

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengertian Kantin

Kantin adalah fasilitas umum yang digunakan oleh pengunjung sebagai tempat untuk makan, dengan fungsi utama sebagai area jual beli makanan. Selain itu, kantin juga sering berperan sebagai ruang komunikasi, yaitu tempat berkumpul dan berinteraksi antar individu maupun kelompok. Pemanfaatan kantin sebagai ruang komunikasi menciptakan berbagai macam aktivitas pengguna, di mana perbedaan perilaku individu dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun lingkungan sekitar. Selain itu, kantin di lingkungan perguruan tinggi dapat menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa. Melalui keterlibatan dalam kegiatan operasional kantin, mahasiswa berkesempatan untuk mempraktikkan secara langsung berbagai aspek seperti manajemen bisnis, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan keuangan. Pengalaman tersebut berperan dalam membentuk karakter wirausaha yang profesional, beretika, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi [9].

Salah satu manfaat utama keberadaan kantin kampus bagi mahasiswa adalah kemudahan dalam memperoleh makanan dengan harga yang terjangkau. Umumnya, harga makanan di kantin kampus lebih murah dibandingkan dengan di luar lingkungan universitas, sehingga sangat membantu mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial. Kehadiran kantin kampus memungkinkan mahasiswa untuk menikmati makanan bergizi tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

Selain itu, kantin kampus juga berfungsi sebagai tempat yang nyaman untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Di sana, mahasiswa dapat berbincang, berdiskusi, atau sekadar bersantai bersama teman-teman sambil menikmati hidangan. Aktivitas tersebut dapat mempererat hubungan antar mahasiswa, menumbuhkan rasa kebersamaan, serta memperluas jaringan sosial di lingkungan kampus. Lebih dari itu, kantin kampus turut berperan dalam mendukung pola hidup sehat mahasiswa. Dengan menyediakan beragam pilihan menu yang bergizi, kantin membantu mahasiswa menjaga asupan nutrisi yang seimbang. Hal ini berdampak positif pada stamina dan konsentrasi mereka dalam menjalani kegiatan akademik sehari-hari [10].

2.2 Startup

Startup umumnya diasosiasikan dengan bisnis yang sedang dirintis atau berada pada tahap awal perkembangan. Secara umum, istilah ini mengacu pada perusahaan yang baru beroperasi dan sering kali berkaitan dengan bidang teknologi [11]. Startup menurut Rebecca Baldridge, Startup adalah perusahaan rintisan yang berakar pada inovasi, memperbaiki produk yang sudah ada atau menciptakan produk baru di pasar.

Didalam Startup memiliki beberapa karakteristik, yaitu [12]:

1. Inovatif dan Kreatif: selalu melakukan inovasi dan mencari berbagai alternatif baru, serta menunjukkan kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda dari hal-hal yang sudah umum atau *mainstream* di masyarakat.
2. Mengandalkan teknologi dan internet: selalu melakukan inovasi dan mencari berbagai alternatif baru, serta menunjukkan kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda dari hal-hal yang sudah umum atau *mainstream* di masyarakat.
3. Fleksibel dan adaptif: selalu memperhatikan permasalahan yang muncul di masyarakat serta kebutuhan pasar, sehingga keberadaan startup menjadi lebih fleksibel dan terus mengalami pembaruan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada. Dengan demikian, startup mampu menghadirkan solusi dan memenuhi kebutuhan yang sebelumnya belum terpenuhi.

Transformasi digital memberikan peluang bagi startup untuk memperluas pasar dengan lebih cepat, menerapkan model pendapatan yang inovatif, meningkatkan efisiensi biaya, serta memperbaiki kualitas layanan. Kehadiran teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), *big data*, dan *cloud computing* turut mempercepat perubahan dalam model bisnis tersebut [13].

Dalam menjalankan *StartUp* memiliki beberapa faktor keberhasilan, yaitu [14]:

1. Timing yang tepat

Timing adalah pemilihan waktu yang tepat atau dorongan untuk melakukan sesuatu. Waktu adalah faktor utama dalam startup yang telah ditunjukkan oleh sejumlah startup yang sukses (5 Top Indicators for Startup Success, 2017).

2. Tim

Tim merupakan kumpulan individu yang saling berinteraksi dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Setiap anggota memiliki keterampilan yang saling melengkapi

sehingga tercipta sinergi melalui kerja yang terkoordinasi. Hal ini memungkinkan masing-masing anggota memanfaatkan keunggulan mereka sekaligus mengurangi kelemahannya. Dalam tim, penting bagi anggota untuk saling mendukung, menyadari potensi diri, serta menciptakan suasana yang mendorong setiap orang melampaui batas kemampuannya.

3. Ide yang cemerlang

Ide merupakan hasil pemikiran yang bernilai, mengandung pandangan, refleksi, serta wawasan yang mendalam. Keberadaan ide memiliki peran yang sama pentingnya dengan pelaksanaan rencana. Tanpa adanya ide yang didasari oleh analisis mendalam, wawasan luas, dan data yang akurat, proses eksekusi tidak akan berjalan optimal maupun menghasilkan output yang diharapkan. Startup pada dasarnya berdiri di atas landasan inovasi dan keunikan.

4. Model Bisnis

Model bisnis adalah suatu metode yang diterapkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasional bisnisnya untuk memperoleh pendapatan dan menjaga keberlangsungan usahanya.

5. Funding

Funding dapat diartikan sebagai proses pengumpulan atau penggalangan dana. Secara sederhana, pemilik startup memulai proses ini dengan memperkenalkan dan mempromosikan bisnis mereka kepada calon investor yang berpotensi memberikan pendanaan. Setelahnya, para investor yang berminat akan meneliti dan menganalisis lebih dalam mengenai kondisi serta potensi startup tersebut sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

2.3 Business Plan

Business Plan adalah dokumen yang tertulis yang disusun untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai bisnis yang akan dijalankan. Isinya mencakup berbagai aspek penting, seperti strategi pemasaran dan penjualan secara rinci, analisis arus pendapatan dan pengeluaran, kondisi keuangan terkini, serta informasi relevan lainnya yang diperlukan. Tujuan utama dari business plan adalah menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam mencapai target jangka panjang. Selain itu, dokumen ini juga berfungsi untuk menilai kelayakan suatu bisnis serta kemampuannya dalam menghadapi berbagai tantangan di masa depan [15].

