasifikasi, yaitu *cockroach, poniers, centaurs, unicorn, decacorn*, dan *hectocorn.*

1. *Cockroach*

Istilah *cockroach* disematkan untuk *startup* yang baru berdiri dengan skala yang masih sangat kecil. Penamaan *"cockroach"* diambil dari sifat kecoa, yang mana meskipun tubuhnya kecil, tapi ia sulit untuk dimusnahkan. Meski begitu, startup ini identik dengan kinerja keuangan yang sangat baik. Selain itu, pergerakan *startup cockroach* terkenal lincah, sebab mereka sedang giat-giatnya melakukan inovasi untuk menarik perhatian angel investor [12].

Apabila model bisnisnya tepat dan *sustain,* kemungkinan akan banyak *angel investor* yang tertarik untuk menamkan modal mereka. Nilai valuasi *startup cockroach* umumnya berkisar kurang dari 10 juta dolar AS (0-<$10 juta) atau setara dengan 16,4 miliar dalam kurs rupiah (jika kurs IDR 16.000), dan bisa terus berkembang untuk masuk ke tingkatan *startup* selanjutnya [12].

2. *Ponies*

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Setelah melewati fase *cockroach,* terdapat tingkatan kedua, yaitu *ponies* atau kuda poni. *Ponies* biasanya merujuk pada perusahaan yang memiliki valuasi antara $10 juta hingga $100 juta, atau sama dengan 140 miliar sampai 1.645 triliun rupiah. *Startup ponies* umumnya sudah memiliki basis pelanggan yang berkembang, dan pendapatannya pun mulai stabil [12].

Tapi, di saat yang sama, *startup* jenis ini memiliki tingkat putus asa yang lumayan besar. Pasalnya, di level *ponies,* kompetisi antar *startup* terlihat semakin jelas, sehingga mereka perlu berlomba agar bisa dilirik oleh para investor. Di Indonesia, iSeller dan Lemonilo merupakan salah dua contoh *startup ponies* [12].

3. *Centaurs*

Centaurs adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan *startup* yang memiliki valuasi lebih dari $100 juta, tetapi belum mencapai status *unicorn* (valuasi $1 miliar). *Startup* di tingkatan *centaurs* sudah mampu menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, plus memiliki posisi kuat di pasar. Lebih dari itu, perusahaan yang berada di posisi ini sedang dalam perjalanan menuju status *unicorn,* dengan potensi pertumbuhan yang besar. Hal ini mampu menarik minat dari banyak investor yang siap menyuntikkan dana mereka, serta menciptakan nilai valuasi yang semakin tinggi [12].

4. *Unicorn*

Setelah berhasil melewati fase *Centaurs,* sebuah perusahaan akan masuk ke level *Unicorn,* yaitu *startup* yang bervaluasi lebih dari satu miliar dolar AS (US$ 1 miliar). Jika dikonversi ke rupiah, nilai ini setara dengan 16 triliun. *Startup unicorn* cenderung memiliki model bisnis yang *scalable* dan inovatif, dan memungkinkan mereka untuk terus berkembang serta meningkatkan valuasi secara signifikan. Contoh *startup unicorn* di Indonesia yaitu Traveloka, Kopi Kenangan, DANA, OVO, dan Ajaib [12].

5. *Decacorn*

Tingkatan *startup* yang kelima adalah *decacorn,* di mana sebuah *startup* sudah memiliki valuasi yang sangat tinggi dan biasanya telah mencapai tahap pertumbuhan serta ekspansi pasar yang cukup signifikan. *Startup decacorn* umumnya memiliki valuasi lebih dari sepuluh miliar dolar AS, setara dengan lebih dari sekitar 160 triliun rupiah. Contoh *startup* asal Indonesia yang masuk kategori *decacorn* yaitu GoTo dan J&T Express [12].

