

## BAB II KAJIAN LITERATUR

### 2.1 Perkembangan dan Tantangan Sistem *E-Ticketing* Konser

Perkembangan *platform* digital telah mengubah cara hiburan didistribusikan dan dikonsumsi, termasuk sistem penjualan beli tiket konser yang kini beralih ke *e - ticketing* (tiket elektronik). Penelitian yang mengembangkan sistem *e-ticketing* untuk konser menunjukkan bahwa penggunaan *e - ticketing* dengan fitur seperti nomor kursi dan kode QR dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan penonton serta mengurangi antrean fisik pada hari acara. Namun, hal ini memerlukan perhatian lebih terhadap aspek keamanan, integrasi pembayaran, dan kemampuan sistem untuk menangani permintaan (*ticket-rush*) [5].

Selain aspek teknis, isu penipuan tiket digital dan praktik calo *online* menjadi masalah penting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen. Kajian hukum terhadap penipuan transaksi digital dan penerapan hukum menunjukkan perlunya mekanisme verifikasi transaksi serta perlindungan konsumen yang lebih baik, termasuk penerapan UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen dalam kasus penipuan tiket *online*. Hal ini menjadi alasan kuat bagi *platform e - ticketing* untuk menerapkan fitur verifikasi seperti kode QR unik satu kali pakai [6].

### 2.2 Startup

Perkembangan *startup* digital di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Banyaknya *startup* yang muncul dan besarnya dana yang didapat menunjukkan bahwa sektor ini mempunyai peluang besar untuk memperkuat perekonomian digital Nasional. Beberapa hal seperti meningkatnya akses ke internet, kemudahannya menggunakan teknologi digital, serta adanya dukungan dari inkubator bisnis dan ekosistem pendukung juga membantu mempercepat pertumbuhan ini. Menurut Padli dkk. (2024), kesuksesannya *startup* di Indonesia sangat bergantung pada bantuan yang diberikan melalui program inkubasi berbasis teknologi informasi. Program tersebut memberikan akses ke dana, bimbingan dari mentor yang berpengalaman, jaringan bisnis yang luas, dan infrastruktur yang memadai. Selain itu, dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan, serta kerja sama dengan lembaga pendidikan dan penelitian juga menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pertumbuhan *startup* [7].

Kesuksesan *startup* tidak hanya bergantung pada kemampuan mengembangkan inovasi teknologi, tetapi juga pada strategi bisnis yang dapat beradaptasi serta kemauan untuk bereksperimen dengan model bisnis yang fleksibel. Penelitian ini juga menemukan bahwa kerja sama antara *startup* dan industri dapat meningkatkan daya saing melalui pertukaran pengetahuan, akses ke pasar, serta bantuan dari sumber daya yang ada. Selain itu, kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan pasar (*product - market fit*) menjadi faktor penting yang menentukan kelangsungan hidup *startup* di tengah persaingan yang semakin tinggi. Oleh karena itu, pengembangan *startup* digital di Indonesia memerlukan pendekatan yang menyeluruh, yang mencakup kompetensi teknologi, strategi bisnis, dukungan dari ekosistem, serta kebijakan publik yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis digital [8].

### 2.3 Business Plan

Perencanaan bisnis adalah proses yang dilakukan secara teratur untuk menentukan tujuan bisnis dan cara mencapainya dengan jelas dan terarah. Perencanaan bisnis berfungsi sebagai panduan strategi yang membantu pengusaha memutuskan arah, fokus, serta langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai kesuksesan bisnis di masa depan. Dalam konteks *startup* digital, perencanaan bisnis tidak hanya mencakup hal-hal biasa seperti keuangan, pemasaran, dan operasional, tetapi juga mencakup strategi digital, model bisnis berbasis *platform*, serta analisis data pengguna untuk mendorong pengambilan keputusan yang didasarkan pada data.

Rencana bisnis dijelaskan lebih jauh sebagai dokumen manajerial yang menjelaskan visi, misi, tujuan, strategi, serta rencana operasional bisnis dalam waktu tertentu. Dokumen ini berfungsi sebagai peta jalan yang memberikan arahan bagi pengusaha dalam mengelola sumber daya, mengantisipasi risiko, serta mengidentifikasi peluang pasar yang ada. Selain itu, rencana bisnis juga menjadi alat komunikasi penting untuk meyakinkan investor, lembaga keuangan, dan mitra strategis tentang kelayakan serta potensi kesuksesan bisnis yang dijalankan.

Inti dari perencanaan bisnis adalah kemampuan memberikan arah yang jelas bagi organisasi dan memastikan setiap keputusan diambil berdasarkan analisis yang mendalam dan realistis. Rencana bisnis yang bagus harus mencakup beberapa elemen utama, seperti analisis pasar untuk memahami kebutuhan pelanggan, strategi pemasaran untuk menjangkau target pasar, rencana keuangan yang menunjukkan proyeksi pendapatan dan biaya, serta

strategi digital yang mendukung efisiensi operasional dan inovasi produk. Dengan demikian, perencanaan bisnis bukan hanya sebagai alat administratif, tetapi juga merupakan kerangka strategi yang sangat penting dalam memastikan bisnis tetap bertahan dan kompetitif di tengah era digital [9].

### 2.3.1 Manfaat *Business Plan*

Beberapa manfaat utama penyusunan *business plan* antara lain [10]:

1. Menentukan Arah dan Tujuan Bisnis yang Jelas  
Dengan membuat rencana bisnis, seorang wirausaha dapat menentukan secara jelas visi, misi, tujuan, dan tujuan bisnisnya. Dokumen ini menjadi panduan untuk mengarahkan semua aktivitas dan keputusan yang dilakukan agar selaras dengan target jangka panjang perusahaan. Hal ini sangat penting agar bisnis berjalan secara proaktif, bukan reaktif, serta agar semua pihak yang terlibat memahami arah bisnis dari awal.
2. Memberikan Dasar untuk Pengambilan Keputusan yang Terstruktur  
Rencana bisnis memungkinkan wirausaha menganalisis pasar, pesaing, peluang, dan risiko secara lengkap. Dengan demikian, keputusan strategi seperti memilih sasaran pasar, mengembangkan produk, metode pemasaran, maupun struktur biaya dapat diambil lebih rasional dan didasarkan pada data. Dengan adanya kerangka perencanaan ini, kemungkinan pengambilan keputusan impulsif atau tidak terstruktur dapat dikelola dengan lebih baik.
3. Meningkatkan Kepercayaan Pihak Eksternal  
Rencana bisnis yang lengkap dan profesional membantu wirausaha meyakinkan investor, lembaga keuangan, mitra strategis, maupun pihak yang berkepentingan bahwa bisnisnya layak dijalankan. Dokumen ini menunjukkan bahwa wirausaha memiliki kesiapan dan pemahaman yang matang mengenai bisnis, mulai dari operasional hingga keuangan. Hal ini meningkatkan peluang mendapatkan dana, mitra, atau dukungan lainnya.
4. Membantu Mengawasi dan Menerangi Kinerja Bisnis  
Dengan menetapkan tujuan, indikator, dan rencana aksi melalui rencana bisnis, perusahaan pun memiliki acuan konkret untuk menilai perkembangan bisnisnya. Jika hasil aktual menyimpang dari target yang telah ditentukan, wirausaha dapat melakukan strategi penyesuaian atau tindakan perbaikan secara cepat. Dengan

demikian, rencana bisnis bukan sekedar dokumen awal, tetapi juga alat manajemen yang terus berkembang.

#### 5. Membantu Antisipasi Perubahan dan Risiko Bisnis

Dalam buku Yudawisastra dkk., menyebutkan bahwa perencanaan bisnis juga mencakup identifikasi risiko, skenario alternatif, serta strategi untuk mengatasinya. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih siap menghadapi kondisi pasar, perubahan teknologi, atau tantangan operasional. Kemampuan untuk merencanakan berbagai skenario dan cadangan strategi meningkatkan ketahanan bisnis di tengah lingkungan yang terus berubah.

### 2.3.2 Komponen *Business Plan*

Menurut Turrahmah *Buku Technology Entrepreneurship: Taking Innovation to the Marketplace* ada beberapa komponen *Business Plan* yaitu [11]:

#### 1. *Executive Summary*

*Executive summary* merupakan bagian pembuka dalam business plan yang berfungsi sebagai ringkasan komprehensif dari keseluruhan rencana bisnis. Bagian ini mencakup poin-poin utama seperti deskripsi usaha, produk atau jasa yang ditawarkan, target pasar, keunggulan kompetitif, strategi pemasaran, serta gambaran proyeksi keuangan.

#### 2. *Description of the Venture* (Deskripsi Usaha)

Deskripsi usaha menjelaskan secara rinci mengenai konsep bisnis yang akan dijalankan. Bagian ini mencakup jenis usaha, latar belakang pendirian, visi dan misi perusahaan, serta tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Selain itu, bagian ini juga menguraikan nilai utama (*value proposition*) yang ditawarkan kepada pelanggan. *Value proposition* merupakan alasan utama mengapa konsumen memilih produk atau jasa yang ditawarkan dibandingkan dengan kompetitor. Dengan demikian, deskripsi usaha harus mampu menjelaskan secara jelas identitas bisnis serta relevansinya terhadap kebutuhan pasar.

#### 3. *Market Analysis* (Analisis Pasar)

Analisis pasar merupakan salah satu komponen paling krusial dalam *business plan* karena berfungsi untuk menunjukkan bahwa bisnis memiliki peluang yang nyata di pasar. Bagian ini meliputi identifikasi target pasar, segmentasi pasar, analisis kebutuhan dan perilaku konsumen, serta analisis kompetitor.

#### 4. *Product or Service Plan*

Bagian ini menjelaskan secara detail mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis. Penjelasan mencakup fitur utama, manfaat yang diberikan kepada pelanggan, serta keunggulan dibandingkan produk pesaing.

Selain itu, bagian ini juga dapat mencakup tahap pengembangan produk, mulai dari ide awal, prototipe, hingga produk siap dipasarkan. Dalam bisnis berbasis teknologi, penting untuk menjelaskan tingkat inovasi serta bagaimana produk tersebut memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada di pasar.

#### 5. *Marketing dan Market Entry Strategy*

Strategi pemasaran dan *market entry strategy* menjelaskan bagaimana bisnis akan memasuki pasar dan menarik pelanggan. Bagian ini mencakup penentuan posisi pasar (*positioning*), strategi promosi, serta saluran distribusi yang digunakan.

Selain itu, *market entry strategy* juga menjelaskan langkah awal yang akan dilakukan untuk memperoleh pelanggan pertama, seperti penggunaan media sosial, kolaborasi, atau promosi khusus. Strategi ini penting untuk memastikan bahwa produk tidak hanya tersedia, tetapi juga dikenal dan digunakan oleh pasar.

#### 6. *Business Model*

*Business model* menjelaskan bagaimana bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai ekonomi. Secara sederhana, *business model* menggambarkan bagaimana bisnis menghasilkan pendapatan.

*Business model* yang jelas sangat penting karena menunjukkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Tanpa model bisnis yang tepat, suatu usaha berisiko tidak mampu menghasilkan keuntungan meskipun memiliki produk yang baik.

#### 7. *Operations Plan*

*Operations plan* menjelaskan bagaimana bisnis dijalankan secara operasional sehari-hari. Bagian ini mencakup proses produksi atau pelayanan, penggunaan teknologi, manajemen sumber daya, serta alur kerja bisnis.

