

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 *Startup*

Startup merupakan perusahaan rintisan berbasis inovasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan model bisnis baru yang dapat bertumbuh dengan cepat. Sejarah perkembangan *startup* mulai terlihat pada akhir 1990-an hingga awal tahun 2000 ketika terjadi pertumbuhan internet global dan munculnya *e-commerce* besar seperti Amazon, eBay, dan Yahoo! yang memicu gelombang dot-com boom [6]. Pada periode ini, pendekatan *Customer Development* yang diperkenalkan oleh Steve Blank (2005) [7], dan metodologi *Lean startup* oleh Eric Ries (2011) [8] menjadi fondasi utama pembangunan *startup* modern secara global [6]. Di Indonesia, perkembangan *startup* meningkat pesat seiring pertumbuhan pengguna internet, transformasi ekonomi digital, dan penetrasi *smartphone* yang tinggi [9]. Ekosistem ini menghasilkan berbagai *startup* sukses seperti Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, Ovo, dan GoTo.

Menurut hasil kajian pada *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* (JISAMAR), *startup* di Indonesia secara umum dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok utama, yaitu [9]:

- a. *Startup* pencipta *game*, yaitu *startup* yang berfokus pada pembuatan dan pengembangan permainan digital, baik untuk platform *mobile*, PC, maupun konsol. Contohnya *developer* lokal yang menciptakan *game* berbasis budaya Indonesia atau *game* kasual untuk pasar global.
- b. *Startup* aplikasi edukasi, yaitu *startup* yang bergerak di bidang pendidikan dengan menyediakan platform pembelajaran daring, kursus interaktif, atau sistem manajemen pendidikan. Contohnya Ruangguru, Zenius, Quipper, dan lainnya.
- c. *Startup* perdagangan seperti *e-commerce* dan informasi, yaitu *startup* yang bergerak dalam bidang perdagangan elektronik, layanan pemesanan *online*, serta penyedia informasi digital seperti *marketplace*, portal berita, atau aplikasi layanan publik.

Ciri-ciri perusahaan *startup*, diantaranya [10]:

- a. Usia perusahaan yang relatif muda, kurang dari 4 tahun sejak berdiri.
- b. Jumlah karyawan di bawah 20 orang. Dalam operasi *startup* jumlah karyawan biasanya lebih sedikit jika dibandingkan dengan perusahaan tradisional.

- c. Pendapatan tahunan masih di bawah \$100.000 setara dengan Rp1,55 miliar.
- d. Berfokus pada teknologi dan beroperasi melalui platform digital.
- e. Memiliki budaya perusahaan yang cenderung fleksibel dan memiliki ciri khas tersendiri.
- f. Produk yang dihasilkan berupa aplikasi digital dan umumnya beroperasi melalui situs *website*.
- g. Mengandalkan pendanaan dari para *investor* eksternal.

Adapun tahapan dalam perkembangan *startup*, yaitu [11]:

- a. *Launching*: Semua perusahaan, yang memulai bisnisnya akan melakukan *launching* atau peluncuran terhadap produk atau jasanya. Hal ini, sebagai upaya mengenalkan produk atau layanan yang dihadirkan. Pada tahapan peluncuran ini, angka penjualan masih rendah, tetapi secara bertahap (dan semoga terus meningkat).
- b. *Growth*: Tahapan ini, perusahaan akan mengalami peningkatan penjualan yang cepat, sehingga bisnis mulai meraih keuntungan setelah mencapai titik impas. Akan tetapi, karena siklus keuntungan masih terlambat dibandingkan siklus penjualan, margin keuntungan tidak setinggi angka penjualan.
- c. *Shake Out*: Tahapan ini, penjualan akan semakin meningkat. Namun, pada saat bersamaan akan melemah, karena adanya kejenuhan pasar atau munculnya kompetitor baru. Angka penjualan mencapai titik tertinggi pada fase ini. Meskipun penjualan terus merangkak naik, laba mulai menurun pada tahap ini.
- d. *Maturity*: Tahap kematangan, penjualan mulai sedikit menurun. Margin keuntungan menjadi semakin sempit, arus kas cenderung stagnan. Pengeluaran modal yang besar sebagian besar tertinggal, mengakibatkan arus kas yang dihasilkan lebih tinggi daripada laba yang di laporan keuangan.

Dalam hal penilaian valuasi, *startup* dapat dikelompokkan ke dalam enam kategori, termasuk *Cockroach*, *Ponies*, *Centaur*s, *Unicorn*, *Decacorn* hingga *Hectocorn*.



Gambar 2.1 Kasta Dalam Dunia *Startup*

Gambar 2.1 merupakan klasifikasi atau kasta usaha rintisan yang didasarkan pada nilai valuasi ekuitasnya. Terdapat 6 kasta usaha rintisan, sebagai berikut:

1. Kecoa (*Cockroach*)

Pada level ini perusahaan masih kecil atau baru saja dirintis sehingga nilai valuasi yang dimiliki oleh perusahaan ini masih terbilang sedikit. Namun meski nilai valuasi masih kecil, perusahaan-perusahaan yang dalam kategori ini biasanya ulet dan giat untuk mempertahankan perusahaannya.

2. Kuda Poni (*Ponies*)

Pada level ini perusahaan memiliki nilai valuasi hingga 10Juta dollar atau berkisar Rp140 miliar. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang telah berhasil mengembangkan *startup* miliknya. Apabila perusahaan berada dalam level ini bisa bertahan, maka kemungkinan untuk menaikkan nilai dari valuasi juga semakin besar.

3. Makhluk Setengah Manusia (*Centaurs*)

Pada level ini perusahaan memiliki nilai valuasi hingga 100Juta dollar atau sekitar Rp1,40 triliun. Tentu saja jika perusahaan ini dapat bertahan dengan nilai valuasi hingga 100 Juta dollar, maka *investor* besar kelas kakap pun akan tertarik untuk menanamkan modal.

4. Binatang Mitologi (*Unicorn*)

Pada level ini perusahaan *startup* tergolong besar, namun masih sedikit perusahaan-perusahaan yang bisa menembus level ini. *Unicorn* merupakan istilah untuk perusahaan yang telah memiliki nilai valuasi sebesar 1 miliar dollar atau sekitar Rp14 triliun.