6. *Hectocorn*

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Terakhir, tingkatan paling tinggi dalam *startup* adalah *hectocorn* dengan nilai valuasi lebih dari seratus miliar dolar AS, atau sama dengan sekitar 1.600 triliun rupiah. Perusahaan yang masuk di tingkatan ini memiliki perusahaan teknologi yang inovatif dan berkembang pesat. Sayangnya, di Indonesia bahkan Asia Tenggara belum ada yang startup yang mampu mencapai nilai valuasi sebesar *hectocorn.* Tapi, ada beberapa perusahaan besar asal luar Asia yang sudah masuk ke kategori *hectocorn* yaitu ByteDance, Amazon, dan juga Facebook [12].

2.5 *Business Plan*

Rencana bisnis atau *business plan* adalah dokumen tertulis yang dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai bisnis yang akan dijalankan. Dokumen ini mencakup berbagai aspek bisnis seperti strategi pemasaran dan penjualan yang detail, analisis pendapatan dan pengeluaran, kondisi keuangan saat ini, serta informasi penting lainnya yang dibutuhkan [7].

Fungsi utama *business plan* adalah sebagai panduan bagi pebisnis untuk mencapai tujuan jangka panjang. Selain itu, *business plan* juga berperan dalam menilai kelayakan bisnis dan kemampuannya dalam menghadapi berbagai tantangan yang mungkin muncul di masa mendatang [7].

Business plan menyangkut bagaimana manajemen bisnis yang terdiri dari empat aspek poin penting, yaitu aspek organisasi dan manajemen, aspek pemasaran, aspek teknis produksi, dan aspek keuangan [14].

Aspek yang ada didalam *Business Plan***:**

1. Aspek Pemasaran

   Aspek pemasaran juga menentukan kesuksesan bisnis. Pada aspek ini harus memaparkan strategi pemasaran. Salah satu yang bisa digunakan adalah rumus 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Physical evidence* [14].

2. Aspek Organisasi dan Manajemen

   Struktur organisasi dimulai dari *top management, middle*, sampai *lower level management*. Setelah itu, menyusun tugas dan fungsi masing-masing tingkat manajemen [14].

3. Aspek Keuangan

   Aspek keuangan meliputi seberapa banyak modal awal yang diikeluarkan untuk membangun bisnis, biaya produksi, dan biaya operasional bisnis. Setelah itu, lakukan analisis keuangan yang mencakup hal-hal berikut [14]:

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

a) Proyeksi pendapatan.
b) *Break Even Point* (BEP).
c) Analisis laba rugi usaha.
d) Arus kas
e) Neraca

4. Aspek Teknis Produksi

Aspek teknis produksi memuat semua hal yang meliputi pemilihan lokasi, persiapan, produk, serta proses produksi. Pemilihan lokasi mencakup alamat dan gambaran kondisi tempat usaha. Sedangkan pada bagian produk dipaparkan bentuk, jenis, warna, kemasan, dan satuannya [14].

2.3.1 Jenis-Jenis *Business Plan*

Berikut beberapa jenis rencana bisnis atau *business plan* :

1. Rencana bisnis operasional atau *operational business plan* adalah rencana bisnis yang difokuskan untuk kebutuhan internal perusahaan [14]. Di dalamnya, terdapat rencana serta kebijakan yang mengatur seluruh aspek operasional perusahaan. Rencana ini juga menjabarkan peran dan tanggung jawab setiap individu dalam organisasi [7].
2. *Growth business plan* atau rencana bisnis pertumbuhan memaparkan mengenai rencana perusahaan kedepannya. Rencana ini dapat digunakan untuk keperluan internal maupun eksternal [7].
3. Rencana bisnis pengembangan atau *development business plan*, mendeskripsikan mengenai bisnis yang akan dikembangkan. Biasanya mencakup administrasi bisnis, struktur organisasi, dan pembagian tanggung jawab di antara karyawan. Rencana ini ditujukan tidak hanya untuk internal perusahaan, tetapi juga dapat disajikan kepada pihak eksternal [7].
4. Rencana bisnis startup adalah dokumen yang merinci perusahaan rintisan yang akan didirikan, mencakup penawaran produk atau jasa kepada calon pelanggan, analisis pasar, strategi pemasaran, pengelolaan risiko, serta struktur manajemen yang akan diterapkan [7].
5. Rencana bisnis strategis atau *strategic business plan* merupakan jenis rencana bisnis yang paling kompleks dibandingkan dengan lainnya. Biasanya, rencana ini mencakup hal penting seperti visi dan misi perusahaan, faktor-faktor kritis, strategi untuk mencapai tujuan, serta jadwal pelaksanaan strategi tersebut [7].