#### 8. *Management dan Organization*

Bagian ini menjelaskan struktur organisasi serta tim yang terlibat dalam menjalankan bisnis. Penjelasan meliputi peran dan tanggung jawab masing-masing anggota tim, latar belakang pendidikan atau pengalaman, serta keahlian yang dimiliki.

Dalam konteks kewirausahaan, keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh ide, tetapi juga oleh kualitas tim yang menjalankannya. Oleh karena itu, bagian ini

bertujuan untuk menunjukkan bahwa bisnis didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan mampu menjalankan strategi yang telah direncanakan .

#### 9. *Financial Plan*

Tujuan dari *financial plan* adalah untuk menunjukkan kelayakan finansial dari bisnis yang direncanakan. Dengan adanya proyeksi keuangan, pemilik bisnis maupun investor dapat menilai potensi keuntungan serta risiko yang mungkin dihadapi.

#### 10. *Funding Requirements*

Bagian ini menjelaskan kebutuhan pendanaan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Informasi yang disajikan meliputi jumlah dana yang dibutuhkan, alokasi penggunaan dana, serta jangka waktu penggunaan dana tersebut.

#### 11. *Value Chain Analysis*

*Value chain analysis* digunakan untuk menganalisis rangkaian aktivitas bisnis yang menciptakan nilai bagi pelanggan. Aktivitas tersebut meliputi:

1. Pengadaan bahan atau sumber daya
2. Proses produksi
3. Distribusi
4. Pemasaran
5. Layanan purna jual

#### 12. *Contingency Plan*

*Contingency plan* merupakan rencana alternatif yang disusun untuk menghadapi risiko dan ketidakpastian dalam bisnis. Risiko tersebut dapat berupa perubahan pasar, kegagalan produk, masalah operasional, maupun faktor eksternal lainnya.

### 2.4 Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah cara untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam konteks strategi sebuah organisasi. Tujuan utama dari analisis ini adalah membantu perusahaan memahami tempatnya di pasar serta merancang strategi yang inovatif berdasarkan kondisi yang ada di dalam dan luar perusahaan. Selain itu, analisis SWOT juga digunakan untuk meningkatkan kekuatan dan peluang sekaligus mengurangi kelemahan serta ancaman, sehingga dapat menghasilkan strategi yang realistis serta mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis [12].

#### 2.4.1 Faktor Analisa SWOT

Faktor–faktor yang mempengaruhi Analisa SWOT, antara lain [13]:

### 1. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Faktor pertama yang mempengaruhi analisis SWOT adalah strategi pengembangan SDM. Anggreani menyebutkan bahwa pengembangan SDM adalah proses perencanaan yang bertujuan meningkatkan kualitas, kompetensi, dan loyalitas karyawan agar sejalan dengan visi perusahaan. SDM yang berkualitas akan memperkuat faktor kekuatan (*Strengths*) perusahaan karena menjadi penggerak utama seluruh fungsi bisnis. Analisis SWOT juga dapat digunakan untuk merancang strategi pengembangan talenta (*talent acquisition strategy*) yang efektif, agar meningkatkan produktivitas dan keunggulan kompetitif perusahaan.

### 2. Strategi Bisnis

Faktor kedua adalah strategi bisnis, yang terkait dengan kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan internal dan eksternal untuk menentukan arah jangka panjang organisasi. Strategi bisnis yang kuat akan memperkuat elemen peluang (*Opportunities*) dan membantu perusahaan meminimalkan ancaman (*Threats*) dengan memanfaatkan peluang pasar. Dalam konteks ini, analisis SWOT digunakan sebagai dasar dalam menyusun rencana pengembangan bisnis, penentuan posisi kompetitif, serta penyesuaian produk atau layanan agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Setelah mendapatkan hasil analisis SWOT, perusahaan dapat menyusun rencana implementasi, alokasi sumber daya, dan menetapkan target yang spesifik dan terukur.

### 3. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Faktor ketiga yang mempengaruhi SWOT adalah strategi MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia). Strategi MSDM adalah rangkaian proses yang dirancang untuk mengintegrasikan kebutuhan individu dan tujuan organisasi agar tercapai keselarasan dalam operasional perusahaan. Penerapan strategi MSDM yang tepat akan membantu organisasi mengatasi kelemahan internal, seperti rendahnya produktivitas atau rendahnya semangat kerja. Selain itu, strategi manajemen SDM memungkinkan perusahaan menyiapkan tenaga kerja yang inovatif, adaptif, dan kompeten dalam menghadapi tantangan eksternal yang bisa menjadi ancaman bagi kehancuran bisnis.

## Faktor Internal dan Eksternal dalam Analisis SWOT

Faktor – faktor dalam analisis SWOT dibagian menjadi dua kelompok utama, yaitu [13]:

1. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam perusahaan. Faktor ini meliputi SDM, dana, teknologi, serta sistem pengelolaan yang mempengaruhi jalannya perusahaan.
2. Faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang datang dari luar, seperti situasi pasar, kebijakan pemerintah, kemajuan teknologi, serta persaingan di industri.

#### 2.4.2 Elemen Analisa SWOT

Elemen analisis SWOT untuk *startup* digital terdiri dari empat komponen utama yang mengevaluasi faktor internal dan eksternal. Analisis ini membantu *startup* memahami posisinya di pasar dan merumuskan strategi untuk bertumbuh [14].

##### 1. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan merupakan faktor internal positif yang memberikan keunggulan bagi *startup*. Elemen ini dapat dikendalikan dan dioptimalkan oleh perusahaan.

- a. Tim yang solid, yaitu tim dengan keterampilan, pengalaman, dan visi yang kuat.
- b. Produk unik, yaitu produk atau layanan yang inovatif dan memiliki nilai jual unik (*unique selling proposition*) yang membedakan dari pesaing.
- c. Modal awal yang kuat, yaitu dukungan finansial yang memadai dari pendiri atau investor awal.
- d. Fleksibilitas dan adaptasi cepat, yaitu kemampuan untuk berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren pasar yang berubah dengan cepat.
- e. Merek yang kuat, yaitu reputasi merek yang baik, meskipun masih baru, yang menciptakan loyalitas pelanggan.

##### 2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal negatif yang dapat menghambat kinerja atau pertumbuhan *startup*. Penting untuk mengidentifikasi area ini agar bisa diperbaiki.

Keterbatasan sumber daya, yaitu kekurangan dana, tim yang kecil, atau kurangnya sumber daya teknis.

- a. Kurangnya pengalaman, yaitu tim yang belum berpengalaman dalam menjalankan bisnis atau menghadapi persaingan.
- b. Jalur distribusi terbatas, yaitu keterbatasan dalam menjangkau pelanggan, terutama bagi *startup* yang baru memulai.

- c. Ketegantungan pada pendiri, yaitu ketergantungan yang berlebihan pada satu atau dua pendiri, yang bisa menjadi risiko jika mereka keluar.
- d. Nilai jual tidak jelas, yaitu kurangnya diferensiasi produk yang jelas dibandingkan dengan pesaing.

### 3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh *startup* untuk meningkatkan kinerja. Elemen ini berada di luar kendali perusahaan, tetapi dapat dimanfaatkan dengan strategi yang tepat.

- a. Tren pasar baru, yaitu perubahan perilaku konsumen atau tren industri yang dapat dimanfaatkan oleh *startup*.
- b. Pasar yang belum terjamah, yaitu menemukan atau memasuki ceruk pasar yang belum banyak dilayani oleh pesaing.
- c. Perkembangan teknologi dan kemajuan teknologi baru yang dapat diintegrasikan untuk meningkatkan produk atau layanan.
- d. Kemitraan strategis memiliki potensi kolaborasi dengan perusahaan lain untuk memperluas jangkauan atau sumber daya.
- e. Peningkatan pendanaan karena adanya sumber pendanaan baru atau minat dari investor.

### 4. *Threats* (Ancaman)

- a. Kompetisi ketat karena adanya banyak pesaing, baik yang sudah mapan maupun sesama *startup*.
- b. Perubahan ekonomi, yaitu kondisi ekonomi yang memburuk, seperti resesi, yang dapat menurunkan daya beli konsumen.
- c. Teknologi asing, yaitu munculnya teknologi baru yang dapat membuat produk atau layanan *startup* menjadi usang.
- d. Kejenuhan pasar, yaitu pasar yang sudah terlalu ramai dengan pemain serupa.

## 2.4.3 Strategi Analisa SWOT

Strategi analisa SWOT digunakan sebagai dasar untuk memformulasikan berbagai strategi. Faktor internal perusahaan adalah *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan), sedangkan faktor eksternal adalah *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) [14].

Kombinasi dari faktor-faktor ini ini menghasilkan empat jenis strategi:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal Perusahaan untuk meraih peluang eksternal.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini bertujuan mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada.

3. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi atau menghindari ancaman eksternal.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

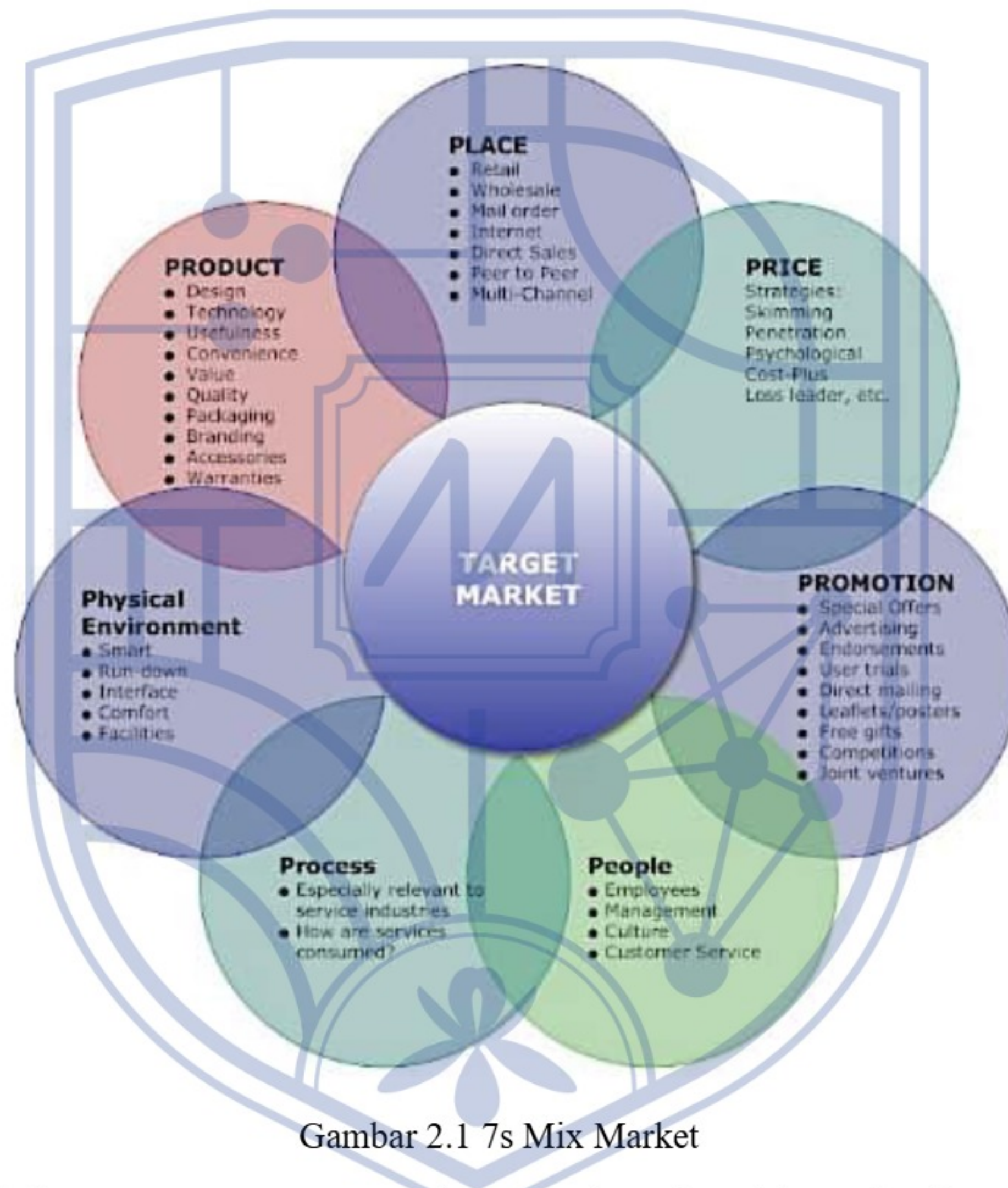
Ini adalah strategi defensif yang bertujuan mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal [15]