5. Makhluk Sepuluh Kali Lipat (*Decacorn*)

Pada level ini perusahaan *startup* yang memiliki nilai valuasi 10 miliar dollar setara dengan Rp140 triliun. Perusahaan yang telah mencapai level ini merupakan perusahaan besar dan akan semakin sulit untuk mencari para *investor*. Hal ini tentu saja para *investor* harus memiliki kapasitas dana yang besar.

6. Makhluk Seratus Kali Lipat (*Hectocorn*)

Perusahaan yang telah mencapai level *Hectocorn* merupakan perusahaan yang memiliki nilai valuasi sebesar 100 miliar dollar atau sekitar Rp140 triliun. Tentu saja perusahaan ini merupakan perusahaan level dunia. Beberapa perusahaan dunia yang telah mencapai level *Hectocorn*, seperti Google, Apple, Microsoft serta Facebook.

Beberapa perusahaan teknologi Indonesia telah berkembang sampai ke luar negeri. Empat perusahaan teknologi Indonesia juga telah memiliki valuasi mencapai 1 miliar dollar AS, dan disebut *Unicorn*. Bahkan satu diantaranya masuk menjadi kasta *Decacorn* (Go-Jek). Dari sekian banyak perusahaan rintisan di Indonesia telah dirangkum, lima *startup* yang populer di Indonesia, sebagai berikut:

1. Go-Jek. Didirikan pada tahun 2011 estimasi valuasi US \$10 miliar (Rp.141,5 triliun), mencapai *Unicorn* 2016. Pemilik pendiri Nadiem Makarim, melihat valuasi ekuitasnya, Gojek naik kasta menjadi *Decacorn*.
2. Tokopedia. Didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tahun 2009, mencapai kasta *Unicorn* tahun 2018, Estimasi valuasi ekuitasnya US \$7 miliar atau setara Rp 99 triliun.
3. Traveloka. Didirikan tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang. Ketiganya merupakan mantan pegawai perusahaan teknologi di Amerika Serikat. Mencapai kasta *Unicorn* tahun 2017 dengan estimasi ekuitasnya mencapai US 2 miliar atau setara Rp28 triliun.
4. Bukalapak. Didirikan oleh Ahmad Zacky, Fajrin Rasyid, dan Nugroho Herucahyono pada tahun 2010 mencapai kasta *Unicorn* pada tahun 2017. Estimasi valuasi ekuitasnya sebesar US \$2,5 miliar atau setara Rp35 triliun.
5. Ovo. Penyedia layanan pembayaran elektronik besutan Grup Lippo, ditaksir memiliki valuasi sebesar 2,9 miliar dollar AS atau sekitar Rp 41 triliun, mencapai kasta *Unicorn* pada tahun 2019.

2.2 E-waste

E-waste adalah barang elektronik dan peralatan listrik yang biasanya menggunakan baterai atau listrik, namun sudah tidak dipakai lagi dan dibuang oleh pemiliknya. Contoh dari *e-waste* meliputi ponsel, komputer, laptop, baterai, kulkas, printer, dan berbagai alat elektronik lainnya. Pertumbuhan teknologi yang sangat cepat serta perubahan gaya hidup masyarakat yang modern dan fomo menyebabkan peningkatan jumlah *e-waste* setiap tahun [3]. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa sebagian besar *e-waste* modern berasal dari baterai lithium ion pada perangkat digital seperti *smartphone*, *powerbank*, laptop, *smartwatch*, dan *earphone* yang menjadi salah satu komponen dominan dalam timbunan *e-waste* konsumen. Diperkirakan lebih dari 80 persen baterai Lithium-ion global yang beredar saat ini berasal dari perangkat elektronik konsumen sehingga menjadikan baterai sebagai penyumbang tertinggi dalam akumulasi *e-waste* perangkat kecil di masyarakat [12].

E-waste mengandung limbah yang dianggap berbahaya dan beracun (B3), seperti Timbal (Pb), Merkuri (Hg), Kadmium (Cd), Bahan Penghambat Api yang Terbrominasi (BFR), Klorofluorokarbon (CFC), dan Hidroklorofluorokarbon (HCFCs). Meningkatnya limbah elektronik, rendahnya pengumpulan, serta cara pembuangan dan pengolahan yang tidak ramah lingkungan [13], bisa menciptakan risiko tinggi bagi lingkungan dan kesehatan manusia. Pengelolaan *e-waste* yang tidak benar juga berdampak pada pemanasan global.

Adapun ciri khas yang dimiliki oleh *e-waste*:

1. Mengandung material berbahaya. Banyak bagian dari perangkat elektronik yang mengandung logam berat dan bahan kimia berbahaya. Jika bahan ini dibuang sembarangan, dapat mencemari lingkungan dan mengakibatkan masalah kesehatan seperti kerusakan saraf, gangguan pernapasan pada manusia, dan penyakit kulit [13].
2. Memiliki potensi ekonomi. Selain mengandung bahan berbahaya, *e-waste* juga kaya akan material berharga seperti tembaga, aluminium, dan emas. Dengan adanya sistem daur ulang yang efektif, material yang berharga dapat dipisahkan dan dijual kembali untuk menghasilkan nilai ekonomi baru dan mendukung konsep ekonomi sirkular [3].
3. Pertumbuhan volume yang pesat. Seiring dengan kemajuan teknologi, sifat fomo masyarakat dan peningkatan penggunaan perangkat digital, jumlah *e-waste* terus meningkat dengan cepat setiap tahun. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya daur ulang menjadi faktor utama dalam penumpukan limbah elektronik di berbagai tempat [3].

Dampak dari pengelolaan *e-waste* yang tidak tepat dapat menimbulkan ancaman serius bagi lingkungan dan kesehatan manusia. Bahan berbahaya seperti Timbal, Kadmium, dan

Merkuri yang terdapat pada baterai Lithium Ion berpotensi mencemari tanah dan air ketika dibiarkan terurai tanpa proses pengolahan yang benar. Paparan jangka panjang terhadap bahan beracun ini dapat menyebabkan gangguan sistem saraf, gangguan pernapasan, kerusakan ginjal, hingga meningkatkan risiko kanker. Selain itu, praktik pembakaran informal perangkat elektronik di ruang terbuka dapat meningkatkan emisi gas beracun dan memperburuk kualitas udara yang menjadi pemicu pemanasan global. *World Health Organization* (WHO) menegaskan bahwa *e-waste* bukan sekadar *e-waste* biasa, tetapi ancaman besar terhadap kesehatan masyarakat modern dan membutuhkan sistem pengelolaan yang bertanggung jawab dan terstandarisasi [14].