Sebelum memulai sebuah usaha, diperlukan perencanaan bisnis yang matang agar dapat mengurangi risiko yang mungkin muncul di masa mendatang. Kurangnya pemahaman

mengenai perencanaan dan strategi bisnis yang tepat sering kali menjadi penyebab kegagalan bagi para wirausahawan. Umumnya, bisnis yang baru didirikan memiliki tingkat kerentanan yang tinggi terhadap kegagalan, terutama pada tahap awal operasionalnya [16].

2.3.1 Manfaat Business Plan

Business plan memiliki beberapa manfaat penting didalam mengelola dan mengembangkan bisnis, antara lain [17]:

1. Menjadi panduan dalam menjalankan kegiatan usaha
Perencanaan bisnis berfungsi sebagai peta jalan yang membantu pengusaha memahami arah dan langkah-langkah yang harus diambil
2. Menjamin keberlangsungan operasional bisnis
Dengan perencanaan yang baik, pelaku usaha dapat mengantisipasi perubahan pasar, kondisi ekonomi, maupun tantangan lain yang mungkin muncul
3. Meningkatkan kemampuan manajerial di bidang usaha
Menyusun perencanaan bisnis melatih pelaku usaha untuk berpikir strategis, menganalisis situasi, dan membuat keputusan yang efektif
- 3 Berfungsi sebagai acuan bagi pimpinan perusahaan dalam mengelola bisnis
Dokumen perencanaan bisnis menjadi pedoman bagi pimpinan dalam mengambil keputusan penting, seperti strategi pemasaran, pengelolaan operasional, dan kebijakan keuangan, sehingga keputusan yang diambil lebih terarah
- 4 Membantu mengantisipasi berbagai kemungkinan yang dapat terjadi dalam usaha
Perencanaan bisnis memungkinkan pengusaha untuk melakukan proyeksi terhadap risiko atau peluang yang mungkin terjadi. Dengan begitu, pengusaha dapat menyiapkan langkah antisipatif sejak dini.
- 5 Menjadi alat komunikasi yang efektif dalam dunia bisnis
Rencana bisnis dapat digunakan untuk menyampaikan visi, misi, dan strategi perusahaan kepada pihak internal (karyawan) maupun eksternal (investor, mitra, dan kreditor).
- 6 Mengurangi potensi risiko dalam menjalankan usaha
Melalui perencanaan yang matang, risiko-risiko bisnis dapat diidentifikasi dan diminimalkan
- 7 Meningkatkan peluang untuk memperoleh keuntungan
Dengan rencana bisnis yang baik, kegiatan operasional menjadi lebih efisien dan terarah pada pencapaian tujuan utama, yaitu memperoleh laba.

2.3.2 Komponen Business Plan

Dalam *Business plan*, terdapat beberapa komponen penting yang harus diperhatikan, yaitu [18][19][20]:

1. *Executive Summary*

Bagian yang berisi ringkasan menyeluruh dari seluruh isi rencana bisnis. Di dalamnya terdapat gambaran singkat mengenai produk atau layanan yang ditawarkan, target pasar, strategi dan rencana pemasaran, mekanisme operasional, susunan tim manajemen, serta perencanaan keuangan yang mencakup kebutuhan pendanaan dan, pada beberapa kasus, rencana strategi keluar (*exit strategy*).

2. *Business Description*

Beberapa informasi yang diberikan selama penilaian usaha mengenai faktor-faktor industri/pasar dapat disertakan dan diperluas di sini. Produk dan layanan usaha tersebut dijelaskan secara rinci; deskripsi tersebut mencakup informasi kepemilikan yang dianggap perlu dan relevan bagi calon investor untuk membuat keputusan yang tepat.

3. *Market Research*

Riset pasar dapat dilakukan dengan menerapkan segmentasi pasar guna menganalisis preferensi konsumen dan target audiens, sehingga sasaran pasar untuk produk maupun layanan yang ditawarkan menjadi lebih jelas dan terarah.

4. *Marketing strategy*

Pada bagian rencana dan strategi pemasaran, dapat dijelaskan secara rinci mengenai target pasar dan karakteristik pelanggan, analisis pesaing yang ada maupun potensial, perkiraan pangsa pasar, strategi penetapan harga, serta rencana promosi dan distribusi.

5. *Operation and support*

Proses yang meliputi penetapan tujuan, perumusan strategi, serta perincian langkah-langkah untuk mencapai target organisasi, sekaligus pengelolaan seluruh kegiatan operasional baik produksi barang maupun penyediaan jasa secara efisien dan efektif.

6. *Financial Plan and Projections*

Penting untuk terlebih dahulu menjelaskan pandangan mengenai proyeksi keuangan yang hampir selalu menjadi bagian dari rencana bisnis dan peran kewirausahaan itu sendiri.

7. *Management Team*

Pengalaman dan kompetensi tim manajemen dapat diperoleh dari hasil penilaian usaha, apabila proses penilaian tersebut sudah dilakukan. Meskipun perlu dilakukan penyempurnaan terhadap informasi mengenai tim, esensinya tetap tidak berubah.

8. *Risk and Opportunities*

Rencana bisnis harus mencakup pembahasan potensi masalah. Sebaiknya mengenali masalah-masalah ini sebelum calon investor ventura menunjukkannya kepada Perusahaan.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode dalam perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai faktor-faktor internal dan eksternal, yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) yang dapat memengaruhi keberhasilan sebuah proyek atau kegiatan bisnis [21].