Tabel 2. 1 Contoh Tabel SWOT

|                             | <i>Strenghts</i>                                                                                                                                                                                            | <i>Weaknesses</i>                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>Opportunities</i></b> | Strategi S-O:<br>1. Menggunakan biji kopi berkualitas.<br>2. Menawarkan promo musiman untuk menarik pelanggan.<br>3. Mengembangkan layanan pesaan antar <i>online</i> .<br>4. Meningkatkan brand awareness. | Strategi W-O:<br>1. Melatih karyawan untuk meningkatkan pelayanan.<br>2. Meningkatkan variasi menu minuman dan makanan ringan.<br>3. Memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan menu baru.                                                             |
| <b><i>Threats</i></b>       | Strategi S-T:<br>1. Membangun loyalitas pelanggan dengan program member baru.<br>2. Menjaga kualitas rasa dan pelayananan.<br>3. Menawarkan suasana tempat yang nyaman dan estetik.                         | Strategi W-T:<br>1. Mengatur keuangan secara efisien untuk menghadapi fluktuasi harga bahan baku.<br>2. Menyusun strategi promosi yang hebat biaya namun efektif.<br>3. Meningkatkan perawatan fasilitas agar tetap menarik di Tengah ketatnya persaingan. |

## 2.5 Marketing Mix

*Marketing mix* dalam *startup* merupakan konsep fundamental dalam pemasaran yang digunakan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran dengan elemen-elemen yang dapat dikendalikan perusahaan guna memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai target pasar secara efektif. Konsep ini biasanya terdiri dari beberapa elemen utama yang dikenal sebagai 4P (*product, price, place, promotion*) dan dalam konteks *startup*, bisa dikembangkan menjadi 7P atau lebih, menyesuaikan dengan kebutuhan bisnis yang lebih kompleks seperti *people, process, dan physical evidence* [16] [17] [18].



Dalam *startup*, penerapan *marketing mix* berarti produk atau jasa harus dirancang memenuhi kebutuhan pengguna, harga ditentukan sesuai nilai yang diterima konsumen, distribusi harus mudah diakses, dan promosi harus efektif untuk membujuk calon pembeli. Elemen tambahan seperti orang (*people*), proses, dan bukti fisik (*physical evidence*) juga sangat penting untuk memperkuat strategi pemasaran *startup*, terutama jasa dan produk inovatif.

### 1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar atau konsumen dengan tujuan untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk menjadi elemen yang sangat penting karena secara langsung memengaruhi keberhasilan suatu bisnis dalam memperoleh keuntungan dan mempertahankan posisi di pasar.

a. Menentukan Logo dan Motto

Logo merupakan identitas visual yang menjadi ciri khas suatu produk, sedangkan motto mencerminkan visi dan misi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Keduanya berfungsi sebagai alat komunikasi untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan membangun citra positif.

b. Menciptakan Merek (*Branding*)

Merek berperan penting dalam membedakan produk dari pesaing. Merek yang kuat mampu menimbulkan kesan mendalam dan menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, merek harus dibuat menarik, mudah diingat, dan mencerminkan kualitas serta nilai produk tersebut.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat atau nilai yang diterima dari suatu produk atau jasa. Dalam konteks pemasaran, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra produk dan keputusan pembelian konsumen. Penetapan harga harus dilakukan dengan memperhatikan daya beli konsumen, kondisi pasar, serta strategi kompetitor. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat beli, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menurunkan persepsi kualitas dan mengurangi keuntungan. Dalam *marketing mix*, strategi harga mencakup harga dasar, potongan harga, sistem pembayaran, serta kebijakan diskon atau promo tertentu yang dapat menarik perhatian konsumen.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen serta membujuk mereka agar tertarik melakukan pembelian. Strategi promosi yang baik akan membantu meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat citra merek.

4. *Place* (Tempat/Lokasi)

Tempat berkaitan dengan bagaimana dan di mana produk atau jasa disalurkan hingga sampai ke tangan konsumen. Strategi distribusi yang tepat akan mempermudah

konsumen dalam memperoleh produk serta memperluas jangkauan pasar. Perusahaan perlu memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau serta memanfaatkan saluran distribusi modern seperti *platform* digital dan layanan pengantaran *online*. Dengan demikian, produk dapat tersalurkan dengan efisien, cepat, dan tepat sasaran.

5. *People* (Orang)

*People* merujuk pada individu yang terlibat dalam proses penyediaan produk atau jasa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Elemen ini mencakup seluruh sumber daya manusia yang berinteraksi dengan pelanggan, seperti karyawan, staf layanan, dan manajemen perusahaan. Peran manusia sangat penting karena sikap, kemampuan, dan kinerja karyawan secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Karyawan yang memiliki etika kerja baik, tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, serta mampu memberikan pelayanan yang ramah akan menciptakan citra positif bagi perusahaan.

6. *Physical Environment* (Lingkungan Fisik)

*Physical environment* merupakan unsur yang memberikan bukti nyata atas keberadaan produk atau jasa serta menjadi nilai tambah bagi konsumen dalam menilai kualitas pelayanan. Elemen ini mencakup segala bentuk lingkungan fisik tempat terjadinya interaksi antara penyedia jasa dan konsumen, serta hal-hal yang dapat dilihat, dirasakan, atau dialami secara langsung oleh pelanggan.

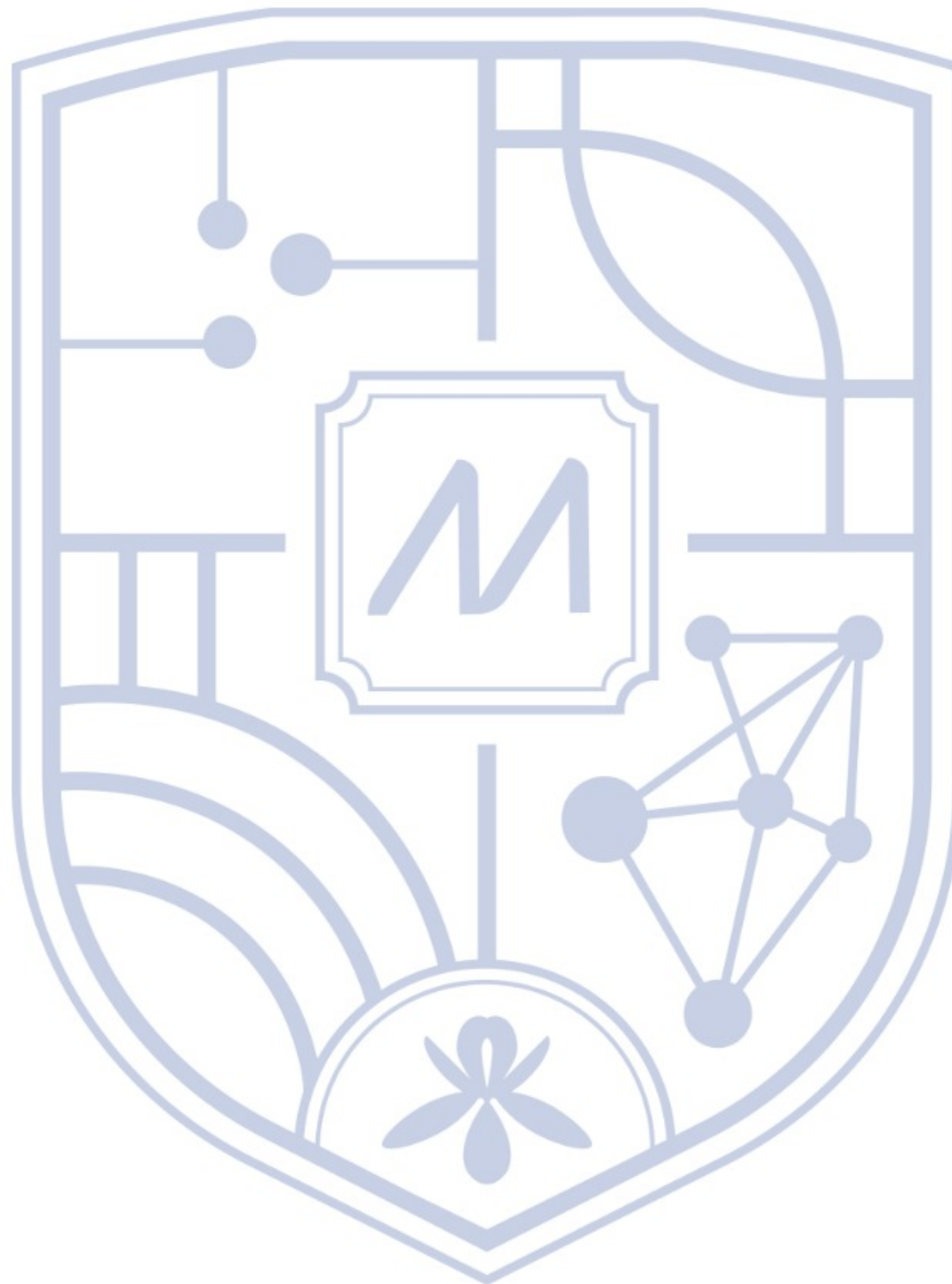
Lingkungan fisik meliputi fasilitas seperti bangunan, interior, logo, peralatan, perlengkapan, hingga atribut visual lain yang mencerminkan identitas perusahaan. Suasana tempat yang nyaman, tata ruang yang rapi, dan pencahayaan yang baik dapat menciptakan *mood* positif bagi pelanggan dan meningkatkan pengalaman mereka selama menggunakan layanan.

7. *Process* (Proses)

*Process* adalah serangkaian aktivitas atau mekanisme yang mencakup seluruh tahapan dalam penyampaian produk atau jasa kepada konsumen. Elemen ini menjelaskan bagaimana perusahaan mengatur dan menjalankan alur pelayanan, mulai dari pemesanan, pengolahan, hingga produk diterima oleh pelanggan.

Proses yang efisien, cepat, dan terstandar akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat citra profesionalisme perusahaan. Selain itu, keterlibatan

karyawan dalam setiap tahapan proses juga menjadi faktor penentu keberhasilan, karena mereka merupakan penggerak utama dalam menjalankan operasional bisnis.