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

2.3.2 Struktur *Business Plan*

Kerangka atau struktur dalam rencana bisnis dapat berbeda-beda tergantung pada jenis bisnis, tujuan rencana, dan *audiens* yang dituju [13]. Namun, secara umum rencana bisnis sering menggunakan struktur berikut.

1. Ringkasan Eksekutif (*Executive Summary*)

   Bagian ini berisi gambaran singkat mengenai bisnis dan keseluruhan rencana. Di dalamnya akan dibahas poin-poin penting, seperti tujuan bisnis, nilai keunggulan, target pasar, proyeksi keuangan, dan lainnya [20].

2. Deskripsi Bisnis (*Business Description*)

   Bagian ini memberi gambaran rinci tentang bisnis, visi, misi, dan nilai inti. Ada juga penjelasan mengenai produk atau layanan yang ditawarkan dan bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan pasar [20].

3. Rencana dan Strategi Pemasaran (*Marketing Plan and Strategy*)

   Bagian ini membahas secara spesifik target pasar dan pelanggan, persaingan yang ada dan potensian, pangsa pasar yang diproyeksikan, strategi penetapan harga, dan rencana promosi dan distribusi [20].

4. Operasi dan Dukungan (*Operations and Support*)

   Setiap rencana bisnis harus memberikan rincian tentang metode produksi dan pemberian layanan. Oleh karena itu, perlu menjelaskan apakah sangat bergantung pada teknologi atau peralatan tertentu dan bagaimana dukungan yang diperlukan [20].

5. Tim Manajemen (*Management Team*)

   Bagian ini menjelaskan ringkasan struktur organisasi yang berisi anggota utama dalam tim manajemen. Dan menyertakan ringkasan latar belakang, pengalaman serta fungsi dalam perusahaan. [20].

6. Rencana dan Proyeksi Keuangan (*Financial Plans and Projection*)

   Berisi perkiraan penjualan, laba rugi, proyeksi arus kas dan neraca, beserta deskripsi singka penjelasan tentang proyeksi keuangan. Juga, mencakup laporan penggunaan dana baik jangka panjang atau jangka pendek [20].

7. Resiko dan Peluang (*Risk and Opportunities*)

   Berisi tentang bagaimana pandangan mengenai persiapan dalam menghadapi adanya resiko dalam dunia bisnis. Dan penjelasan mengenai apakah dapat menyesuaikan diri dengan cepat dan menjaga keseimbangan perusahaan serta kemampuan melihat peluang di masa depan. Lingkungan bisnis yang dinamis menuntut perusahaan agar mampu

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

mengenali, menilai dan mengelola resiko yang muncul dan terus berubah agar tetap dapat berkompetitif [20].

8. Lampiran Rencana Bisnis (*Business Plan Appendix*)

   Berisi rincian yang mendasari proyeksi laporan keuangan yang telah disediakan. Lampiran juga dapat memuat analisis keuangan untuk mengatasi kemungkinan dampak faktor-faktor penting, *resume* dari tim manajemen, dokumentasi dan lain-lain [20].