2.3 *Dropbox*

Dalam pengelolaan *e-waste* terdapat beberapa pendekatan proses pengumpulan. Secara umum ada dua model umum yang sering digunakan yaitu *Dropbox* dan *door-to-door pickup*. Dalam konteks lingkungan model *Dropbox* diartikan sebagai kotak atau wadah fisik pengumpulan yang diletakkan di titik strategis agar masyarakat dapat memasukkan atau menaruh sesuatu untuk dikumpulkan [13]. Model ini efektif untuk meningkatkan aksesibilitas masyarakat dalam pemilahan sampah secara mandiri, tanpa perlu menunggu petugas keliling. Sedangkan model *door-to-door pickup* merupakan sistem pengumpulan dimana petugas langsung ke rumah masyarakat untuk mengambil *e-waste*. Penerapan *Dropbox* bertujuan untuk:

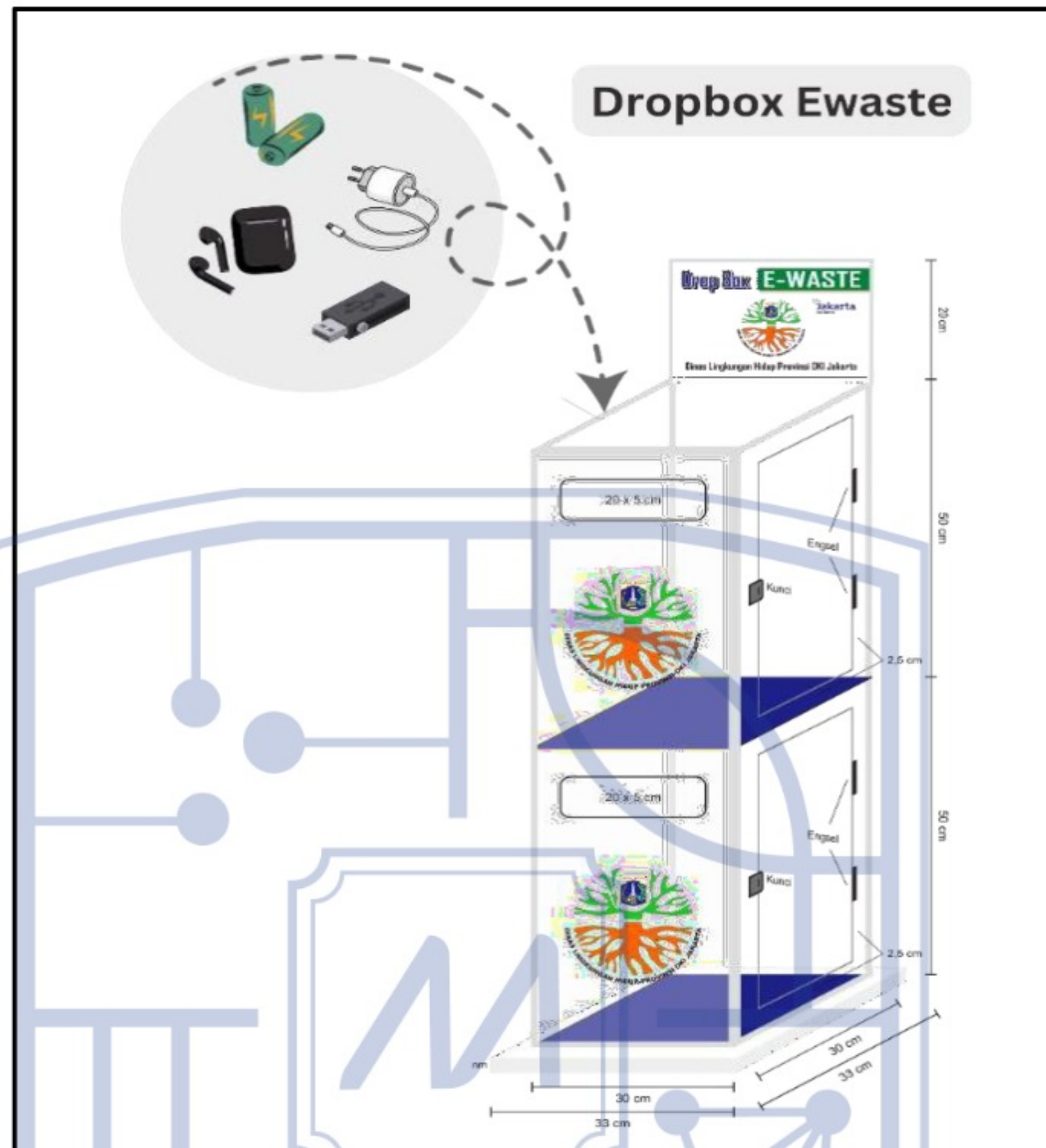
1. Memudahkan masyarakat dalam menyalurkan limbah yang tidak lagi dipakai dengan cara yang terarah.
2. Mengurangi pembuangan limbah sembarangan, terutama limbah berbahaya seperti komponen elektronik yang mengandung logam dan bahan B3.
3. Mendukung program daur ulang dan ekonomi sirkular dengan memisahkan limbah elektronik dari sampah rumah tangga biasa [13].

Contoh penerapan *Dropbox* yang sudah ada di Indonesia yaitu *Dropbox e-waste* di DKI Jakarta. Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan menempatkan wadah pengumpulan di berbagai fasilitas publik. Warga dapat membuang perangkat elektronik, seperti *smartphone*, baterai, charger, kabel, dan perangkat yang mengandung limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun). Lalu, limbah ini dikirim ke pengolahan berizin untuk dikelola sesuai standar lingkungan[15].