2.4.1 Faktor Analisis SWOT

Didalam analisis SWOT, terdapat 2 faktor penting dalam menganalisis SWOT, yaitu [21]:

1. Faktor *Internal*

Faktor internal dalam analisis SWOT mencakup dua unsur utama, yaitu strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan). Faktor internal mencerminkan kondisi yang muncul dari dalam organisasi dan berada di bawah kendali langsung manajemen. Faktor ini berperan sebagai acuan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan keunggulannya sekaligus mengatasi berbagai kelemahan yang dimiliki.

2. Faktor *Eksternal*

Faktor eksternal dalam analisis SWOT terdiri dari dua komponen utama, yaitu *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). Faktor eksternal menggambarkan kondisi di luar kendali organisasi yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kinerja bisnis. Pemahaman terhadap faktor ini penting agar perusahaan mampu menyesuaikan strategi dengan dinamika lingkungan eksternal.

2.4.2 Elemen Analisis SWOT



Gambar 2. 1 Elemen Dalam Analisis SWOT

Berdasarkan gambar 2.1, didalam analisis SWOT terdapat 4 elemen analisis SWOT, yaitu [22]:

1. *Strength* (kekuatan)

Streight merupakan faktor internal yang mencerminkan keunggulan atau kemampuan khas yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan, yang menjadi nilai lebih dibandingkan pesaingnya.

2. *Weakness* (kelemahan)

Weakness merupakan faktor internal yang dapat melemahkan kinerja organisasi atau perusahaan, seperti keterbatasan sarana dan prasarana, rendahnya kualitas sumber daya manusia, kurangnya kepercayaan dari konsumen, atau ketidaksesuaian produk dengan kebutuhan dan preferensi pasar.

3. *Opportunities* (kesempatan)

Opportunities merupakan faktor eksternal yang memberikan keuntungan atau potensi positif bagi organisasi atau perusahaan, seperti perubahan pasar, kemajuan teknologi, atau kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan bisnis.

4. *Threats* (ancaman)

Threats merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat atau mengancam pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan, seperti meningkatnya persaingan, perubahan kebijakan pemerintah, fluktuasi ekonomi, maupun pergeseran tren pasar yang tidak sesuai dengan arah bisnis.

2.4.3 Strategi Analisa SWOT

Strategi dapat dirumuskan dengan menggunakan matriks SWOT, yang menggabungkan faktor internal dan eksternal untuk menghasilkan empat jenis strategi utama. Menurut Umar, sarana untuk mengembangkan suatu usaha melalui penerapan empat jenis strategi utama, yaitu [22]:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi SO (*Strength-Opportunities*) merupakan strategi yang berfokus pada pemanfaatan keahlian, sumber daya, dan kekuatan internal perusahaan untuk menangkap serta mengoptimalkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Strategi ini biasanya digunakan untuk mendorong pertumbuhan bisnis dan memperluas pangsa pasar.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ini bertujuan untuk memperbaiki atau mengatasi kelemahan internal organisasi dengan cara memanfaatkan peluang eksternal.

3. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST (*Strength-Threats*), strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi dan mengurangi dampak ancaman yang datang dari luar.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi WT (*Weakness-Threats*), strategi ini difokuskan pada upaya untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari atau mengurangi risiko dari ancaman eksternal. Tujuannya adalah melindungi stabilitas perusahaan agar tidak mengalami kerugian yang lebih besar.

Contoh penerapan Analisa SWOT pada usaha PT X [23]:

Tabel 2. 1 Contoh Penerapan Analisa SWOT

Faktor Eksternal/Faktor Internal	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelamahan)
Opportunities (Kesempatan)	Strategi SO bertujuan untuk menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki guna meraih dan mengoptimalkan setiap peluang yang ada.	Strategi WO merupakan strategi yang dijalankan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia sambil berupaya mengurangi atau memperkecil kelemahan yang dimiliki
Threats (Ancaman)	Strategi ST merupakan strategi yang disusun dengan memanfaatkan kekuatan organisasi guna menghadapi dan mengatasi berbagai ancaman yang muncul	Strategi WT merupakan strategi yang bersifat defensif, dengan tujuan untuk mengurangi kelemahan yang ada sekaligus menghindari berbagai ancaman yang dapat merugikan organisasi

2.5 Marketing Mix

Marketing mix merupakan konsep pemasaran yang terdiri dari empat komponen utama yang dikenal sebagai 4P, yaitu *price* (harga), *product* (produk), *promotion* (promosi), dan *place* (distribusi). Konsep ini digunakan sebagai strategi untuk menggambarkan kombinasi dari penawaran produk, penetapan harga, kegiatan promosi, serta sistem distribusi yang menjadi inti dalam sistem pemasaran perusahaan [24].



Gambar 2. 2 Marketing Mix 4P

Berikut adalah rincian penjelasan tentang 4P, yaitu [24]:

1. *Product* (Produk)

Menurut Indrasari (2019), *product* adalah titik fokus dari kegiatan pemasaran karena sebagai bentuk hasil kegiatan perusahaan, dapat dipasarkan untuk dikonsumsi, serta merupakan alat perusahaan untuk mencapai tujuan. Produk atau jasa yang dihasilkan perlu memiliki kualitas yang baik serta keunikan tersendiri agar mampu meningkatkan daya saingnya di pasar.

2. *Price* (Harga)

Menurut (Indrasari, 2019), *Price* adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Namun dalam situasi lain, price ditentukan oleh jumlah yang dikeluarkan (uang) oleh pembeli pada proses pembelian. Penetapan harga perlu dilakukan secara tepat dengan memperhatikan kebutuhan dan karakteristik target konsumen. Penetapan harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan penurunan volume penjualan, sementara penetapan harga yang terlalu rendah dapat berdampak pada berkurangnya tingkat keuntungan perusahaan.