2.4 Laporan Keuangan

Laporan keuangan perusahaan adalah sebuah catatan informasi keuangan suatu perusahaan dalam satu periode tertentu yang dapat digunakan untuk menggambarkan situasi kinerja perusahaan tersebut. Sederhananya, laporan keuangan adalah dokumen penting berisi catatan keuangan perusahaan baik transaksi maupun kas [8].

Pembuatan laporan keuangan perusahaan dilakukan dalam periode tertentu. Biasanya perusahaan membuat laporan keuangan ketika periode akuntansi perusahaan mereka memasuki akhir. Periode akuntansi ini ditentukan oleh perusahaan masing-masing. Ada yang dilakukan setiap akhir tahun, ada juga yang dilakukan dalam beberapa bulan sekali [8].

Kebijakan perusahaan tentang periode akuntansi ini berbeda satu sama lain. Yang paling penting dari laporan keuangan perusahaan adalah semua transaksi dicatat dengan akurat sehingga laporan keuangan memiliki perhitungan yang tepat. Karena keuntungan perusahaan, kerugian, bahkan pembayaran pajak bergantung dengan laporan keuangan [8].

Ada beberapa jenis laporan keuangan di setiap perusahaan. Hal ini karena dalam bisnis ada banyak jenis transaksi yang dilakukan sehingga laporan keuangan perusahaan memiliki banyak jenis sesuai dengan jenis transaksi yang dilakukan. Berikut ini adalah jenis-jenis laporan keuangan dalam perusahaan:

1. Laporan Laba Rugi

   Laporan laba rugi digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui bagaimana posisi keuangan laba dan rugi perusahaan. Laporan keuangan perusahaan jenis laporan laba rugi yang dibuat untuk perusahaan merupakan acuan untuk kondisi perusahaan dan pengambilan langkah dan keputusan selanjutnya bagi pemimpin perusahaan [8].

   Terdapat beberapa komponen yang perlu diperhatikan saat pembuatan laporan laba rugi untuk laporan keuangan perusahaan seperti pendapatan, baik operasional maupun non operasional, beban pinjaman, beban pajak, laba rugi perusahaan dan biaya operasional. Komponen laporan laba rugi mencakup laporan laba rugi dari

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

aktivitas perusahaan, laba rugi yang didapat dari afiliasi, dan laba rugi saat periode berjalan [8].

2. Laporan Arus Kas

Jenis laporan keuangan perusahaan selanjutnya adalah laporan arus kas yang juga disebut sebagai *cash flow* perusahaan. Laporan arus kas merupakan dokumen penting perusahaan yang didalamnya berisi laporan arus transaksi masuk dan keluar perusahaan. Laporan tersebut terdiri dari transaksi dalam periode tertentu [8].

Jenis laporan keuangan perusahaan ini sangatlah penting bagi perusahaan karena digunakan sebagai indikator laporan arus kas di periode-periode mendatang. Selain itu laporan arus kas menjadi dokumen penting untuk pertanggung jawaban transaksi masuk dan keluar dari perusahaan. Sumber laporan arus kas bermacam-macam, misalnya dari hasil kegiatan operasional perusahaan, kas perusahaan, hingga pendanaan atau pinjaman yang didapat oleh perusahaan [8].

3. Laporan Perubahan Modal

Laporan keuangan perusahaan berikutnya adalah jenis laporan perubahan modal yang digunakan untuk melakukan pelaporan jika terdapat perubahan modal dalam perusahaan yang terjadi pada periode tertentu. Pengertian laporan perubahan modal berisi tentang besarnya perubahan modal keuangan yang terjadi. Sehingga dapat memiliki gambaran terhadap perencanaan perusahaan kedepan [8].

4. Laporan Neraca

Neraca atau yang bisa juga disebut sebagai *balance sheet* dalam istilah akuntansi, merupakan sebuah laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan kondisi, informasi, dan posisi keuangan suatu bisnis dalam periode tertentu. Laporan neraca sangat penting bagi perusahaan agar bisa merencanakan proyek kedepan [8].