Terdapat 34 lokasi *Dropbox e-waste* di Jakarta (khusus *e-waste* kecil seperti *smartphone*, charger, kabel, *earphone*, dan lainnya), yaitu sebagai berikut [16]:

Tabel 2.1 Lokasi *Dropbox* DKI Jakarta

No.	Titik <i>Dropbox</i>	Lokasi Penempatan
1.	10 Titik di Halte Transjakarta	1. Halte Kampung Melayu; 2. Halte Cawang Sentral; 3. Halte Pulo Gadung; 4. Halte <i>Flyover</i> Pramuka 2; 5. Halte Harmoni; 6. Halte Kota; 7. Halte Tegal Mampang; 8. Halte Blok M; 9. Halte Simpang Ragunan; 10. Halte Bundaran HI Astra.
2.	19 Titik di Kantor Pemerintahan	1. 2 <i>Dropbox</i> di Balai Kota DKI Jakarta; 2. 6 <i>Dropbox</i> di Kantor Walikota; 3. 8 <i>Dropbox</i> di Kecamatan Tebet dan Kelurahannya; 4. 1 <i>Dropbox</i> di Glora; 5. 1 <i>Dropbox</i> di Gedung LLHD; 6. 1 <i>Dropbox</i> di Kantor DLH.
3.	3 Titik di Perusahaan Swasta	1. 1 <i>Dropbox</i> di Jakarta Tank Terminal/JTT; 2. 1 <i>Dropbox</i> di PT GlaxoSmithKline/GSK; 3. 1 <i>Dropbox</i> di Johnson & Johnson/JJ.
4.	Titik Lainnya	1. 1 <i>Dropbox</i> di Stasiun KRL Cikini; 2. 1 <i>Dropbox</i> di Sekolah dan Kampus IBI Kosgoro.



Gambar 2.2 *Dropbox* DKI Jakarta

Gambar 2.2 menunjukkan contoh desain *Dropbox e-waste* yang digunakan di Provinsi DKI Jakarta sebagai tempat pengumpulan *e-waste* kecil. *Dropbox* ini merupakan fasilitas resmi yang ditempatkan di 34 lokasi yang sudah dijelaskan di atas [15], [16], [17], [18]. Peletakan *Dropbox* ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat membuang *e-waste* seperti baterai, charger, *earphone*, *flashdisk*, dan perangkat elektronik lainnya. Pada bagian atas *Dropbox* terdapat penanda dan logo DLHK DKI Jakarta. Struktur *Dropbox* dilengkapi kompartemen bertingkat dengan pintu dan kunci, sehingga memudahkan proses penyimpanan sementara sebelum *e-waste* dikirim ke fasilitas pengolahan berizin [16], [17], [18].

Selain DKI Jakarta, Kota Medan juga sudah memiliki beberapa titik pembuangan *e-waste*, yaitu [19]:

a. Azko Juanda Medan

Pada tanggal 1 sampai 2 Februari 2025, Azko Juanda menyelenggarakan kegiatan edukasi lingkungan melalui *workshop* dan aktivitas olahraga, sekaligus menyediakan

fasilitas *Dropbox e-waste* agar masyarakat dapat mengenal mekanisme pembuangan limbah elektronik yang lebih bertanggung jawab.

b. Kantor Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Medan

DLHK Medan menyediakan *Dropbox* resmi yang dapat digunakan masyarakat untuk membuang limbah elektronik secara aman dan legal.

c. Mall Centre Point Medan

Pusat perbelanjaan ini telah mulai menyediakan fasilitas *Dropbox* khusus untuk *e-waste* sebagai alternatif pembuangan bagi masyarakat yang sering beraktivitas di area komersial.

d. PT Arah Environmental Indonesia - Medan

Berlokasi di Jl. Bahagia By Pass No. 6A, Sudirejo I, Medan Kota. Perusahaan ini menerima dan mengelola limbah elektronik dari masyarakat maupun institusi.

e. Bank Sampah Induk New Normal (Ring Road)

Berlokasi di Jl. Setia Budi Gg. Mekar Mulyo No. 24 Pasar 1, Tanjung Sari. Tempat ini menerima beragam sampah daur ulang dan perlu konfirmasi terlebih dahulu terkait penerimaan *e-waste*.

2.4 Business Plan

Business plan atau yang dikenal dengan perencanaan bisnis merupakan dokumen tertulis yang menguraikan ide bisnis berasal dari faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh pada peluncuran bisnis baru karena dapat mempengaruhi masa depan dan pengambilan keputusan perusahaan [20]. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri dan dapat dikendalikan secara langsung oleh perusahaan. Faktor ini berkaitan dengan kemampuan, sumber daya, dan kondisi struktur bisnis. Faktor internal ini menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan (*strength* dan *weakness*) dan sangat berpengaruh pada strategi operasional, *positioning*, serta diferensiasi bisnis.

Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan dan tidak dapat di kontrol langsung, tetapi dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis dan strategi perencanaan. Faktor eksternal meliputi, kondisi pasar dan tren industri, kebijakan pemerintah atau regulasi, kondisi ekonomi dan daya beli masyarakat, perkembangan teknologi global, dan kompetitor persaingan [21]. Faktor eksternal ini menjadi peluang dan ancaman perusahaan (*opportunity* dan *threat*).

Sebuah bisnis tidak mungkin dapat maju dan berkembang dengan baik jika hanya berfokus pada uang dan mengejar keuntungan tanpa mempersiapkan sistem dan strategi manajemen yang baik. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan bisnis (*business plan*) yang matang sebelum memulai bisnis agar siap menghadapi segala risiko di masa depan. *Business*

plan juga dapat meyakinkan calon *investor* bahwa perencanaan usaha sudah dirancang secara terstruktur berdasarkan data, analisis, dan asumsi yang dapat dipertanggungjawabkan [20].

Ada beberapa elemen *business plan* yaitu [20]:

1. *Summary (Executive Summary)*

Executive summary menjelaskan uraian singkat yang terdiri dari kurang lebih satu sampai dua halaman yang membahas tentang keseluruhan bisnis seperti latar belakang proyek, inisiator, target pasar, manajemen proyek, dan kelayakan finansial proyek secara umum.

2. Deskripsi bisnis

Deskripsi bisnis menjelaskan gambaran singkat mengenai bisnis secara spesifik mulai dari visi-misi perusahaan, tujuan perusahaan, bentuk perusahaan hingga target fokus dari perusahaan untuk pengguna produk atau layanan jasa yang diproduksi atau ditawarkan oleh perusahaan untuk mengerti potensi yang dimiliki oleh perusahaan dalam bersaing di pasar dan kompetitor bisnis.