3. *Place* (Tempat)

Place merupakan kombinasi dari keputusan yang berkaitan dengan penentuan lokasi serta pemilihan saluran distribusi yang digunakan untuk menyalurkan produk kepada konsumen. Menurut (Salindeho dan Mandey, 2018) hal tersebut berkaitan dengan cara mengkomunikasikannya kepada konsumen serta dimana lokasi strategis berada, sehingga place sering dikenal sebagai distribution channel. Menurut Fatihudin, Didin dan Firmansyah (2019), keputusan yang menentukan lokasi serta channel untuk memberikan produk kepada konsumen mencakup pemikiran mengenai bagaimana dan dimana memberikan jasa kepada konsumen. Pentingnya place dalam jasa bergantung pada jenis layanan serta tingkat interaksi antara penyedia jasa dan konsumen, yang dapat berupa konsumen mengunjungi penyedia jasa, penyedia jasa mendatangi konsumen, maupun transaksi yang dilakukan secara jarak jauh. Selain itu, penentuan place atau saluran distribusi memerlukan pertimbangan yang tepat terkait waktu dan target pasar, karena memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

4. *Promotion* (Promosi)

Menurut (Rohmat et.al., 2020) *Promotion* merupakan upaya perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli menggunakan komunikasi persuasif melalui penggunaan semua kriteria pemasaran sehingga maksud dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Promotion

merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang digunakan perusahaan sebagai sarana komunikasi dengan konsumen untuk mendorong mereka membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.6 Process Mapping

Process Mapping adalah kegiatan untuk memecah suatu proses menjadi beberapa subproses, yang kemudian dijabarkan lagi hingga mencapai aktivitas paling kecil dengan menggunakan alur atau diagram alir dari setiap komponen kegiatan. Pemetaan proses ini berfungsi sebagai alat analisis yang efektif bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap keberhasilan suatu bisnis, seperti dalam proses pengambilan keputusan. Dalam praktiknya, sering ditemukan banyak variabel penting yang perlu disederhanakan atau direduksi lebih lanjut agar keputusan yang diambil dapat lebih tepat dan efektif [25].

Didalam *Process Mapping* terdapat beberapa jenis, seperti *data flow diagram*, *Flowcharts*, *High-level process maps*, *Relationship maps*, *SIPOC/SIPOC-R charts*, *Swimlane diagrams*, *Value stream maps* [26].

Dalam *Process Mapping*, terdapat beberapa langkah-langkah yang dapat dilakukan, yaitu sebagai berikut [26]:

1. Mengetahui masalah dan proses yang ingin di map

Memahami ruang lingkup, batasan, serta tujuan yang ingin dicapai agar tetap fokus dalam menyusun rancangan atau draf pemetaan proses.

2. Identifikasi seluruh elemen yang terlibat dalam proses

Memahami pihak-pihak yang terlibat dalam suatu proses, termasuk staf atau departemen yang berperan, sumber daya yang diperlukan, serta berbagai faktor lain yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan bisnis.

3. Menulis Langkah-langkah dalam proses

Identifikasi terlebih dahulu tahapan-tahapan yang dilakukan sejak awal hingga akhir dalam suatu proses.

4. Memilih jenis *process mapping* dan mulai menggambar

Pilihlah jenis peta proses yang paling tepat untuk menyampaikan informasi penting terkait proses bisnis tersebut.