## 2.6 Process Mapping

*Process mapping* merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan dan memahami alur kegiatan dalam suatu sistem atau organisasi. Melalui pemetaan ini, setiap tahapan proses diidentifikasi secara rinci untuk mengetahui efektivitas pelaksanaannya serta menemukan bagian-bagian yang tidak efisien atau berpotensi menimbulkan hambatan. Hasil pemetaan kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun proses baru yang lebih optimal dan selaras dengan tujuan organisasi. Dengan demikian, *process mapping* berfungsi sebagai alat bantu analitis dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja proses bisnis [19].

Dalam konteks industri manufaktur, *process mapping* sering diaplikasikan melalui pendekatan *Value Stream Mapping* (VSM), yaitu teknik visual yang memetakan seluruh aliran proses produksi mulai dari penerimaan bahan baku hingga produk akhir. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi terhadap aktivitas yang bernilai tambah (*value added*) dan yang tidak bernilai tambah (*non-value added*), sehingga pemborosan (*waste*) dapat diminimalkan. Selain itu, penggunaan VSM juga membantu organisasi dalam membandingkan kondisi aktual proses produksi dengan kondisi yang diharapkan melalui tahapan *Current State Mapping* dan *Future State Mapping*. Proses ini bertujuan untuk menciptakan sistem produksi yang lebih efisien, terstandar, serta mendukung peningkatan.

Peta kondisi saat ini (*current state map*) maupun peta kondisi masa depan (*future state map*) dalam *Value Stream Mapping* (VSM) terdiri atas tiga komponen utama, yaitu [20]:

1. Aliran proses produksi atau aliran material

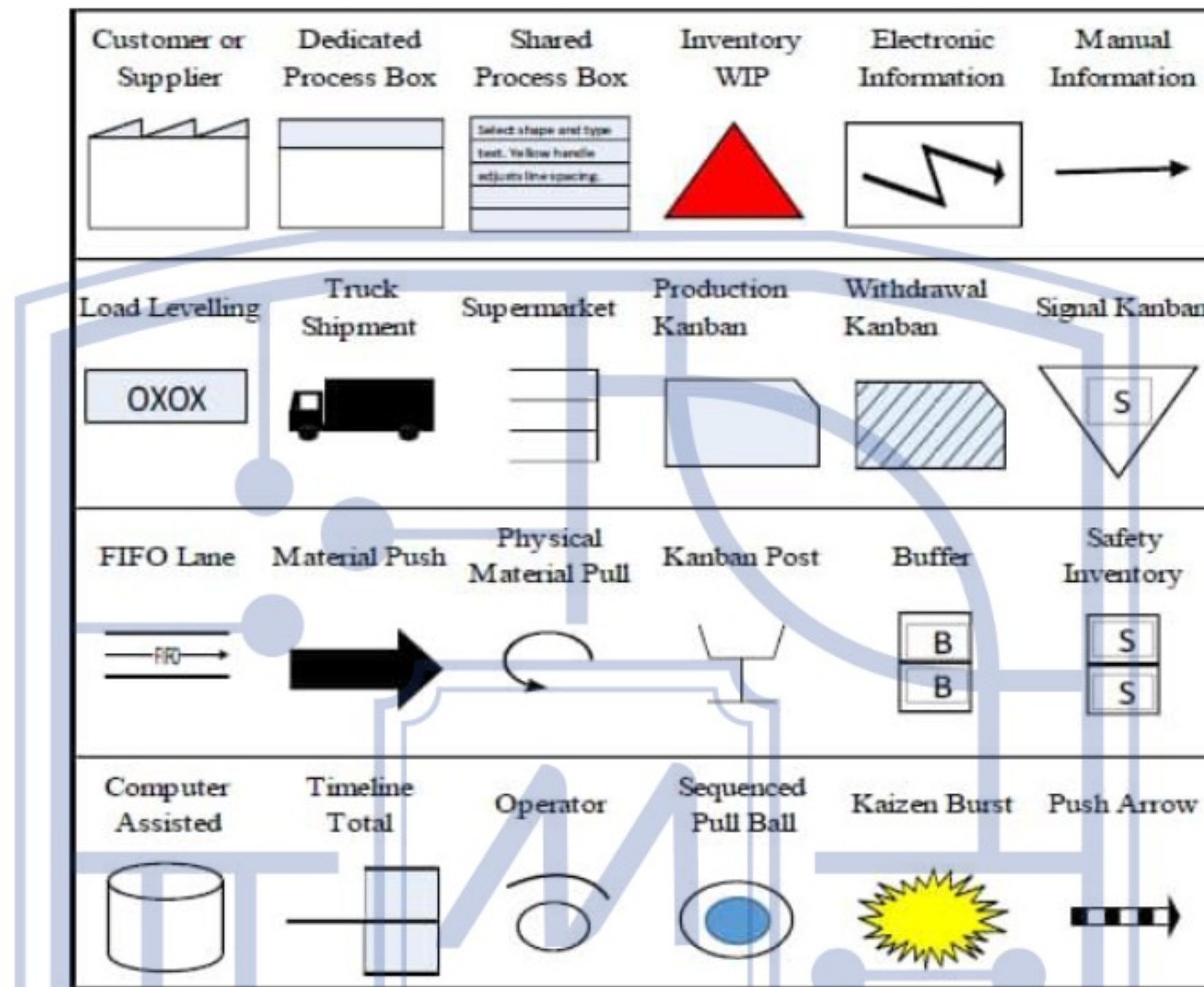
Aliran proses atau material umumnya digambarkan berada di antara aliran informasi dan garis waktu (*timeline*). Representasi aliran proses biasanya disusun dari kiri ke kanan. Subproses atau aktivitas turunan serta proses yang berjalan secara paralel ditampilkan dengan simbol yang seragam di bawah aliran utama. Melalui aliran proses ini, dapat diidentifikasi proses yang memiliki subtask maupun proses yang berlangsung secara paralel dengan proses lainnya.

2. Aliran komunikasi atau informasi

Aliran informasi dalam umumnya terletak pada bagian atas peta. Komponen ini menggambarkan seluruh bentuk komunikasi dan informasi, baik yang bersifat formal maupun informal, yang terjadi sepanjang *value stream*. Dengan adanya aliran informasi

ini, dapat diidentifikasi aliran komunikasi yang tidak memberikan nilai tambah (*non-value added*) terhadap produk.

### 3. Garis waktu atau jarak tempuh (*timeline*)



Gambar 2. 2 Contoh Simbol VSM

Pada bagian bawah VSM biasanya terdapat serangkaian garis yang mengandung informasi penting dalam VSM tersebut dan biasa disebut sebagai *timelines*. Kedua garis dalam *timelines* ini digunakan sebagai dasar perbandingan dari *improvement* yang akan diimplementasikan. Garis yang pertama yang berada disebelah atas disebut sebagai *Production Lead Time (PLT)/Process Lead Time/lead time*.

Penyusunan *process mapping* dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis yang bertujuan untuk memahami, menganalisis, dan memperbaiki proses bisnis maupun operasional secara menyeluruh. Tahapan tersebut meliputi [21] :

#### 1. Identifikasi proses yang akan dipetakan

Langkah pertama adalah menentukan proses yang relevan untuk dianalisis, terutama yang memiliki pengaruh terhadap pencapaian tujuan organisasi. Proses ini mencakup aktivitas utama seperti pelayanan pelanggan, pengadaan barang, maupun kegiatan administratif lain yang signifikan bagi kinerja organisasi atau perusahaan.

## 2. Pendokumentasian elemen penting proses

Setelah proses yang akan di petakan ditentukan, tahap berikutnya adalah mendokumentasikan titik awal dan akhir dari setiap proses, serta seluruh aktivitas yang terjadi diantaranya. Pada tahap ini peneliti juga menandai decision point atau titik pengambilan Keputusan yang dapat mempengaruhi arah proses berikutnya.

## 3. Pengumpulan informasi lapangan

Proses ini dilakukan dengan melakukan observasi langsung terhadap aktivitas lapangan atau dengan mengumpulkan informasi dari pihak yang terlibat dalam proses tersebut. Tujuannya adalah memperoleh data yang akurat mengenai cara kerja actual agar hasil pemetaan merepresentasikan kondisi sebenarnya.

## 4. Pelibatan pihak terkait dan pemangku kepentingan

Dalam penyusunan peta proses, diperlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak, seperti manajer, karyawan, maupun pemangku kepentingan lain. Masukan dari mereka dibutuhkan untuk mengidentifikasi aktivitas yang tidak efisien, redundan, atau tidak memberi nilai tambah, sehingga hasil pemetaan menjadi lebih komprehensif.

## 5. Visualisasi proses melalui diagram alir (*flowchart*)

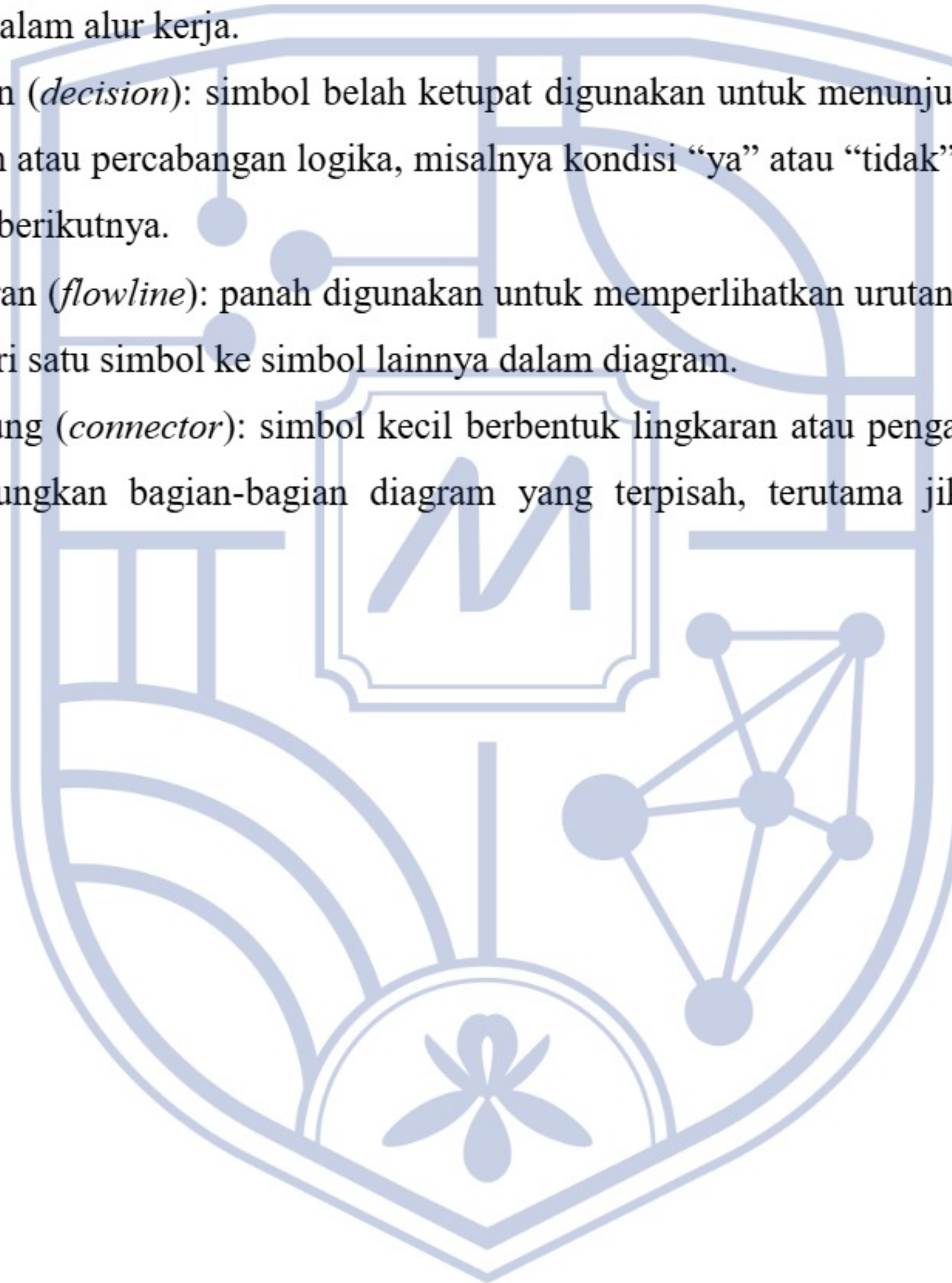
Tahap akhir dilakukan dengan menggambarkan hasil pemetaan ke dalam bentuk visual, seperti *flowchart* atau peta aliran proses. Diagram ini digunakan untuk memperjelas urutan kegiatan, hubungan antarbagian, serta titik Keputusan yang ada. Visualisasi ini membantu organisasi dalam memahami alur proses secara menyeluruh dan menjadi dasar perancangan perbaikan berkelanjutan.