3. Analisis Pasar

Analisis pasar menjelaskan interaksi yang terjadi antara permintaan dan penawaran yang terjadi didalam pasar yang diperlukan dalam perencanaan bisnis yang efektif untuk memberikan informasi mengenai kondisi pasar yang sedang tren dan mengetahui kebutuhan konsumen untuk membantu dalam pengambilan keputusan perusahaan. Salah satu contoh analisis pasar yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*).

4. Produk dan layanan

Produk dan layanan menjelaskan barang-barang atau jasa yang tersedia secara spesifik yang diproduksi maupun yang ditawarkan kepada *customers* mengenai informasi produk maupun layanan, manfaatnya hingga harga yang akan dikenakan.

5. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dan penjualan menjelaskan cara perusahaan dalam mendistribusikan produk maupun layanan jasa yang telah diproduksi secara spesifik. Strategi pemasaran yang digunakan termasuk *digital marketing* dan *offline marketing*.

6. Struktur Organisasi dan Manajemen

Struktur organisasi dan manajemen menjelaskan tata kelola tim manajemen perusahaan dan organisasi secara spesifik, dirancang untuk penggunaan internal perusahaan. Membahas mengenai rencana, lokasi fisik bisnis, fasilitas, peralatan yang diperlukan, kebutuhan

karyawan, kebutuhan inventaris, serta pemasok hingga jadwal kegiatan operasional bisnis sehari-hari dan tanggung jawab masing-masing tim.

7. *Financial Plan* (Rencana Keuangan)

Rencana keuangan menjelaskan pencapaian laba, kebutuhan pendanaan, proyeksi pendapatan dan target proyeksi keuangan untuk beberapa tahun ke depan.

8. Ancaman dan Kesempatan

Ancaman dan kesempatan menjelaskan elemen yang mendeteksi dan menilai potensi risiko yang mungkin akan dihadapi perusahaan. Termasuk risiko internal, seperti masalah operasional, dan risiko eksternal, seperti perubahan pasar, tren, persaingan bisnis, hingga peraturan dan regulasi baru.

9. *Business plan Appendices* (Lampiran dan Dokumen Pendukung)

Business plan appendices atau lampiran dan dokumen pendukung dari perusahaan yang berisikan asumsi mengenai informasi tambahan yang relevan dengan rencana bisnis seperti laporan riset pasar dan data statistik, dokumen hukum serta profil tim manajemen yang tersusun secara rapi agar mudah diakses.

Contoh studi kasus penerapan *business plan* pada perusahaan ECOBATT Indonesia (perusahaan pengelolaan *e-waste* baterai) [3], [13].

Tabel 2.2 Studi Kasus Perusahaan ECOBATT

No.	Elemen <i>Business plan</i>	Penjelasan
1.	<i>Executive Summary</i>	ECOBATT Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengumpulan, pemanfaatan, dan pengolahan limbah baterai bekas elektronik. Perusahaan berfokus menyediakan layanan pengumpulan baterai dari masyarakat, retail, industri, dan institusi formal untuk diproses menjadi material baru yang dapat digunakan kembali. Perusahaan menargetkan pengolahan 150 ton baterai bekas pada tahun pertama operasi.
2.	Deskripsi Bisnis	ECOBATT menjalankan bisnis pemulihan material baterai yang mengandung logam berharga seperti Lithium, Cobalt, dan Nikel. Bentuk badan usaha adalah Perseroan Terbatas. Visi perusahaan adalah menjadi pengelola limbah baterai berskala nasional, sedangkan misinya adalah meminimalkan dampak lingkungan dan menjalankan prinsip <i>circular economy</i> pada sektor elektronik.
3.	Analisis Pasar	Pertumbuhan perangkat elektronik dan kendaraan listrik meningkat di Indonesia, menghasilkan volume

		baterai bekas yang terus bertambah. Berdasarkan Global <i>e-waste monitor</i> 2024, volume <i>e-waste</i> meningkat setiap tahun secara signifikan. Kompetitor yang fokus khusus baterai masih terbatas. SWOT: <i>Strength</i> fasilitas dan izin B3, <i>Weakness</i> biaya operasional tinggi, <i>Opportunity</i> tren kendaraan listrik dan <i>sustainability</i> , <i>Threat</i> perubahan regulasi dan impor baterai.
4.	Produk dan Layanan	Produk utama ECOBATT berupa material hasil <i>recovery</i> dari proses <i>recycling</i> seperti Lithium Carbonate, Nikel Sulfate, dan Kobalt. Layanan perusahaan meliputi pengumpulan baterai bekas dari retail dan industri, pemilahan limbah, pemrosesan, hingga <i>delivery</i> kembali kepada sektor industri untuk <i>reuse manufacturing</i> .
5.	Strategi Pemasaran	Perusahaan memasarkan layanan melalui kerja sama industri otomotif, perusahaan elektronik, <i>marketplace</i> sparepart dan program CSR perusahaan besar. Digital marketing berjalan melalui edukasi publik, <i>webinar sustainability</i> , dan kampanye media sosial terkait pemanfaatan ulang baterai.
6.	Struktur Organisasi & Manajemen	ECOBATT dipimpin oleh CEO dengan tim CTO, CFO, CMO, <i>Head Operasional</i> , dan beberapa teknisi plant. Perusahaan memiliki fasilitas pengolahan khusus dan laboratorium internal untuk memurnikan material baterai.
7.	Rencana Keuangan	Perusahaan memperoleh pendapatan dari penjualan hasil ekstraksi material baterai serta <i>fee</i> kerja sama pengangkutan limbah. Target pendapatan tahun pertama Rp14 Miliar dengan BEP di tahun kedua berjalan.
8.	Ancaman dan Kesempatan	Ancaman utama berupa fluktuasi harga logam di pasar global dan biaya energi tinggi. Kesempatan berasal dari dorongan pemerintah transisi energi, peningkatan populasi EV, dan program <i>circular economy</i> nasional.
9.	Lampiran Pendukung	Lampiran berupa dokumen izin usaha pengelolaan limbah B3, data volume baterai bekas nasional, hasil riset potensi metal <i>recovery</i> , struktur pabrik, dan profil tim RnD.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT dijelaskan sebagai kerangka pemikiran perencanaan strategi dalam menyusun strategi bisnis baru untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai targetnya [6]. SWOT digunakan dalam menilai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan serta kesempatan dan peluang hingga tantangan yang akan dihadapi perusahaan.