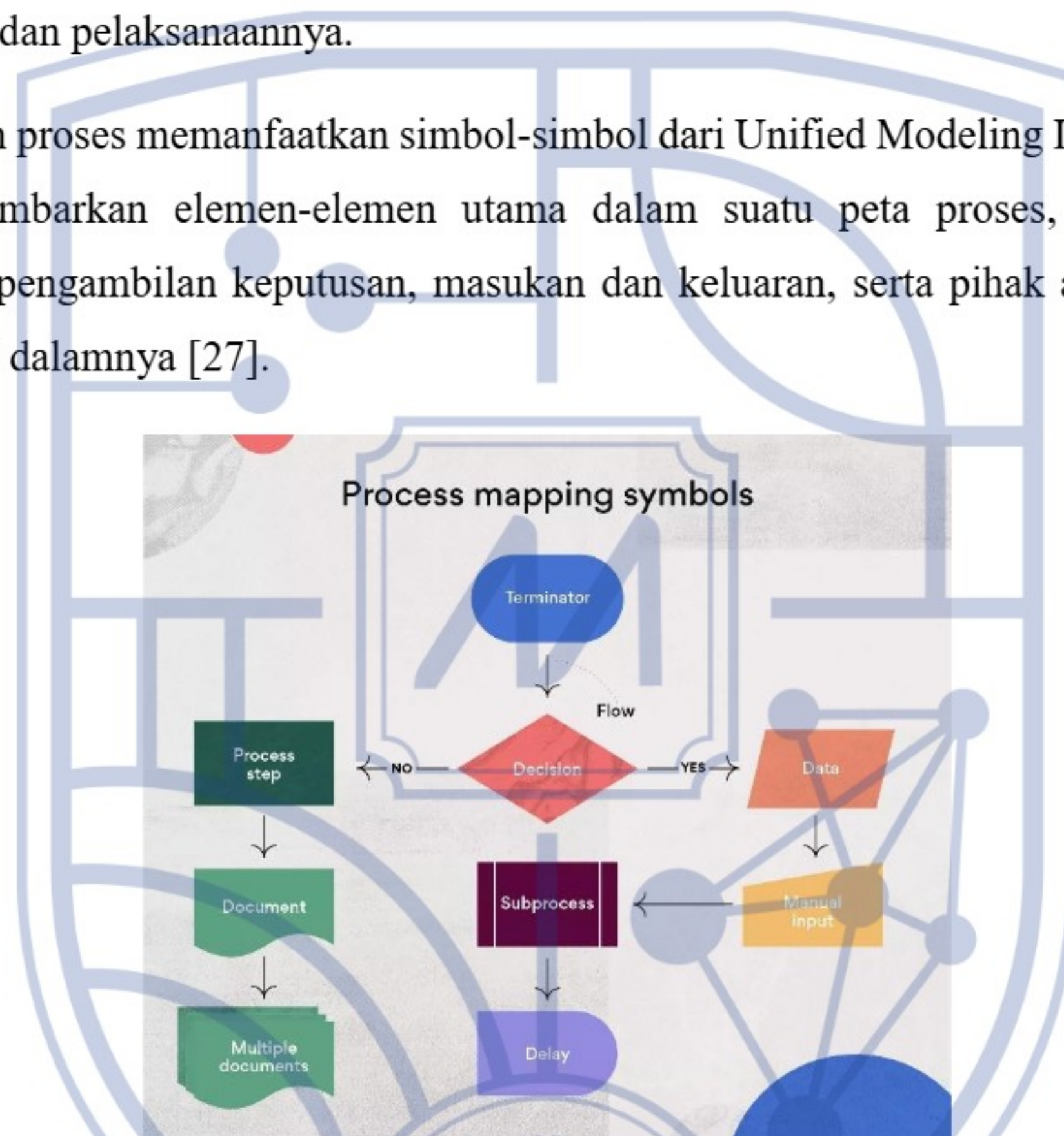
5. Cek akurasi

Periksa kembali keakuratan process map dengan memastikan bahwa setiap elemen dan langkah dalam proses telah tercantum secara lengkap dan sesuai dengan alur yang sebenarnya.

6. Analisis hasil

Setelah proses selesai dijalankan, evaluasilah hasil yang diperoleh dengan membandingkannya terhadap process map yang telah dibuat untuk memastikan kesesuaian antara rencana dan pelaksanaannya.

Pemetaan proses memanfaatkan simbol-simbol dari Unified Modeling Language (UML) untuk menggambarkan elemen-elemen utama dalam suatu peta proses, seperti tahapan kegiatan, titik pengambilan keputusan, masukan dan keluaran, serta pihak atau anggota tim yang terlibat di dalamnya [27].



Gambar 2. 3 Simbol Process Mapping

Pada Gambar 2.3 adalah simbol-simbol yang biasa digunakan dalam membuat *Process mapping*. Berikut adalah penjelasan dari simbol-simbol berikut:

1. *Terminator*: bentuk oval digunakan untuk menandai awal dan akhir suatu proses
2. Langkah proses: persegi panjang merepresentasikan aktivitas atau tugas yang dilakukan dalam proses
3. Alur: Panah berfungsi menghubungkan setiap langkah dan menunjukkan arah aliran proses

4. Keputusan: Bentuk wajik digunakan untuk menunjukkan titik pengambilan keputusan, biasanya dengan cabang “ya” atau “tidak”
5. Penundaan: Simbol berbentuk huruf D menandakan adanya penundaan atau waktu tunggu dalam proses
6. Dokumen: Persegi panjang dengan garis bawah bergelombang menggambarkan dokumen atau informasi yang dapat dibaca manusia. Jika terdapat beberapa dokumen, simbol ini ditampilkan dalam bentuk tumpukan
7. Data: Jajar genjang menunjukkan data yang berfungsi sebagai input atau output dari suatu langkah proses
8. Input manual: Persegi panjang dengan garis miring di bagian atas menunjukkan langkah di mana data dimasukkan secara manual
9. Subproses: Persegi panjang dengan dua garis vertikal ganda menandakan adanya subproses yang dijelaskan atau didefinisikan di bagian lain

2.7 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan output dari proses akuntansi yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan. Laporan ini berfungsi sebagai sumber informasi penting untuk menilai perkembangan dan kinerja perusahaan, baik pada periode saat ini maupun sebagai dasar evaluasi untuk periode yang akan datang [28]. Laporan keuangan memiliki beberapa fungsi, yaitu [29]:

1. Menyajikan informasi keuangan: Laporan keuangan menyajikan informasi mengenai pendapatan, beban, aset, kewajiban, ekuitas, serta arus kas yang terjadi dalam suatu periode tertentu.
2. Pengambilan keputusan: Laporan keuangan berfungsi sebagai alat bantu bagi para pemangku kepentingan dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan bisnis atau organisasi. Investor memanfaatkannya untuk menilai kelayakan investasi, sedangkan kreditor menggunakannya untuk mengevaluasi kemampuan pihak peminjam dalam melunasi kewajiban pinjamannya.
3. Transparansi dan akuntabilitas: Laporan keuangan menunjukkan bentuk transparansi dan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Melalui laporan tersebut, perusahaan wajib menyajikan informasi keuangan yang relevan, akurat, dan dapat dipercaya agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kinerja serta kondisi keuangannya.

4. Evaluasi kinerja: Laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan membandingkan laporan keuangan antarperiode, manajemen dan para pemangku kepentingan dapat mengidentifikasi perubahan serta tren yang terjadi dalam kinerja keuangan perusahaan.
5. Perencanaan keuangan: Laporan keuangan memiliki peran penting dalam membantu perencanaan keuangan perusahaan. Melalui analisis proyeksi pendapatan, biaya, dan arus kas di masa depan, perusahaan dapat menyusun strategi bisnis, perencanaan investasi, serta pengelolaan sumber daya manusia secara lebih efektif dan efisien.
6. Pematuhan aturan akuntansi: Laporan keuangan disusun sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Dengan demikian, laporan ini membantu perusahaan dalam mematuhi standar akuntansi yang telah ditetapkan serta menjaga keandalan dan kredibilitas informasi yang disajikan dalam pelaporan keuangan.
7. Evaluasi efisiensi operasional: Laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk menilai efisiensi operasional perusahaan dan mengenali area yang perlu ditingkatkan. Melalui analisis rasio keuangan dan kinerja operasional, perusahaan dapat menemukan peluang untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta profitabilitas dalam kegiatan usahanya.