5. Laporan untuk Laporan Keuangan

Laporan ini dibuat untuk menyajikan laporan keuangan yang bertujuan agar penjelasan laporan keuangan lebih terperinci dan lebih detail saat dibaca. Dengan menyusun laporan atas laporan keuangan tentunya akan memudahkan pembaca mengetahui informasi penting dalam laporan keuangan [8].

2.4.1 Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah salah satu metode analisa keuangan yang digunakan sebagai indikator penilaian perkembangan perusahaan. Setiap kebijakan perusahaan yang menyangkut dengan keuangan sebaiknya diputuskan berdasarkan rasio keuangan. Hal

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

tersebut dimaksudkan agar setiap keputusan yang dibuat dalam hal keuangan, tidak salah langkah [9].

Kesalahan menentukan keputusan, akan berakibat pada kerugian. Pertimbangan keputusan yang dikeluarkan dengan berdasar pada rasio keuangan merupakan langkah yang bijak. Pasalnya, manajemen bisa memprediksi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan demikian, lebih tahu langkah apa saja yang harus dilakukan agar perusahaan dapat bertahan [9].

Rasio keuangan tidak dapat berfungsi jika berdiri sendiri, terdapat istilah analisis rasio keuangan untuk mengetahui apa makna dari angka-angka rasio tersebut. Analisis rasio keuangan adalah teknik evaluasi kinerja keuangan perusahaan dengan membandingkan data yang terdapat dalam laporan keuangan, seperti neraca dan laporan laba rugi. Rasio ini mengukur berbagai aspek keuangan, seperti likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan efisiensi operasional [9].

Fungsi dari analisis rasio keuangan adalah untuk membantu pemangku kepentingan, seperti manajemen, investor, dan kreditur, dalam memahami posisi keuangan perusahaan dan memantau kinerja dari waktu ke waktu. Analisis rasio keuangan bermanfaat untuk meliputi identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, peningkatan pengambilan keputusan, dan penilaian kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial serta mencapai tujuan jangka panjang [9].

Fungsi dari rasio keuangan:

1. Mengetahui Optimalisasi Keuangan

   Optimalisasi keuangan yaitu suatu analisa rasio keuangan untuk melihat penggunaan keuangan yang lebih optimal. Dengan penggunaan keuangan yang jelas. Termasuk diantaranya apabila terjadi kecurangan dalam laporan keuangan, atau penggunaan yang keuangan yang tidak efisien [9].

2. Melihat Efektivitas Manajemen Operasional

   Manajemen operasional meliputi penggunaan biaya, dan efektivitas penggunaan keuangan untuk operasional perusahaan. Oleh sebab itu, mengacu pada rasio tersebut dapat melihat seberapa efektif kinerja manajemen operasional dalam penggunaan biaya untuk kegiatan operasional [9].

3. Melihat Optimalisasi Penggunaan Aktiva

   Aktiva merupakan hal yang tidak kalah pentingnya untuk dievaluasi mengenai penggunaannya. Besaran aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, menjadikan bahan

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

pertimbangan manajemen perusahaan untuk memutuskan kebijakan. Sehingga dari rasio tersebut bisa diketahui optimalisasi penggunaannya [9].

4. Melihat Tingkat Kesehatan Keuangan dalam Perusahaan

Kesehatan keuangan perusahaan berarti selalu mendapatkan laba dari setiap aktivitas bisnisnya. Dengan demikian, bisa diketahui tingkat kesehatan keuangan berdasarkan rasio tersebut. Sehingga dapat dianalisis seberapa lama perusahaan dapat tetap bertahan dan berkembang [9].

5. Acuan Untuk Menganalisa Kemampuan Perusahaan Untuk Berkembang

Pengembangan bisnis seringkali dilakukan oleh sebuah perusahaan agar perusahaan tersebut dapat terus bertahan. Pengembangan bisnis, meliputi pendirian cabang, perluasan wilayah pemasaran, peluncuran produk baru. Semua itu diperlukan analisa keuangan yang lebih seksama, agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan [9].