Analisis ini mencakup upaya untuk mengenali elemen yang menentukan kinerja perusahaan. Elemen yang terkandung dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut [6]:

1. *Strength*, diartikan sebagai sumber daya, keterampilan dan keunggulan yang dimiliki para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar.
2. *Weakness*, adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapasitas yang menghambat kinerja perusahaan.
3. *Opportunity*, diartikan sebagai hal yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan yang menjadi salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi, hubungan yang baik antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok.
4. *Threat*, adalah hal yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan yang menghambat kesuksesan perusahaan. Ancaman yang mengganggu perusahaan, seperti adanya peraturan-peraturan baru dari pemerintah.

Tahapan yang dilakukan untuk analisis SWOT adalah sebagai berikut [6]:

1. Identifikasi aspek-aspek yang akan dinilai dalam suatu organisasi.
2. Susun instrumen untuk melakukan *assessment* atau pembobotan.
3. Lakukan pembobotan berdasarkan kondisi seobjektif mungkin.
4. Hitung bobot keseluruhan, tarik kesimpulan, dan susun langkah berdasarkan hasil analisis.

Alat untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah Matriks SWOT. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan menilai berbagai hal yang kemudian diterapkan dalam matriks SWOT. Hasil analisis menghasilkan 4 kemungkinan strategis di mana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dihasilkan yaitu: strategi SO (*Strength and Opportunity*), strategi ST (*Strength and Threat*), strategi WO (*Weakness and Opportunity*), dan strategi WT (*Weakness and Threat*) [6].

Tabel 2.3 Matrix SWOT

Faktor Internal & Faktor Eksternal	Kekuatan (S) <i>Strengths</i>	Kelemahan (W) <i>Weakness</i>
Kesempatan (O) <i>Opportunity</i>	Strategi SO Kembangkan semua strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan ambil peluang yang ada.	Strategi WO Kembangkan semua strategi dengan memanfaatkan peluang untuk atasi kelemahan.

Ancaman <i>Threats</i>	(T)	Strategi ST Kembangkan semua strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi WT Kembangkan semua strategi untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.
---------------------------	-----	--	--

Berikut penjabaran matriks SWOT di atas [6]:

1. Strategi *Strength and Opportunity* (SO), strategi ini dibuat berdasarkan cara pemikiran perusahaan dengan melihat kekuatan dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi *Strength and Threats* (ST), strategi ini dibuat dengan kolaborasi kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari semua ancaman.
3. Strategi *Weakness and Opportunity* (WO), strategi ini memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan setiap kelemahan yang ada.
4. Strategi *Weakness and Threats* (WT), strategi ini bersifat defensif dengan meminimalkan kelemahan dan setiap ancaman yang ada.

Berikut contoh matriks analisis SWOT perusahaan ECOBATT Indonesia [6]:

Tabel 2.4 Contoh Matriks Analisis SWOT

Kategori	Jenis Strategi	
Kesempatan (O) <i>Opportunity</i>	Strategi SO 1. Menggunakan teknologi <i>recovery</i> material yang dimiliki untuk memenuhi permintaan material baterai daur ulang bagi industri kendaraan listrik. 2. Memperluas kerja sama strategis dengan pabrik EV nasional dan distributor elektronik yang membutuhkan <i>supply</i> material metal berkelanjutan. 3. Menawarkan program <i>Circular Material Partnership</i> dengan perusahaan otomotif untuk memenuhi target ESG mereka.	Strategi WO 1. Memperbaiki edukasi publik melalui kampanye daring dan kolaborasi CSR untuk meningkatkan <i>supply</i> baterai bekas dari masyarakat. 2. Mendorong investasi pendanaan eksternal untuk meningkatkan kapasitas <i>processing plant</i> agar dapat menjangkau permintaan pasar yang lebih besar. 3. Mengembangkan kerja sama integrasi <i>reverse logistics</i> dengan retail elektronik agar <i>supply</i> tidak bergantung hanya pada titik tertentu.
Ancaman (T) <i>Threats</i>	Strategi ST 1. Memperkuat standarisasi kualitas ekstraksi dan transparansi proses agar harga jual material tetap	Strategi WT 1. Melakukan diversifikasi sumber <i>supply e-waste</i> baterai melalui kolaborasi

	kompetitif meskipun pasar metal berfluktuasi. 2. Menjaga sertifikasi legal dan standar K3 ketat untuk mengurangi risiko kecelakaan dan memperkuat kepercayaan industri. 3. Mengembangkan kontrak jangka panjang dengan industri otomatis untuk mengurangi risiko penurunan harga global metal.	multi sektor (kampus, mall, <i>marketplace</i>, komunitas) sehingga <i>supply</i> lebih stabil. 2. Mengembangkan sistem manajemen risiko dan SOP operasional kimia berbasis standar internasional untuk meminimalisir hazard operasional. 3. Mempercepat peningkatan kapasitas <i>plant</i> bertahap untuk mencegah ketergantungan terhadap import metal yang bisa memicu tekanan kompetitif.
--	--	---

2.6 Marketing Mix

Marketing mix merupakan pendekatan strategi pemasaran yang digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran produk agar mampu meningkatkan nilai dan kepuasan konsumen. Konsep awal *marketing mix* diperkenalkan oleh E. Jerome McCarthy pada tahun 1960 melalui buku berjudul “*Basic Marketing: A Managerial Approach*” yang membagi bauran pemasaran ke dalam empat elemen utama (4P) yaitu *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion* [6]. Seiring perkembangan bisnis modern, model ini kemudian diperluas menjadi 7P untuk mengakomodasi sektor jasa, dimana tiga elemen tambahan yang dimasukkan adalah *People*, *Process* dan *Physical Evidence*. Perluasan konsep tersebut menjadikan 7P sebagai kerangka pemasaran yang lebih komprehensif dan masih relevan digunakan dalam berbagai sektor industri hingga saat ini. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa penerapan *marketing mix* 7P berpengaruh signifikan dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen di berbagai sektor layanan kontemporer[6]



Gambar 2.3 Tujuh Elemen Penting Marketing mix

Gambar 2.3 merupakan 7 elemen kunci yang ada pada *Marketing mix*. Berikut penjelasan konsep 7P *marketing mix* [22].