2.7.1 Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan memiliki beberapa jenis, yaitu [28]:

1. Laporan Laba Rugi

Laporan laba/rugi adalah dokumen yang menunjukkan apakah perusahaan memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian dalam periode tertentu. Tujuan dari laporan ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi keuangan perusahaan, sehingga pemilik usaha dapat menggunakannya sebagai dasar evaluasi kinerja dan pengambilan keputusan ke depan.

2. Laporan Neraca

Neraca, atau laporan posisi keuangan, merupakan laporan yang menampilkan informasi lengkap mengenai aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan dalam satu periode tertentu secara menyeluruh dan terperinci.

3. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas yaitu untuk membantu memahami arus masuk dan keluarnya uang. Selain itu catatan ini berfungsi sebagai indikator prediksi arus kas di periode selanjutnya. Arus kas

masuk dapat dilihat dari hasil operasional, pendanaan, dan pinjaman. Didalam laporan arus kas terdapat 3 hal penting yaitu:

1) Operasional

Operasional mencakup arus kas yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan, seperti penjualan produk atau jasa, pembayaran bunga dan pajak, serta pengeluaran untuk sewa, gaji, dan upah.

2) Investasi

Investasi berkaitan dengan arus kas yang timbul dari pembelian atau penjualan aset tetap, seperti gedung, mesin, peralatan, maupun aset tidak lancar lainnya.

3) Pendanaan

Pendanaan meliputi arus kas yang berasal dari transaksi yang memengaruhi struktur modal perusahaan, seperti penambahan modal, penerbitan saham, atau pembayaran dividen kepada pemegang saham.

2.7.2 Manfaat Laporan Keuangan

Laporan keuangan memiliki beberapa manfaat penting, yaitu [30]:

1. Laporan keuangan berfungsi untuk memisahkan antara aset pribadi pemilik dan aset perusahaan. Dengan adanya laporan ini, keuangan pribadi tidak akan tercampur dengan keuangan bisnis, sehingga tercipta sistem administrasi yang lebih profesional dan transparan dalam pengelolaan perusahaan.
2. Laporan keuangan menjadi alat penting bagi manajemen dan pemilik usaha dalam menentukan arah kebijakan perusahaan. Melalui data keuangan yang tersaji, mereka dapat menilai kondisi usaha secara objektif dan mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan kinerja serta keberlanjutan bisnis.
3. Laporan keuangan juga memiliki fungsi penting dalam menghitung besaran pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada pemerintah. Informasi keuangan yang akurat membantu manajemen memastikan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan dan menghindari kesalahan dalam pelaporan pajak.
4. Melalui laporan keuangan, manajemen dapat mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dalam satu periode tertentu. Informasi ini sangat berguna untuk menganalisis efisiensi operasional, mengevaluasi kinerja bisnis, serta merencanakan strategi peningkatan profit di masa mendatang.

2.8 Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan adalah salah satu instrumen penting yang digunakan untuk menilai dan mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Penerapan analisis ini didasarkan pada data yang terdapat dalam laporan keuangan, yang kemudian dibandingkan untuk melihat perubahan dan tren keuangan yang terjadi dari waktu ke waktu. Biasanya, hasil analisis dilakukan dan disajikan oleh akuntan atau bagian keuangan perusahaan pada akhir periode operasional, umumnya dalam jangka waktu satu tahun. Informasi hasil analisis tersebut disajikan melalui neraca dan laporan laba rugi, yang memperlihatkan perbandingan antara berbagai variabel keuangan seperti aset, kewajiban, pendapatan, serta biaya. Melalui perbandingan ini, perusahaan dapat menilai kondisi finansialnya, mengidentifikasi potensi masalah, dan merumuskan strategi untuk meningkatkan kinerja keuangan di masa mendatang [31].

2.8.1 Manfaat Analisis Rasio Keuangan

Terdapat berbagai macam manfaat penting dari analisis rasio keuangan yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu [32]:

1. Analisis laporan keuangan digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu mencapai tujuan keuangannya. Melalui hasil analisis ini, dapat diketahui tingkat efisiensi, profitabilitas, dan stabilitas keuangan perusahaan
2. Bagi pihak manajemen, hasil analisis keuangan menjadi dasar dalam menyusun strategi bisnis dan mengambil keputusan yang tepat. Informasi ini membantu manajemen dalam mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk mencapai target perusahaan.
3. Analisis laporan keuangan berfungsi untuk mengevaluasi kondisi finansial perusahaan secara menyeluruh, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam aspek keuangan. Dengan demikian, perusahaan dapat menentukan langkah perbaikan yang diperlukan.
4. Bagi pihak pemberi pinjaman, analisis ini dapat digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pembayaran bunga dan pelunasan pokok pinjaman. Dengan begitu, kreditor dapat mengukur tingkat risiko sebelum memberikan kredit
5. Hasil analisis laporan keuangan juga menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam menilai kinerja dan kredibilitas perusahaan. Informasi ini

membantu mereka dalam menentukan tingkat kepercayaan dan dukungan terhadap perusahaan.

2.8.2 Jenis-Jenis Analisis Rasio Keuangan

Terdapat berbagai jenis didalam analisis rasio keuangan yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu [33][34]:

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajiban keuangannya yang bersifat jangka pendek secara tepat waktu. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset lancar untuk menutupi utang lancar yang jatuh tempo. Dalam rasio likuiditas, terdapat beberapa ratio, yaitu:

1.1 *Current Ratio*

Merupakan rasio yang membandingkan jumlah aset lancar dengan liabilitas lancar atau kewajiban jangka pendek perusahaan

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

1.2 *Quick Ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa bergantung pada nilai persediaan.