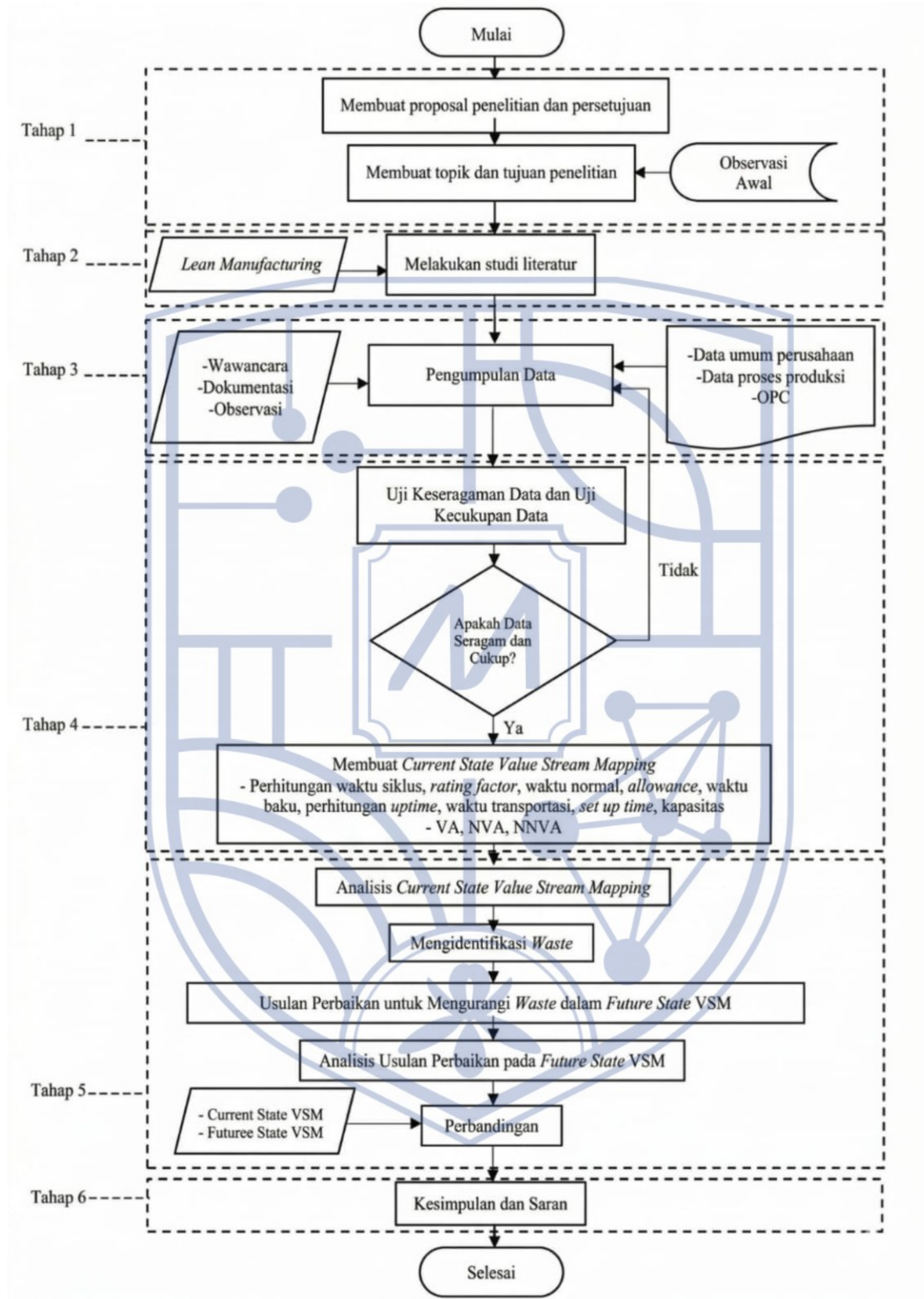
Dalam *process mapping*, digunakan berbagai simbol untuk menggambarkan langkah-langkah proses, keputusan, penyimpanan data, dokumen, maupun aktivitas manual. Setiap simbol memiliki fungsi visual yang membantu memahami urutan dan keterkaitan antarproses. Simbol-simbol ini memudahkan pengguna dalam mengidentifikasi area yang perlu perbaikan dan memastikan semua aktivitas tercatat secara sistematis.

*Process mapping* juga berfungsi sebagai representasi grafis yang dapat digunakan lintas disiplin, termasuk di bidang layanan kesehatan, manufaktur, dan administrasi. Dengan penggunaan simbol-simbol yang baku, diagram alir dapat mempermudah komunikasi antarbagian organisasi dan memperjelas titik pengambilan keputusan serta alur tanggung jawab antarunit [22].

Berikut beberapa simbol utama dan maknanya:

1. *Terminator* (oval): simbol berbentuk oval digunakan untuk menandai awal dan akhir suatu proses dalam diagram alir. Biasanya diberi label *start* untuk memulai dan *end* untuk mengakhiri langkah kerja.
2. *Process Step* (persegi panjang): simbol persegi panjang menunjukkan tahapan kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dalam sistem. Setiap kotak merepresentasikan satu langkah spesifik dalam alur kerja.
3. Keputusan (*decision*): simbol belah ketupat digunakan untuk menunjukkan pengambilan keputusan atau percabangan logika, misalnya kondisi “ya” atau “tidak” yang menentukan arah alur berikutnya.
4. Arah Aliran (*flowline*): panah digunakan untuk memperlihatkan urutan langkah atau arah proses dari satu simbol ke simbol lainnya dalam diagram.
5. Penghubung (*connector*): simbol kecil berbentuk lingkaran atau pengait berfungsi untuk menghubungkan bagian-bagian diagram yang terpisah, terutama jika alur berpindah halaman.





Gambar 2. 3 Contoh Diagram Alir Penelitian

## 2.7 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan sumber informasi utama yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi keuangan, kinerja, serta perubahan kondisi keuangan suatu entitas pada periode tertentu. Secara umum, laporan keuangan disusun untuk memenuhi kebutuhan informasi baik pihak internal maupun eksternal perusahaan. laporan keuangan berfungsi sebagai dasar informasi bagi berbagai pihak dalam proses pengambilan keputusan ekonomi, termasuk evaluasi terhadap keberhasilan dan risiko usaha [23].

Bagi pihak internal, laporan keuangan menjadi alat penting untuk mengukur kinerja operasional, menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan, serta sebagai dasar penyusunan rencana dan pengendalian anggaran. Sementara itu, bagi pihak eksternal, laporan keuangan menggambarkan kondisi finansial perusahaan yang dapat digunakan untuk menilai potensi investasi, kelayakan kredit, dan prospek pertumbuhan jangka panjang. Selain itu, karakteristik kualitatif laporan keuangan sangat menentukan sejauh mana informasi di dalamnya dapat digunakan secara efektif oleh para pengguna [24].

### 2.7.1 Pihak Pengguna Laporan Keuangan

Pengguna laporan keuangan dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu pihak internal dan pihak eksternal, masing-masing dengan tujuan dan kepentingan yang berbeda dalam memanfaatkan informasi keuangan [25][26].

#### 1. Pihak Internal

##### a. Manajemen Perusahaan

Manajemen menggunakan laporan keuangan sebagai alat untuk menilai kinerja operasional dan keuangan perusahaan, serta sebagai dasar dalam membuat keputusan strategis. Laporan keuangan membantu manajemen dalam memantau pendapatan, biaya, serta efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki.

##### b. Karyawan

Karyawan memanfaatkan laporan keuangan untuk memahami stabilitas dan keberlanjutan perusahaan tempat mereka bekerja. Informasi keuangan ini penting dalam menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan kesejahteraan, seperti gaji,

bonus, maupun program pengembangan karier. Selain itu, laporan keuangan mencerminkan akuntabilitas manajemen terhadap pengelolaan keuangan Perusahaan.

## 2. Pihak eksternal

### a. Pemilik (*Owner*)

Pemilik perusahaan menggunakan laporan keuangan untuk menilai hasil kinerja manajemen dalam mengelola aset dan sumber daya yang telah dipercayakan. Melalui laporan keuangan, pemilik dapat mengetahui sejauh mana strategi perusahaan berhasil meningkatkan profitabilitas dan menjaga posisi keuangan yang sehat.

### b. Investor

Investor menggunakan laporan keuangan untuk menilai prospek dan kelayakan perusahaan sebagai objek investasi. laporan keuangan membantu investor menilai potensi laba, risiko, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas di masa depan.

### c. Kreditur

Kreditur memanfaatkan laporan keuangan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya. Rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas dalam laporan keuangan menjadi indikator utama bagi kreditur untuk menentukan tingkat risiko pinjaman dan kebijakan pemberian kredit.

### d. Pemerintah dan Lembaga Regulator

Pemerintah menggunakan laporan keuangan untuk menilai kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perpajakan dan kebijakan ekonomi. Laporan ini juga menjadi dasar dalam penyusunan kebijakan fiskal dan pengawasan terhadap aktivitas ekonomi nasional.

## 2.7.2 Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan lengkap terdiri atas lima jenis, yaitu laporan laba rugi, laporan posisi keuangan (neraca), laporan arus kas, laporan perubahan modal, dan catatan atas laporan keuangan. Setiap jenis laporan memiliki fungsi spesifik yang saling melengkapi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi keuangan perusahaan [24][25][27].