1. *Product* (Produk)

Produk adalah barang atau jasa yang memberikan nilai manfaat kepada konsumen. Apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan maka disebut sebagai produk. Produk sangat bergantung pada pengalaman sehingga menciptakan kesan yang tidak terlupakan. Untuk memasarkan produk atau layanan secara efektif, perlu menentukan perbedaan produk dan layanan dari pesaing.

2. *Price* (Harga)

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Harga sangat menentukan laku tidaknya produk atau layanan yang ditawarkan. Pemasaran memerlukan keahlian untuk mempertimbangkan biaya yang terkait dengan penelitian, pengembangan, manufaktur, pemasaran, dan distribusi, yaitu penetapan harga berdasarkan biaya. Penentuan harga didasarkan pada kualitas atau nilai suatu produk atau layanan yang dirasakan konsumen.

3. *Place* (Tempat)

Konsep ini berfokus pada saluran distribusi dan cara dimana produk atau jasa disediakan dan dijangkau oleh pelanggan. Pemilihan lokasi untuk sebuah bisnis sangat berpengaruh pada minat pelanggan. Lokasi sering kali menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat

kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Menentukan lokasi penjual yang sesuai dengan target pasar, apakah itu untuk kalangan *bottom*, *middle*, atau *up*.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah cara untuk meraih target pemasaran yang belum di raih. Promosi merupakan aktivitas mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali transaksi, tetapi melakukan pembelian berulang. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen dan berusaha menarik calon konsumen yang baru [23]. Ada beberapa macam sarana promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk maupun layanan yaitu:

- a. Promosi adalah cara untuk meraih target pemasaran yang belum di raih. Promosi merupakan aktivitas mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali transaksi, tetapi melakukan pembelian berulang. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen dan berusaha menarik calon konsumen yang baru [23]. Ada beberapa macam sarana promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk maupun layanan yaitu: *Advertising* (Periklanan), dilakukan dengan media massa untuk menjangkau audiens luas, dengan cara pemasangan *billboard*, mencetak brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat belanja, memasang spanduk di lokasi yang strategis, pemasangan melalui koran, majalah, televisi, radio.
- b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), kegiatan jangka pendek untuk mendorong pembeli atau penggunaan jasa melalui insentif, seperti dapat diskon, voucher, *cashback*, kupon undian.
- c. *Personal Selling* (Penjualan Tatap Muka), dilakukan secara langsung oleh penjual ke calon pelanggan yang bersifat interaktif.
- d. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat), dilakukan seperti kegiatan sosial dan lingkungan untuk membangun citra baik dan kepercayaan masyarakat.
- e. *Digital Marketing* (Promosi Digital), dilakukan dengan media *online* dan teknologi digital untuk menjangkau konsumen lebih luas.
- f. *Event dan Sponsorship*, dilakukan melalui penyelenggaraan atau dukungan terhadap acara publik yang melibatkan target audiens.

5. *People* (Orang)

Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. *People* adalah semua orang yang terlibat dalam bisnis, termasuk di dalamnya terdapat karyawan maupun pelanggan. Perusahaan harus memastikan bahwa semua orang yang

terlibat dalam bisnis seperti karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen.

6. *Process* (Proses)

Dalam *marketing mix*, sistem dan proses memegang peranan penting untuk membangun layanan terbaik kepada konsumen. Proses mencakup semua prosedur dan kebijakan yang diterapkan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Proses yang baik dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical Evidence mencakup semua bukti fisik yang dapat membantu konsumen memahami produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan yang meliputi fasilitas fisik, merek, desain kemasan, dan lainnya. Perusahaan harus memastikan bahwa semua bukti fisik yang diberikan menunjukkan kualitas dan profesionalisme yang baik. Elemen ini penting untuk membangun kepercayaan pelanggan, seperti: tampilan toko atau *website*, logo, brosur, materi pemasaran lainnya, dan lingkungan fisik yang mendukung pengalaman pelanggan.



Gambar 2.4 Penerapan Marketing mix 7P Perusahaan SUBWAY

Gambar 2.4 merupakan contoh penerapan *marketing mix* 7P pada usaha makanan, Subway. Subway adalah jaringan restoran cepat saji internasional yang terkenal dengan menu *sandwich* dan salad yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan. Berikut adalah penerapan setiap elemen 7P dalam usaha Subway [23]:

Tabel 2.5 Elemen 7P Perusahaan SUBWAY

Elemen 7P	Penjelasan
<i>Product</i> (Produk)	Subway menawarkan berbagai jenis <i>sandwich</i> yang bisa disesuaikan dengan selera pelanggan. Mereka memiliki pilihan roti, daging, sayuran, dan saus yang dapat dipilih oleh pelanggan. Selain <i>sandwich</i> , Subway juga menjual salad, <i>wrap</i> dan minuman. Produk mereka dikenal dengan bahan-bahan segar dan pilihan yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan diet.
<i>Price</i> (Harga)	Subway memiliki berbagai pilihan harga yang terjangkau, dengan berbagai ukuran porsi sesuai dengan anggaran konsumen. Mereka juga menawarkan paket spesial atau combo yang lebih hemat, serta harga yang bervariasi berdasarkan jenis <i>sandwich</i> atau ukuran porsi yang dipilih. Harga yang ditawarkan cukup kompetitif, menjadikan pilihan favorit untuk makan cepat dengan harga terjangkau.
<i>Promotion</i> (Promosi)	Subway sering menawarkan promosi menarik seperti diskon, <i>buy 1 get 1</i> , atau potongan harga pada menu tertentu. Mereka juga sering mengadakan kampanye promosi musiman, seperti menu spesial atau diskon pada acara tertentu. Subway memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menarik perhatian anak muda dan menginformasikan tentang promosi atau menu baru.
<i>Place</i> (Tempat)	Subway memiliki lebih dari 40.000 gerai di seluruh dunia, yang tersebar di berbagai lokasi strategis seperti pusat perbelanjaan, bandara, dan pusat bisnis. Dengan konsep gerai cepat saji, Subway juga menyediakan layanan <i>take-away</i> dan pengantaran melalui aplikasi dan mitra pengantaran seperti GoFood atau GrabFood, memberikan kemudahan bagi pelanggan yang ingin menikmati makanan di rumah atau kantor.
<i>People</i> (Orang)	Subway mempekerjakan karyawan yang terlatih dalam memberikan layanan pelanggan yang cepat, ramah, dan efisien. Subway berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan, seperti saat mereka memilih bahan untuk <i>sandwich</i> mereka. Pelatihan bagi karyawan dilakukan untuk memastikan mereka dapat memberikan pengalaman yang konsisten dan memenuhi standar layanan.
<i>Process</i> (Proses)	Proses pemesanan di Subway cukup sederhana dan cepat. Pelanggan dapat memilih bahan untuk <i>sandwich</i> mereka, mulai dari jenis roti, daging, sayuran, hingga saus. Setelah itu, proses pembuatan <i>sandwich</i> dilakukan di depan pelanggan, memungkinkan mereka untuk melihat dan memilih bahan sesuai keinginan. Proses ini memungkinkan pelanggan merasa lebih puas karena mereka dapat mengontrol apa yang ada di dalam <i>sandwich</i> mereka.
<i>Physical Evidence</i> (Bentuk Fisik)	Gerai Subway didesain dengan suasana yang modern dan bersih, dengan tampilan yang ramah dan nyaman untuk pelanggan. Kemasan produk mereka juga dirancang praktis, terutama untuk <i>take-away</i> atau pengantaran, dengan bahan yang menjaga kesegaran makanan. Logo Subway yang ikonik, bersama