2.4.2 Jenis Perhitungan Rasio Keuangan

Berikut adalah jenis-jenis rasio keuangan [16]:

1. Rasio Profitabilitas

a. *Gross Profit Margin*

Untuk melihat perbandingan laba kotor dengan penjualan. Semakin besar rasionya, maka semakin sehat keuangan dalam sebuah perusahaan.

$$Laba\ Kotor = \frac{\text{Pendapatan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}\ x\ 100\%$$

b. *Net Profit Margin*

Seberapa besar perbandingan rasio laba operasional perusahaan terhadap penjualan, dapat menggunakan metode ini. Sehingga dapat diketahui, efektivitas penjualan terhadap laba operasional.

$$Laba\ Bersih = \frac{Laba\ Bersih}{\text{Penjualan}} x100\%$$

c. *Return On Investment*

Digunakan untuk menganalisa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba terhadap investasi yang dilakukan.

$$ROI = \frac{Laba\ Bersih\ setelah\ Pajak}{\text{Total Aset}}\ x\ 100\%$$

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

2. Rasio Likuiditas

a. *Current Ratio*

Dipakai untuk menganalisa kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban lancarnya.

$$Rasio\ Lancar = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} x100\%$$

Dengan demikian, dapat diketahui besaran aktiva yang dapat digunakan untuk membayar hutang.

b. *Quick Ratio*

Memprediksi dan menganalisa seberapa besar kemampuan perusahaan dalam melunasi total kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan metode yang lebih cepat, dengan tidak memasukan nilai persediaan.

$$Rasio\ Cepat = \frac{Aset - Persediaan}{Hutang\ Lancar} x100\%$$

Dengan demikian dapat diketahui struktur keuangan yang sehat atau tidak dari kemampuannya untuk membayar hutang.

c. *Cash Ratio*

Digunakan sebagai perbandingan kas dan aktiva lancar dengan kewajiban lancar.

$$Rasio\ Cepat = \frac{Kas + Bank}{Hutang\ Lancar} x100\%$$

Aktiva setara kas adalah jenis aktiva yang bisa dengan cepat untuk diuangkan.

3. Rasio Solvabilitas

a. Pendekatan Aktiva

Analisa dana yang berasal dari hutang. Semakin kecil nilai persentasenya, maka memiliki keuangan yang semakin besar.

$$Terhadap\ Aktiva = \frac{Liabilitas\ Perusahaan}{Aset\ Perusahaan} x100\%$$

b. Pendekatan Modal

Untuk menganalisa jumlah hutang dengan perbandingan modal. Disarankan besarnya jumlah hutang tidak melebihi nilai modal itu sendiri. Dengan demikian, semakin kecil perhitungan persentase dari rumus tersebut, semakin menunjukan nilai keuangan yang sehat.

$$Terhadap\ Modal = \frac{Liabilitas\ Perusahaan}{Ekuitas\ Pemegang\ Saham} x100\%$$

4. Rasio Aktivitas

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

a. Perputaran Piutang

Digunakan untuk menghitung jumlah piutang yang beredar. Semakin besar jumlah piutang yang beredar, semakin baik nilai keuangan.

$$Perputaran\ Piutang = \frac{Penjualan\ Perusahaan}{Rata - rata\ Piutang} x100\%$$

b. Metode Persediaan

Kegunaannya untuk menghitung penjualan dengan pendekatan persediaan. Semakin tinggi nilai rasionya, maka semakin menunjukan pengelolaan persediaan yang semakin baik.

$$Perputaran\ Persediaan = \frac{Penjualan\ Perusahaan}{Aktiva\ Tetap} x100\%$$

c. Perputaran Total Aktiva

Untuk melihat perbandingan penjualan dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Aktiva yang dimaksud terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap atau keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan.