### 1. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi menggambarkan hasil usaha perusahaan selama periode tertentu dengan menunjukkan besarnya pendapatan, beban, serta laba atau rugi bersih yang

- diperoleh. Laporan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada manajemen, pemilik, dan pihak lain mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.
2. Laporan Posisi Keuangan (Neraca)  
Laporan neraca atau laporan posisi keuangan menunjukkan keadaan aset, kewajiban, dan ekuitas suatu perusahaan pada akhir periode akuntansi. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi mengenai sumber daya ekonomi yang dimiliki entitas serta kewajiban yang harus dipenuhi kepada pihak lain.
  3. Laporan Arus Kas  
Laporan arus kas menyajikan informasi tentang penerimaan dan pengeluaran kas selama periode tertentu. Tujuannya adalah untuk membantu pengguna laporan memahami kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas dan menggunakannya untuk kegiatan operasional, investasi, dan pendanaan di masa mendatang.
    - a. Aktivitas Operasional, yaitu arus kas dari kegiatan utama seperti penjualan, pembayaran bunga, pajak, dan gaji.
    - b. Aktivitas Investasi, yaitu arus kas dari pembelian atau penjualan aset tetap dan investasi lainnya.
    - c. Aktivitas Pendanaan, yaitu arus kas dari aktivitas yang mengubah struktur modal seperti penerbitan saham atau pembayaran utang.
  4. Laporan Keuangan Modal  
Laporan perubahan modal menggambarkan pergerakan ekuitas pemilik selama periode akuntansi. Laporan ini menunjukkan besarnya saldo modal awal, tambahan investasi, distribusi laba (*dividen*), serta laba atau rugi bersih yang memengaruhi modal akhir perusahaan.
  5. Catatan atas Laporan Keuangan  
Catatan atas laporan keuangan berisi penjelasan tambahan yang mendukung pemahaman terhadap laporan utama (neraca, laba rugi, arus kas, dan perubahan modal).

Catatan ini menjelaskan metode akuntansi yang digunakan, rincian akun-akun penting, serta informasi lain yang tidak disajikan langsung di laporan utama.

08.58 25 March, 2014

**Dagang Distribusi**  
**Buku Besar - Mutasi**  
Wednesday, January 01, 2014 - Friday, January 31, 2014

| 1100-00-020 Kas |    |          |                                                    |                |                 |
|-----------------|----|----------|----------------------------------------------------|----------------|-----------------|
| Tanggal         | Tp | No. Ref. | Keterangan                                         | Debet          | Kredit Saldo    |
| Saldo Awal:     |    |          |                                                    |                |                 |
| 1/7/2014        | CD | CD000001 | Pengeluaran, Umum untuk Bulan Desember 2013        | 3,000,000.00   | 500,000,000.00  |
|                 | CD | CD000002 | Pengeluaran, Aldira Makmur Pembelian Air Can       | 2,500,000.00   | 497,500,000.00  |
| 1/8/2014        | CD | CD000004 | Pengeluaran, Umum: Pembelian Meja Rapat dan Kinter | 10,000,000.00  | 487,500,000.00  |
|                 | CD | CD000005 | Vilma                                              |                | 484,500,000.00  |
| 1/15/2014       | SI | 00000004 | Pengeluaran, Umum                                  | 293,000,000.00 | 191,500,000.00  |
| 1/17/2014       | PI | 00000003 | Pembelian, Persida                                 | 22,000,000.00  | 169,500,000.00  |
| 1/21/2014       | SI | 00000005 | Pembelian, Aldira Makmur                           | 16,570,000.00  | 152,930,000.00  |
|                 | CD | CD000003 | Pengeluaran, Mahanga                               | 7,281,750.00   | 145,648,250.00  |
| 1/24/2014       | SI | 00000006 | Pengeluaran, Umum                                  | 500,000.00     | 145,148,250.00  |
| 1/30/2014       | CR | CR000004 | Pembelian, Perhai Agung                            | 8,500,000.00   | 136,648,250.00  |
|                 | CR | CR000004 | Penerimaan dari Persida                            | 390,000.00     | 137,038,250.00  |
| Saldo Awal:     |    |          |                                                    | 500,000,000.00 |                 |
| Saldo Akhir:    |    |          |                                                    | 212,601,750.00 |                 |
|                 |    |          |                                                    | Total:         | 38,171,750.00   |
|                 |    |          |                                                    | Mutasi:        | -287,598,250.00 |

| 1200-00-010 Bank |    |          |                                |                |                |
|------------------|----|----------|--------------------------------|----------------|----------------|
| Tanggal          | Tp | No. Ref. | Keterangan                     | Debet          | Kredit Saldo   |
| Saldo Awal:      |    |          |                                |                |                |
| 1/10/2014        | CR | CR000002 | Penerimaan, Alam Sejahtera     | 10,000,000.00  | 200,000,000.00 |
| 1/14/2014        | CR | CR000001 | Penerimaan dari Adiraja        | 2,500,000.00   | 210,000,000.00 |
| 1/15/2014        | GI | TRANS    | Transfer Bank ke Bank ABC      |                | 21,250,000.00  |
| 1/20/2014        | PI | 00000004 | Pembelian, Alam Sejahtera      | 90,000,000.00  | 122,500,000.00 |
| 1/29/2014        | CD | CD000006 | Pengeluaran, Umum              | 5,390,000.00   | 117,110,000.00 |
| 1/30/2014        | PI | 00000005 | Pembelian, Tuan Agung          | 550,000.00     | 116,560,000.00 |
|                  | SI | 00000002 | Pembelian, Perhai Agung        | 462,000.00     | 116,098,000.00 |
|                  | SI | 00000002 | Pembelian, Perhai Agung        | 4,400,000.00   | 120,498,000.00 |
| 1/31/2014        | CR | CR000002 | Penerimaan dari Adiraja        | 4,400,000.00   | 124,898,000.00 |
|                  | CR | CR000002 | Penerimaan, Umum               | 5,600,000.00   | 130,498,000.00 |
|                  | CD | CD000007 | Adiraja, Kredit dari: 00000002 | 100,000.00     | 130,398,000.00 |
|                  | CD | CD000008 | Persida, Kredit dari: 00000003 | 100,000.00     | 130,298,000.00 |
|                  | CD | CD000016 | Pengeluaran, Umar              | 5,000.00       | 130,293,000.00 |
|                  | CD | CD000016 | Pengeluaran, Umar              | 4,000,000.00   | 126,293,000.00 |
| Saldo Awal:      |    |          |                                | 200,000,000.00 |                |
| Saldo Akhir:     |    |          |                                | 221,993,000.00 |                |
|                  |    |          |                                | Total:         | 122,500,000.00 |
|                  |    |          |                                | Mutasi:        | 21,993,000.00  |

| 1200-00-021 Bank ABC |    |          |                           |               |               |
|----------------------|----|----------|---------------------------|---------------|---------------|
| Tanggal              | Tp | No. Ref. | Keterangan                | Debet         | Kredit Saldo  |
| Saldo Awal:          |    |          |                           |               |               |
| 1/15/2014            | GI | TRANS    | Transfer Bank ke Bank ABC | 90,000,000.00 | 90,000,000.00 |
| Saldo Awal:          |    |          |                           | 90,000,000.00 |               |
| Saldo Akhir:         |    |          |                           | 90,000,000.00 |               |
|                      |    |          |                           | Total:        | 90,000,000.00 |
|                      |    |          |                           | Mutasi:       | 90,000,000.00 |

Halaman: 1

Gambar 2. 4 Laporan Keuangan

### 2.7.3 Manfaat Laporan Keuangan

Manfaat laporan keuangan antara lain:

#### 1. Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan

Laporan keuangan membantu pemilik, manajer, dan investor menentukan langkah bisnis: ekspansi, efisiensi biaya, pembelian aset, dll.

#### 2. Menilai Kinerja dan Kondisi Keuangan Perusahaan

Digunakan untuk mengevaluasi profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan efektivitas operasional.

#### 3. Menarik Investor dan kreditor

Investasi dan pinjaman bank biasanya mengandalkan laporan keuangan untuk menilai risiko dan prospek perusahaan.

#### 4. Alat Pertanggungjawaban (*Accountability*)

Perusahaan wajib mempertanggungjawabkan penggunaan dana kepada pemilik, pemerintah, dan publik.

5. Memudahkan Perencanaan dan Pengendalian

Perusahaan bisa menentukan anggaran, target pendapatan, serta mengontrol pos-pos biaya.

6. Menilai Kemampuan Perusahaan dalam Memenuhi Kewajiban

Melalui laporan arus kas dan neraca, pemilik bisa tahu apakah perusahaan mampu membayar utang atau tidak.

7. Menjadi Dasar Penilaian Pajak

Laporan keuangan digunakan oleh pemerintah sebagai dasar perhitungan pajak perusahaan.

8. Meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan Publik

Laporan yang transparan bikin perusahaan dipercaya konsumen, investor, dan mitra [28].

Jenis dan contoh laporan keuangan [29] :

1. Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)

Laporan laba rugi menggambarkan pendapatan dan beban yang terjadi selama satu periode akuntansi. Melalui laporan ini, dapat diketahui apakah perusahaan memperoleh laba atau mengalami kerugian. Laporan laba rugi mencatat perbandingan antara pendapatan dan pengeluaran, yang menjadi ukuran utama dalam menilai kinerja finansial suatu usaha.

Contoh isi laporan laba rugi:

|                                                  |                |                |
|--------------------------------------------------|----------------|----------------|
| <u>Pendapatan Penjualan</u>                      |                |                |
| Penjualan Bersih                                 |                | Rp 825.000.000 |
| Dikurangi: Retur Penjualan dan Pengurangan Harga |                | 35.000.000     |
| Diskon Penjualan                                 |                | 15.000.000     |
| Pendapatan Penjualan Bersih                      |                | Rp 775.000.000 |
| <u>Harga Pokok Penjualan</u>                     |                |                |
| Persediaan Awal                                  | Rp 12.500.000  |                |
| Pembelian                                        | 309.000.000    |                |
| Beban Angkut                                     | 10.000.000     |                |
| Barang Tersedia Untuk Dijual                     | Rp 331.500.000 |                |
| Dikurangi: Persediaan Akhir                      | 16.500.000     |                |
| Harga Pokok Penjualan                            |                | Rp 315.000.000 |
| Laba Kotor                                       |                | Rp 460.000.000 |
| <u>Beban Operasi</u>                             |                |                |
| Beban Penjualan:                                 |                |                |
| Gaji Bagian Penjualan                            | Rp 5.000.000   |                |
| Beban Iklan                                      | 3.000.000      |                |
| lanjutan                                         |                |                |
| Beban Penjualan Lain-Lain                        | 2.000.000      |                |
| Beban Administrasi dan Umum                      |                |                |
| Gaji Karyawan dan Bagian Kantor                  | 10.000.000     |                |
| Beban Asuransi                                   | 1.000.000      |                |
| Beban Penyusutan dan Amortisasi                  | 5.000.000      |                |
| Beban Piutang Tak Tertagih                       | 3.000.000      |                |
| Beban Umum Lainnya                               | 2.000.000      |                |
| Total Beban Operasi                              |                | Rp 31.000.000  |
| Laba Operasi                                     |                | Rp 429.000.000 |
| <u>Pendapatan dan Keuntungan Lain-Lain</u>       |                |                |
| Pendapatan Bunga                                 |                | Rp 15.000.000  |
| Keuntungan Atas Penjualan Investasi              |                | Rp 20.000.000  |
| <u>Beban dan Kerugian Lain-Lain</u>              |                |                |
| Beban Bunga                                      |                | Rp 6.500.000   |
| Kerugian Atas Penjualan Peralatan                |                | Rp 17.000.000  |
| Laba Sebelum Pajak Penghasilan                   |                | Rp 440.500.000 |
| Pajak Penghasilan                                |                | Rp 132.000.000 |
| Laba Bersih                                      |                | Rp 308.500.000 |

Gambar 2. 5 Contoh Laporan Laba Rugi

## 2. Laporan Posisi Keuangan (*Balance Sheet* / Neraca)

Laporan posisi keuangan menunjukkan kondisi aset, kewajiban, dan ekuitas pemilik pada satu titik waktu tertentu. Laporan ini sering disebut sebagai “*snapshot*” dari kondisi keuangan perusahaan karena menggambarkan posisi keuangan secara menyeluruh pada saat tertentu. Neraca harus selalu dalam keadaan seimbang antara total aset dengan total kewajiban dan ekuitas pemilik ( $assets = liabilities + equity$ ).