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

1.3 *Cash Ratio*

Rasio keuangan ini menilai sejauh mana perusahaan mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya menggunakan kas atau setara kas yang tersedia.

$$\text{cash ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Rasio ini menggambarkan sejauh mana aset perusahaan mampu menutupi total utang, termasuk aset tetap dan kewajiban jangka Panjang. Dalam rasio solvabilitas, terdapat beberapa ratio, yaitu:

2.1 *Debt to Equity Ratio*

Rasio ini membandingkan total utang perusahaan dengan jumlah ekuitas yang dimiliki untuk menilai tingkat leverage atau struktur pendanaan perusahaan

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

2.2 Rasio Utang Terhadap Asset

Rasio ini menunjukkan proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap utang, yang dapat mengindikasikan kelemahan dalam kondisi keuangannya

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan aset atau aktiva untuk menghasilkan penjualan. Rasio ini mengukur efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya agar dapat menghasilkan pendapatan secara optimal. Dalam rasio aktivitas, terdapat beberapa ratio, yaitu:

3.1 Rasio Perputaran Piutang

Rasio ini mengukur seberapa sering piutang perusahaan tertagih atau berputar dalam satu tahun, yang mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola dan menagih piutangnya.

$$\text{Accounts Receivable Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang Rata-Rata}} \times 100\%$$

3.2 Rasio Perputaran Persediaan

Rasio ini mengukur seberapa sering persediaan perusahaan terjual atau berputar dalam satu tahun, sehingga menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mengelola stok barangnya.

$$\text{Inventory Turnover Ratio} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}} \times 100\%$$

3.3 Rasio Perputaran Aktiva Tetap

Rasio keuangan ini berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset tetapnya guna menghasilkan penjualan. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mengelola aset tetapnya dengan lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan pendapatan.

$$\text{Fixed Asset Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100\%$$

3.4 Rasio Perputaran Rerata Tagihan

Rasio ini digunakan untuk mengukur rata-rata waktu yang diperlukan perusahaan untuk menagih dan menerima pembayaran dari pelanggan selama satu tahun.

$$\text{Average Collection Turnover} = \frac{\text{Piutang} \times 365}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3.5 Rasio Perputaran Modal Kerja

Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa cepat modal kerja bersih berputar dalam satu periode, dengan membandingkan total aktiva lancar dikurangi kewajiban lancar terhadap penjualan yang dihasilkan Perusahaan.

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Asset lancar}} \times 100\%$$

4. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimilikinya, seperti aset, penjualan, maupun modal sendiri. Rasio ini mencerminkan tingkat efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber

dayanya untuk mencapai keuntungan maksimal. Dalam rasio profabilitas, terdapat beberapa rasio,yaitu:

4.1 Pengembalian Modal Sendiri

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari ekuitas yang dimiliki, dengan menghitung laba bersih sebagai persentase terhadap total ekuitas.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

4.2 Return On Asset

ROA adalah rasio untuk menilai kemampuan tingkat pengembalian asset perusahaan. (Menne 2022)

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

4.3 Operating Profit Margin

Operating profit margin adalah margin laba kotor yang menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan dengan cara penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan. (Arsita 2021)

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{penjualn bersih}} \times 100\%$$

4.4 Net Profit Margin

Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Rasio ini merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. (Arsita 2021)

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

2.8.3 Contoh Studi Kasus Perhitungan Rasio Keuangan

Berdasarkan laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode tahun 2020, berikut adalah hasil analisa rasio keuangan pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk [34]:

Tabel 2. 2 Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Jenis	Nominal
Aktiva Lancar	Rp. 38.418.238
Hutang Lancar	Rp. 27.975.875
Persediaan	Rp. 11.150.432
Kas	Rp. 17.336.960
Total Asset	Rp. 163.136.516
Total Hutang	Rp. 83.998.472
Total Modal	Rp. 79.138.044
Penjualan	Rp. 81.731.469
Laba Bersih	Rp. 8.752.066
Laba Operasional	Rp. 26.752.044

1. Rasio Likuiditas

1.1 *Current Ratio*

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

$$\text{current ratio} = \frac{\text{Rp.38.418.238}}{\text{Rp.27.975.875}} \times 100\% = 137,32\%$$

Hasil current ratio sebesar 137,32% mengartikan bahwa setiap Rp1 utang lancar dijamin oleh Rp1,37 aktiva lancar. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat likuiditas perusahaan berada pada kategori baik, karena melebihi standar umum yaitu sekitar 100%. Dengan demikian, perusahaan diperkirakan mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aktiva lancar yang tersedia tanpa menghadapi masalah likuiditas yang signifikan.

1.2 *Quick Ratio*

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

$$\text{quick ratio} = \frac{\text{Rp.38.418.238} - \text{Rp.11.150.432}}{\text{Rp.27.975.875}} \times 100\% = 97,46\%$$

Hasil quick ratio sebesar 97,46% menunjukkan bahwa setelah mengeluarkan nilai persediaan, perusahaan dapat menutupi 97,46% dari total kewajiban jangka pendeknya.

Mengingat persediaan membutuhkan waktu untuk diubah menjadi kas, rasio ini memberikan pandangan yang konservatif mengenai kemampuan likuiditas perusahaan. Angka tersebut menandakan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup baik, karena hampir seluruh utang jangka pendek dapat dipenuhi menggunakan aset yang mudah dicairkan

1.3 Cash Ratio

$$\text{cash ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$\text{cash ratio} = \frac{\text{Rp.17.336.960}}{\text{Rp.27.975.875}} \times 100\% = 61,97\%$$

Hasil cash ratio sebesar 61,97% menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kas dan setara kas yang mampu menutupi 61,97% dari total kewajiban jangka pendeknya. Kondisi ini mencerminkan bahwa perusahaan berada dalam situasi likuiditas yang baik, dengan jumlah kas yang memadai untuk memenuhi kewajiban segera tanpa perlu melepas aset lainnya. Walaupun nilainya belum mencapai 100%, rasio ini tetap mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki cadangan kas yang cukup aman untuk menghadapi kebutuhan mendadak.

2. Rasio Solvabilitas

2.1 Rasio Utang Terhadap Asset (DAR)

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Rp.83.998.472}}{\text{Rp.163.136.516}} \times 100\% = 51,48\%$$

Ini berarti bahwa jumlah utang perusahaan mencapai 51,48% dari total ekuitas. Angka tersebut masih dianggap sehat, karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki porsi modal sendiri yang cukup besar dibandingkan dengan utangnya.