$$Perputaran\ Total\ Aktiva = \frac{Penjualan\ Perusahaan}{Total\ Aktiva} x100\%$$

2.4.3 Contoh Studi Kasus Perhitungan Rasio Keuangan

Berikut adalah contoh perhitungan pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2022 [21]:

1. Rasio Likuiditas
   a. *Current Ratio*

$$Rasio\ Lancar = \frac{54.876.668}{30.725.942} x100\% = 1{,}8\ kali$$

Rasio ini menunjukkan bahwa untuk setiap 1 unit kewajiban lancar, perusahaan memiliki 1,8 unit aset lancar.

   b. *Quick Ratio*

$$Rasio\ Cepat = \frac{54.876.668 - 16.517.373}{30.725.942} x100\% = 1{,}2\ kali$$

Rasio ini mengukur likuiditas tanpa memperhitungkan persediaan, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki 1,2 unit aset lancar yang dapat segera digunakan untuk memenuhi kewajiban.

   c. *Cash Ratio*

$$Rasio\ Kas = \frac{25.945.916 + 1.627.501}{30.725.942} x100\% = 90\%$$

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki 90% dari kewajiban lancar yang dapat ditutupi dengan kas dan setara kas.

2. Rasio Profitabilitas
   a. *Gross Profit Margin*

$$Laba\ Kotor = \frac{110.830.272 - 76.858.593}{110.830.272} x\ 100\% = 31\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa 31% dari pendapatan adalah laba kotor setelah dikurangi biaya barang yang terjual.

   b. *Net Profit Margin*

$$Laba\ Bersih = \frac{6.066.373}{110.830.272} x100\% = 5{,}4\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa 5,4% dari pendapatan adalah laba bersih setelah semua biaya dan pajak.

   c. *Retur on Investment*

$$ROI = \frac{6.066.373}{86.810.262} x100\% = 69\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan laba bersih sebesar 69% dari total investasi yang dilakukan.

3. Rasio Solvabilitas
   a. Pendekatan Aktiva

$$Terhadap\ Aktiva = \frac{180.433.300}{86.810.262} x100\% = 21\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa 21% dari total aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin rendah rasio ini, semakin baik posisi solvabilitas perusahaan, karena menunjukkan ketergantungan yang lebih rendah pada utang.

   b. Pendekatan Modal

$$Terhadap\ Modal = \frac{190.433.300}{93.623.038} x100\% = 190\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa total aktiva perusahaan adalah 190% dari total modal. Ini berarti perusahaan memiliki lebih banyak aset dibandingkan dengan modal yang dimiliki, yang dapat menunjukkan kekuatan finansial, tetapi juga bisa menunjukkan ketergantungan yang tinggi pada utang.

4. Rasio Aktivitas
   a. Perputaran Piutang

$$Perputaran\ Piutang = \frac{74.491}{937.832} x100\% = 10\ kali$$

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengumpulkan piutang sebanyak 10 kali dalam satu periode. Semakin tinggi rasio ini, semakin efisien perusahaan dalam mengelola piutang.

b. Metode Persediaan

$$Metode\ Persediaan = \frac{110.830.272}{16.517.373} x100\% = 6{,}7\ kali$$

Rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menjual persediaan sebanyak 6,7 kali dalam satu periode. Rasio yang lebih tinggi menunjukkan efisiensi yang lebih baik dalam mengelola persediaan.

c. Total Aktiva

$$Total\ Aktiva = \frac{110.830.272}{86.810.262} x100\% = 1{,}27\ kali$$

Rasio ini menunjukkan bahwa untuk setiap 1 unit kewajiban, perusahaan memiliki 1,27 unit aset. Ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak aset dibandingkan dengan kewajiban yang harus dipenuhi, yang merupakan indikasi positif dari kesehatan finansial perusahaan.

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.