Contoh isi laporan posisi keuangan:

| PERUMDA AIR MINUM TIRTA MANGUTAMA<br>N E R A C A<br>PER 31 DESEMBER 2022<br>( Dalam Rupiah ) |                        |                                                      |                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------|------------------------|
| KETERANGAN                                                                                   | TAHUN 2022             | KETERANGAN                                           | TAHUN 2022             |
| <b>Aktiva</b>                                                                                |                        | <b>Kewajiban dan Ekuitas</b>                         |                        |
| <b>Aktiva Lancar</b>                                                                         |                        | <b>Kewajiban Lancar</b>                              |                        |
| Kas dan Setara Kas                                                                           | 43.846.027.090         | Utang Usaha Yang Masih Harus Dibayar                 | 4.089.694.553          |
| Deposito                                                                                     | 46.350.000.000         | Utang Pajak                                          | 6.739.544.979          |
| Piutang Langganan Air                                                                        | 25.043.594.850         | Kewajiban Imbalan Pasti Dapenna Pamsi Jangka Pendek  | 5.242.684.356          |
| Piutang Langganan Non Air                                                                    | 69.845.996             | Kewajiban Jangka Pendek Lainnya                      | 19.818.533.412         |
| Piutang Dana Meter                                                                           | 244.739.000            | <b>Jumlah Kewajiban Lancar</b>                       | <b>35.890.457.300</b>  |
| Piutang Beban Tetap Berlangganan                                                             | 1.096.017.000          |                                                      |                        |
| Penyisihan Piutang                                                                           | (3.822.854.229)        | <b>Kewajiban Jangka Panjang</b>                      |                        |
| Tagihan Non Usaha                                                                            | 172.433.060            | Kewajiban Imbalan Pasti Dapenna Pamsi Jangka Panjang | 3.487.357.702          |
| Persediaan                                                                                   | 3.132.988.591          | <b>Jumlah Kewajiban Jangka Panjang</b>               | <b>3.487.357.702</b>   |
| Pembayaran Dimuka                                                                            | 825.166.364            |                                                      |                        |
| Uang Muka Kerja                                                                              | 28.281.180             | <b>Kewajiban Lain - lain</b>                         |                        |
| Uang Muka Pajak                                                                              | -                      | Rupa-rupa Kewajiban Lainnya                          | 22.764.110             |
| <b>Jumlah Aktiva Lancar</b>                                                                  | <b>116.986.238.902</b> | <b>Jumlah Kewajiban Lain-lain</b>                    | <b>22.764.110</b>      |
|                                                                                              |                        |                                                      |                        |
| <b>Aktiva Tetap</b>                                                                          |                        | <b>Ekuitas</b>                                       |                        |
| Harga Perolehan                                                                              | 676.662.890.913        | Penyertaan Pemerintah Pusat                          | 387.452.000            |
| Akumulasi Penyusutan Aktiva Tetap                                                            | (402.546.901.351)      | Penyertaan Pemda Bidang                              | 283.738.167.485        |
| <b>Jumlah Aktiva Tetap</b>                                                                   | <b>274.115.989.562</b> | Cadangan Dana                                        | 76.301.011.749         |
|                                                                                              |                        | Laba Ditahan                                         | 6.398.216.405          |
| <b>Aktiva Lain - lain</b>                                                                    |                        | Kewajiban Imbalan Kerja Dapenna Pamsi                | (8.730.042.058)        |
| Aktiva Tetap dalam Penyelasaan                                                               | 7.799.668.647          | Laba (Rugi) Periode Berjalan                         | 16.398.679.569         |
| Bahan Instalasi                                                                              | 10.496.838.489         | <b>Jumlah Ekuitas</b>                                | <b>374.493.485.150</b> |
| Uang Jaminan Tetap                                                                           | 1.111.780.600          |                                                      |                        |
| Aktiva yang akan Dipergunakan                                                                | 788.526.169            |                                                      |                        |
| Aktiva Tak Berwujud                                                                          | 10.001.146.150         |                                                      |                        |
| Akumulasi Aktiva Tak Berwujud                                                                | (7.406.124.257)        |                                                      |                        |
| <b>Jumlah Aktiva Lain-lain</b>                                                               | <b>22.791.835.798</b>  |                                                      |                        |
| <b>Total Aktiva</b>                                                                          | <b>413.894.064.262</b> | <b>Total Kewajiban dan Ekuitas</b>                   | <b>413.894.064.262</b> |

Gambar 2. 6 Contoh Neraca Saldo

### 3. Laporan Arus Kas (*Statement of Cash Flows*)

Laporan arus kas memberikan informasi tentang penerimaan dan pengeluaran kas selama periode tertentu, yang diklasifikasikan ke dalam tiga aktivitas: operasi, investasi, dan pendanaan. Laporan arus kas membantu menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas, memenuhi kewajiban jangka pendek, serta membiayai pertumbuhan usaha.

Contoh isi laporan arus kas:

| <p style="text-align: center;"><b>RUMAH SAKIT UMUM DAERAH dr. H. SOEWONDO KENDAL</b><br/> <b>LAPORAN ARUS KAS</b><br/> <i>(Metode Tidak Langsung)</i><br/> <b>UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR SAMPAI DENGAN TANGGAL 31 DESEMBER 2019 DAN 2018</b><br/> <i>(disajikan dalam rupiah, kecuali dinyatakan lain)</i></p> |                         |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| URAIAN                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | TAHUN<br>2019           | TAHUN<br>2018           |
| <b>ARUS KAS AKTIVITAS OPERASIONAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                         |
| Surplus / (Defisit) Tahun Berjalan                                                                                                                                                                                                                                                                            | 7.922.252.959           | 2.071.564.160           |
| <i>Penyesuaian atas rekonsiliasi surplus (defisit) menjadi kas dari kegiatan operasional :</i>                                                                                                                                                                                                                |                         |                         |
| Beban Depresiasi Aset Tetap                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 15.001.657.804          | 16.657.108.125          |
| Beban Amortisasi Aset Tidak Berwujud                                                                                                                                                                                                                                                                          | -                       | 230.779.997             |
| Penyisihan Piutang Tak Tertagih                                                                                                                                                                                                                                                                               | 165.733.624             | 97.732.247              |
| Pendapatan Hibah APBD (Alat Kodokteran & Alat Laboratorium)                                                                                                                                                                                                                                                   | -                       | (4.300.465.000)         |
| Pendapatan Hibah APBD (Bangunan Gedung)                                                                                                                                                                                                                                                                       | -                       | (5.074.632.000)         |
| Pendapatan Hibah Non Perorangan                                                                                                                                                                                                                                                                               | 489.900.000             | -                       |
| <i>Perubahan dalam aset dan kewajiban operasi :</i>                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |                         |
| Piutang Pelayanan                                                                                                                                                                                                                                                                                             | (9.056.062.346)         | 659.149.627             |
| Piutang Non Pelayanan                                                                                                                                                                                                                                                                                         | (3.000.000)             | 8.220.000               |
| Persediaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | (164.403.549)           | (873.043.133)           |
| Persediaan Non Medis                                                                                                                                                                                                                                                                                          | -                       | 15.789.941              |
| Aset Lain-lain                                                                                                                                                                                                                                                                                                | -                       | -                       |
| Belanja yang Masih Harus Dibayar                                                                                                                                                                                                                                                                              | 654.578                 | 54.905.368              |
| Pendapatan Diterima Dimuka                                                                                                                                                                                                                                                                                    | -                       | (20.000.000)            |
| Utang Jangka Pendek Lainnya                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2.433.182.507           | (1.607.975.497)         |
| <b>Jumlah Arus Kas Aktivitas Operasional</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>16.789.815.577</b>   | <b>7.919.133.834</b>    |
| <b>ARUS KAS AKTIVITAS INVESTASI</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |                         |
| Peralatan dan Mesin                                                                                                                                                                                                                                                                                           | (6.855.382.391)         | (3.001.764.043)         |
| Gedung dan Bangunan                                                                                                                                                                                                                                                                                           | (31.524.821.384)        | (5.937.864.000)         |
| Konstruksi Dalam Pengerjaan                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 23.297.469.400          | -                       |
| Aset Tetap Lainnya                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 22.629.999              | -                       |
| Jalan, Trigasi dan Jaringan                                                                                                                                                                                                                                                                                   | (3.399.013.372)         | (1.288.301.500)         |
| <b>Jumlah Arus Kas Aktivitas Investasi</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>(18.999.117.748)</b> | <b>(10.227.929.543)</b> |
| <b>ARUS KAS AKTIVITAS PENDANAAN</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |                         |
| Koreksi Ekuitas                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1.124.713.499           | -                       |
| <b>Jumlah Arus Kas Aktivitas Pendanaan</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>1.124.713.499</b>    | <b>-</b>                |
| <b>KENAIKAN (PENURUNAN) KAS BERSIH</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>(1.084.588.671)</b>  | <b>(2.308.795.709)</b>  |
| <b>KAS DAN SETARA KAS AWAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>12.521.779.765</b>   | <b>14.830.575.474</b>   |
| <b>KAS DAN SETARA KAS AKHIR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>11.437.199.993</b>   | <b>12.521.779.765</b>   |

Gambar 2. 7 Contoh Laporan Kas Tidak Langsung

**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH dr. H. SOEWONDO**  
**LAPORAN ARUS KAS**  
*(Metode Langsung)*  
**UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR SAMPAI DENGAN TANGGAL 31 DESEMBER 2019 DAN 2018**  
*(disajikan dalam rupiah, kecuali dinyatakan lain)*