2.2 Rasio Utang Terhadap Modal (DER)

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Rp.83.998.472}}{\text{Rp.79.138.044}} \times 100\% = 106,14\%$$

Hal ini berarti bahwa jumlah utang perusahaan lebih besar dibandingkan total aset yang dimilikinya. Situasi tersebut menunjukkan struktur keuangan yang berisiko tinggi, karena

sebagian besar aset perusahaan dibiayai melalui utang. Jika berlangsung terus-menerus, kondisi ini dapat mengancam kestabilan keuangan perusahaan dalam jangka panjang

3. Rasio Aktivitas

3.1 *Account Receivable Turnover*

$$\text{Accounts Receivable Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang Rata-Rata}} \times 100\%$$

$$\text{Accounts Receivable Turnover} = \frac{\text{Rp.81.731.469}}{\text{Rp.7.451.670}} \times 100\% = 10,96\%$$

Piutang perusahaan berputar sekitar 10,96 kali dalam satu periode. Semakin tinggi tingkat perputaran ini, semakin efisien perusahaan dalam menagih piutangnya. Namun, nilai yang relatif rendah menunjukkan bahwa proses penagihan piutang belum berjalan secara optimal, sehingga masih terdapat piutang yang belum tertagih dengan baik.

3.2 *Inventory Turnover Ratio*

$$\text{Inventory Turnover Ratio} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}} \times 100\%$$

$$\text{Inventory Turnover Ratio} = \frac{\text{Rp.81.731.469}}{\text{Rp.11.150.432}} \times 100\% = 732,98\%$$

Rasio sebesar 732,98% menunjukkan bahwa persediaan perusahaan berputar lebih dari tujuh kali dalam satu periode. Kondisi ini mencerminkan pengelolaan persediaan yang efisien, di mana barang cepat terjual dan tidak terlalu lama tersimpan di gudang. Tingginya rasio juga menandakan kemampuan perusahaan dalam menjaga ketersediaan produk secara optimal sesuai dengan permintaan pasar.

3.3 *Working Capital Turnover*

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset lancar}} \times 100\%$$

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Rp.81.731.469}}{\text{Rp.65.254.606}} \times 100\% = 125,25\%$$

Rasio sebesar 125,25% menunjukkan bahwa modal kerja perusahaan berputar sekitar 1,25 kali dalam satu periode. Kondisi ini mengindikasikan bahwa modal kerja yang dimiliki perusahaan telah dimanfaatkan dengan cukup efisien untuk mendukung kegiatan operasional dan menghasilkan penjualan.

3.4 *Fixed Asset Turnover*

$$\text{Fixed Asset Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100\%$$

$$\text{Fixed Asset Turnover} = \frac{\text{Rp.81.731.469}}{\text{Rp.45.862.919}} \times 100\% = 178,20\%$$

Rasio sebesar 178,20% mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menggunakan aset tetap untuk menghasilkan penjualan. Artinya, setiap Rp1 aset tetap mampu menghasilkan penjualan sebesar Rp1,78. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah memanfaatkan aset tetapnya dengan cukup efisien dalam menjalankan operasional dan meningkatkan pendapatan.

3.5 Total Asset Turnover

$$\text{Total Asset Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata-rata total asset}} \times 100\%$$

$$\text{Total Asset Turnover} = \frac{\text{Rp.81.731.469}}{\text{Rp.163.136.516}} \times 100\% = 50,10\%$$

Rasio sebesar 50,10% menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan penjualan. Artinya, setiap Rp1 aset mampu menghasilkan penjualan sebesar Rp0,50. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aset perusahaan sudah cukup efektif, meskipun masih ada peluang untuk meningkatkan efisiensi agar dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar.

4. Rasio Profitabilitas

4.1 Return On Asset

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Rp.8.752.066}}{\text{Rp.163.136.516}} \times 100\% = 5,36\%$$

ROA sebesar 5,36% menunjukkan bahwa setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,0536. Angka ini mencerminkan efisiensi yang cukup baik dalam pemanfaatan aset untuk memperoleh keuntungan, meskipun masih terdapat peluang untuk meningkatkan tingkat pengembalian melalui optimalisasi penggunaan sumber daya yang ada.

4.2 Return On Equity

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

$$\text{Return on Equity} \frac{\text{Rp.8.752.066}}{\text{Rp. 79.138.044}} \times 100\% = 11,05\%$$

Return on Equity (ROE) sebesar 11,05% menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,11 dari setiap Rp1 ekuitas yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Rasio ini mencerminkan tingkat pengembalian investasi yang cukup baik, menandakan bahwa modal yang digunakan telah dimanfaatkan secara optimal untuk menghasilkan keuntungan.

4.3 *Operating Profit Margin*

$$\text{Operating profit margin} \frac{\text{Laba operasional}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

$$\text{Operating profit margin} \frac{\text{Rp.26.752.044}}{\text{Rp.81.731.469}} \times 100\% = 32,7\%$$

Operating Profit Margin sebesar 32,7% menunjukkan bahwa setiap Rp1 penjualan bersih mampu menghasilkan laba operasional sekitar Rp0,33. Angka ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang sangat baik dalam mengelola biaya operasional dan menjaga efisiensi pada aktivitas utama bisnisnya.

4.4 *Net Profit Margin*

$$\text{Net profit margin} \frac{\text{Laba bersih}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

$$\text{Net profit margin} \frac{\text{Rp.8.752.066}}{\text{Rp.81.731.469}} \times 100\% = 10,70\%$$

Net Profit Margin (NPM) sebesar 10,70% menunjukkan bahwa setiap Rp1 penjualan bersih menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,107. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah semua biaya dan beban diperhitungkan, menandakan efisiensi yang cukup baik dalam pengelolaan keuangan secara keseluruhan.