| URAIAN                                              | TAHUN<br>2019          | TAHUN<br>2018           |
|-----------------------------------------------------|------------------------|-------------------------|
| <b>ARUS KAS AKTIVITAS OPERASIONAL</b>               |                        |                         |
| <b>Penerimaan Kas</b>                               |                        |                         |
| - Juka Pelayanan                                    |                        |                         |
| Pasien Umum                                         | 15.291.971.199         | 14.909.208.644          |
| Pasien JKN (BPJS)                                   | 78.395.298.167         | 76.361.578.494          |
| Pasien Jamkesda                                     | 5.418.855.154          | 13.041.005.021          |
| - Pendapatan Kerjasama                              | 1.721.865.028          | 1.534.840.901           |
| - Pendapatan Hibah                                  | 489.800.000            | -                       |
| - Pendapatan Lain Inin                              | 1.283.708.703          | 1.644.034.946           |
| - Pendapatan Alokasi APBD                           |                        |                         |
| Untuk Belanja Pegawai                               | 22.841.819.393         | 21.736.122.896          |
| <b>Jumlah Arus Kas Masuk Aktivitas Operasional</b>  | <b>125.443.325.556</b> | <b>129.828.790.902</b>  |
| <b>Pengeluaran Kas</b>                              |                        |                         |
| - Pembayaran pegawai                                | 31.833.088.143         | 36.188.341.988          |
| - Pembayaran persediaan                             | 30.174.341.870         | 37.771.959.808          |
| - Pembayaran jasa pelayanan                         | 44.119.906.600         | 36.031.082.200          |
| - Pembayaran barang dan jasa                        | 7.229.626.172          | 7.301.718.613           |
| - Pembayaran pemeliharaan                           | 4.983.350.977          | 2.617.006.937           |
| - Pembayaran administrasi kantor                    | 1.493.009.275          | 284.469.150             |
| - Pembayaran langganan daya dan jasa                | 1.593.496.556          | 1.500.168.171           |
| - Pembayaran perjalanan dinas                       | 185.545.050            | 214.620.200             |
| - Pembayaran bunga                                  | -                      | -                       |
| - Pembayaran Operasional Lainnya                    | -                      | 290.000                 |
| <b>Jumlah Arus Kas Kalaor Aktivitas Operasional</b> | <b>121.612.364.555</b> | <b>121.909.657.047</b>  |
| <b>Jumlah Arus Kas dari Aktivitas Operasional</b>   | <b>3.830.961.673</b>   | <b>7.919.133.335</b>    |
| <b>ARUS KAS AKTIVITAS INVESTASI</b>                 |                        |                         |
| <b>Penerimaan Kas</b>                               |                        |                         |
| -                                                   | -                      | -                       |
| <b>Pengeluaran Kas</b>                              |                        |                         |
| - Pembayaran atas tanah                             | -                      | -                       |
| - Pembayaran atas peralatan dan mesin               | 4.007.622.200          | 3.001.764.043           |
| - Pembayaran atas gedung dan bangunan               | 223.361.800            | 5.937.864.000           |
| - Pembayaran atas jalan, Irigasi dan jaringan       | 684.666.565            | 1.288.301.500           |
| <b>Jumlah Arus Kas Kalaor Aktivitas Investasi</b>   | <b>4.915.549.745</b>   | <b>10.227.329.343</b>   |
| <b>Jumlah Arus Kas dari Aktivitas Investasi</b>     | <b>(4.915.549.745)</b> | <b>(10.227.229.945)</b> |
| <b>ARUS KAS AKTIVITAS PENDANAAN</b>                 |                        |                         |
| <b>Jumlah Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan</b>     | <b>-</b>               | <b>-</b>                |
| <b>KENAIKAN (PENURUNAN) KAS BERSHI</b>              | <b>(1.084.588.672)</b> | <b>(2.308.795.708)</b>  |
| <b>KAS DAN SETARA KAS AWAL</b>                      | <b>12.521.779.765</b>  | <b>14.830.575.475</b>   |
| <b>KAS DAN SETARA KAS AKHIR</b>                     | <b>11.437.191.093</b>  | <b>12.521.779.765</b>   |

Gambar 2. 8 Contoh Arus Kas Secara Tidak Langsung

## **2.8 Analisis Rasio Keuangan**

Laporan keuangan yang disajikan secara transparan memperlihatkan tanggung jawab manajemen dalam mengelola sumber daya, sekaligus menjadi bukti akuntabilitas bagi pihak internal dan eksternal. Analisis rasio keuangan bertujuan untuk membantu pengguna laporan keuangan memahami kondisi finansial perusahaan secara komparatif dari waktu ke waktu atau dibandingkan dengan entitas lain. Dengan demikian, rasio keuangan menjadi alat analisis yang penting dalam pengambilan keputusan manajerial, investasi, maupun pembiayaan.

Analisis rasio keuangan dapat digunakan untuk menilai tingkat kesehatan perusahaan melalui pengukuran kinerja keuangan, serta memberikan sinyal dini terhadap potensi masalah keuangan di masa mendatang [30].

### **2.8.1 Tujuan Analisis Rasio Keuangan**

Analisis rasio keuangan bertujuan untuk [31] :

1. Menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas).
2. Mengukur efisiensi penggunaan aset dalam kegiatan operasional.
3. Mengetahui tingkat likuiditas dan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek.
4. Menilai struktur modal dan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka panjang.
5. Membandingkan kinerja keuangan antarperiode atau dengan perusahaan sejenis di industri yang sama.

### **2.8.2 Manfaat Analisis Rasio Keuangan**

Manfaat dari Analisis Rasio Keuangan antara lain [31] :

1. Menilai Kondisi keuangan dan kinerja Perusahaan secara objektif.
2. Mengidentifikasi tren keuangan dan potensi risiko.
3. Membandingkan kinerja Perusahaan dengan pesaing di industri yang sama.
4. Menjadi dasar perencanaan, pengendalian, dan pengambilan Keputusan manajemen.
5. Menyediakan informasi penting bagi investor, kreditur, dan analisis dalam membentuk menentukan strategi investasi dan pembiayaan.

### 2.8.3 Jenis-Jenis Analisis Rasio Keuangan

Ada berbagai jenis-jenis Analisis Rasio Keuangan antara lain [32][33] :

#### 1. Rasio Likuiditas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki.

- a. *Current ratio* = aset lancar ÷ kewajiban lancar. Semakin besar nilainya, semakin baik kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek.
- b. *Quick Ratio (Acid Test)* = (aset lancar – persediaan) ÷ kewajiban lancar. Memberikan gambaran lebih konservatif tanpa menghitung persediaan.
- c. *Cash ratio* = kas + setara kas ÷ kewajiban lancar. Fokus pada kas yang paling likuid. Interpretasi: jika rasio likuiditas di bawah standar (misalnya *current ratio* < 1), maka perusahaan bisa menghadapi masalah likuiditas dan kesulitan membayar utang jangka pendek.

Contoh Rasio Likuiditas:

##### 1. *Current ratio*

Formula:

$$\text{current ratio} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{hutang lancar}} \times 100\%$$

Perhitungan:

$$\text{current ratio} = \frac{\text{Rp 157.952.450}}{\text{Rp 55.691.700}} \times 100\% = 283,62\%$$

Arti/interpretasi: angka 283,62% menunjukkan bahwa setiap Rp 1 utang lancar perusahaan dijamin oleh Rp 2,83 aktiva lancar. Hal ini berarti perusahaan berada dalam kondisi yang sangat likuid dan memiliki kemampuan yang sangat baik untuk melunasi seluruh kewajiban jangka pendeknya.

##### 2. *Quick Ratio*

Formula:

$$\text{quick ratio} = \frac{(\text{aktiva lancar} - \text{persediaan})}{\text{hutang lancar}} \times 100\%$$

Perhitungan:

$$\text{quick ratio} = \frac{(\text{Rp } 157.952.450 - \text{Rp } 74.163.749)}{\text{Rp } 55.691.700} \times 100\% = 150,45\%$$

Arti/interpretasi: angka 150,45% mengindikasikan bahwa setiap Rp 1 utang lancar dijamin oleh Rp 1,50 aktiva yang paling lancar (tanpa mengandalkan penjualan persediaan). Ini menunjukkan perusahaan sangat mampu melunasi utang jangka pendeknya secara instan.

## 2. Rasio Solvabilitas

Rasio yang mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang, serta struktur pendanaan antara utang dan ekuitas.

- Debt to Equity Ratio* (DER) = total utang ÷ total ekuitas. Rasio yang tinggi menunjukkan utang besar dibanding ekuitas.
- Debt to Asset Ratio* (DAR) = total utang ÷ total aset. Mengukur seberapa besar aset dibiayai oleh utang.
- Time Interest Earned* (TIE) = laba sebelum bunga dan pajak ÷ beban bunga. Menunjukkan kemampuan perusahaan membayar bunga.

Contoh Rasio Solvabilitas:

### 1. *Debt Aset Ratio*

Formula:

$$\text{debt to asset ratio} = \frac{\text{total hutang}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

Perhitungan:

$$\text{debt to asset ratio} = \frac{\text{Rp } 55.691.700}{\text{Rp } 157.952.450} \times 100\% = 35,26\%$$

Arti/Interpretasi: angka 35,26% berarti 35,26% dari total aset perusahaan didanai oleh utang, sedangkan sisanya didanai oleh modal sendiri. Rasio yang berada di bawah 50% ini menandakan kondisi perusahaan aman dengan tingkat risiko finansial yang rendah.

### 2. *Debt Equity Ratio*

Formula:

$$\text{debt to equity ratio} = \frac{\text{total hutang}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

Perhitungan:

$$\text{debt to equity ratio} = \frac{\text{Rp 55.691.700}}{\text{Rp 102.260.750}} \times 100\% = 54,46\%$$

Arti/interpretasi: angka 54,46% mengartikan bahwa jumlah utang perusahaan mencapai 54,46% dari total modal sendiri. Hal ini menunjukkan struktur permodalan perusahaan masih aman karena jumlah modal sendiri masih lebih besar daripada jumlah utangnya.

### 3. Rasio Aktivitas

Rasio yang menilai seberapa efektif perusahaan menggunakan aset dan modal kerjanya dalam menghasilkan pendapatan.

- Total Asset Turnover* = penjualan ÷ total aset. Semakin besar, semakin efektif penggunaan aset.
- Inventory Turnover* = harga pokok penjualan ÷ rata-rata persediaan. Menilai kecepatan perputaran persediaan.
- Receivables Turnover* = penjualan kredit ÷ rata-rata piutang. Menilai kecepatan penagihan piutang.

Contoh Rasio Aktivitas:

#### 1. *Inventory Turn Over*

Formula:

$$\text{inventory turn over} = \frac{\text{penjualan}}{\text{rata rata persediaan}}$$

Perhitungan:

$$\text{inventory turn over} = \frac{\text{Rp 523.797.800}}{\text{Rp 74.163.749}} = 7,06$$

Arti/interpretasi: angka 7,06 kali berarti persediaan perusahaan berputar (terjual dan diisi kembali) sebanyak lebih dari 7 kali dalam satu tahun. Ini menunjukkan tingkat perputaran barang cukup baik.

#### 2. *Working capital Turn Over*

Formula:

$$\text{working capital turn over} = \frac{\text{penjualan}}{\text{aktiva lancar}}$$

Perhitungan:

$$\text{working capital turn over} = \frac{\text{Rp 523.797.800}}{\text{Rp 157.952.450}} = 3,32$$

Arti/interpretasi: angka 3,32 kali berarti setiap Rp 1 modal kerja (aktiva lancar) mampu menghasilkan pendapatan penjualan sebesar Rp 3,32. Ini mengukur seberapa efisien aktiva lancar diputar untuk mendatangkan penjualan.

#### 4. Rasio Profitabilitas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari pendapatan, aset, atau ekuitas yang dimilikinya.

- Net Profit Margin* (NPM) = laba bersih ÷ penjualan netto. Mengukur persentase laba dari penjualan.
- Return on Assets* (ROA) = laba bersih ÷ total aset. Menilai efektivitas penggunaan aset.
- Return on Equity* (ROE) = laba bersih ÷ ekuitas pemegang saham. Menilai pengembalian untuk pemilik.

Contoh Rasio Profitabilitas:

##### 1. *Return on Assets* (ROA)

Formula:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

Perhitungan:

$$ROA = \frac{\text{Rp 76.459.550}}{\text{Rp 157.952.450}} \times 100\% = 48,41\%$$

Arti/interpretasi: angka 48,41% berarti dari setiap Rp 1 aset yang dimiliki, perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp 0,48. Ini menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat tinggi dalam mendayagunakan aset untuk meraup keuntungan.

##### 2. *Return on Equity* (ROE)

Formula:

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{modal}} \times 100\%$$

Perhitungan:

$$ROE = \frac{\text{Rp } 76.459.550}{\text{Rp } 102.260.750} \times 100\% = 74,77\%$$

Arti/Interpretasi: Angka 74,77% menunjukkan bahwa setiap Rp 1 modal pemegang saham mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp 0,74. Hal ini sangat menarik bagi pemilik modal/investor karena tingkat pengembaliannya sangat tinggi