	dengan pesan yang jelas di setiap gerai, memudahkan pelanggan mengenali merek ini.
--	--

2.7 Flowchart

Dalam pengembangan bisnis, *flowchart* merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan alur kerja atau proses bisnis secara visual dan terstruktur. *Flowchart* (diagram alur) adalah suatu jenis diagram yang merepresentasikan algoritma atau langkah-langkah instruksi yang berurutan dalam suatu sistem. *Flowchart* biasanya digunakan sebagai bukti dokumentasi untuk menjelaskan gambaran logis sebuah sistem yang akan dibangun kemudian diberikan kepada programmer [24]. Tujuan pembuatan *flowchart* adalah untuk menggambarkan suatu tahapan penyelesaian terhadap suatu masalah secara sederhana, terurai, rapi dan jelas dapat menggunakan simbol-simbol yang standar.

Fungsi utama dari *flowchart* adalah memberi gambaran jalannya sebuah program dari satu proses ke proses lainnya, sehingga alur program menjadi mudah dipahami oleh semua orang. Selain itu, fungsi lain dari *flowchart* adalah untuk menyederhanakan rangkaian prosedur agar memudahkan pemahaman terhadap informasi tersebut. Berikut beberapa fungsi penting *flowchart*:

1. Visualisasi proses, memungkinkan pengguna untuk melihat langkah-langkah dalam proses secara jelas.
2. Komunikasi, memudahkan komunikasi antara anggota tim dengan menyajikan informasi dalam format yang mudah dipahami.
3. Analisis dan perbaikan proses, membantu dalam mengidentifikasi titik masalah dan area yang perlu diperbaiki.
4. Dokumentasi, sebagai dokumentasi untuk pelatihan dan referensi di masa depan.
5. Standardisasi proses, menetapkan standar operasi dan prosedur yang konsisten.

Ada beberapa macam jenis *flowchart* diantaranya, yaitu:

1. *Flowchart* Sistem (*System Flowchart*) adalah bagan yang menunjukkan alur kerja atau apa yang sedang dikerjakan di dalam sistem secara keseluruhan dan menjelaskan urutan dari prosedur yang ada dalam sistem.
2. *Flowchart* Dokumen (*Document Flowchart*) atau disebut juga bagan alir formulir (*form flowchart*) atau *paperwork flowchart* adalah bagan alir yang menunjukkan arus dari laporan dan formulir, termasuk bagaimana laporan diproses, dicatat, dan disimpan. Bagan alir dokumen ini menggunakan simbol yang sama dengan yang digunakan di bagan alir sistem.

3. *Flowchart* Skematik (*Schematic Flowchart*) adalah bagan alir yang mirip dengan bagan alir sistem, yaitu untuk menggambarkan prosedur di dalam sistem. Perbedaannya yaitu bagan alir skematik selain menggunakan simbol bagan alir sistem, juga menggunakan gambar komputer dan peralatan lainnya yang digunakan.
4. *Flowchart* Program (*Program Flowchart*) adalah bagan alir yang menjelaskan secara rinci langkah dari proses program. *Flowchart* ini terdiri dari dua macam, yaitu bagan alir logika program (*program logic flowchart*) dan bagan alir program komputer terinci (*detailed computer program flowchart*). Bagan alir logika program digunakan untuk menggambarkan setiap langkah dalam program komputer secara logika. Bagan alir logika program ini dipersiapkan oleh analis sistem.
5. *Flowchart* Proses (*Process Flowchart*) adalah teknik penggambaran rekayasa industrial yang memecah dan menganalisis langkah-langkah selanjutnya dalam suatu prosedur atau sistem. *Flowchart* proses digunakan oleh rekayasa industrial dalam mempelajari dan mengembangkan proses manufaktur.

Adapun langkah-langkah dalam pembuatan *flowchart*:

1. Tentukan tujuan *flowchart*, apakah *flowchart* yang dibuat untuk menjelaskan proses bisnis, algoritma pemrograman, atau alur kerja sebuah proyek. Dengan menentukan tujuan akan memudahkan dalam memilih simbol dan tingkat detail yang dibutuhkan.
2. Identifikasi langkah-langkah proses. Tuliskan semua langkah yang terlibat dalam proses secara berurutan. Misalnya, jika ingin membuat *flowchart* untuk proses *log in* aplikasi dimulai dari memasukkan *username* dan *password*, sistem akan memverifikasi data, jika data sudah benar, pengguna masuk ke halaman utama, jika salah, muncul pesan error. Langkah ini penting agar *flowchart* tidak melewatkan bagian penting dari proses.
3. Pilih simbol *flowchart* yang tepat. Gunakan simbol sesuai fungsinya agar *flowchart* mudah dipahami oleh siapa pun.
4. Tentukan arah alur. Arah alur biasanya dari atas ke bawah atau dari kiri ke kanan. Pastikan semua panah mengarah dengan konsisten, sehingga pembaca tidak bingung saat mengikuti proses.
5. Gambar *draft flowchart* dengan menggunakan kertas atau *software* desain untuk membuat *draft* pertama. Tidak perlu rapi di awal, yang penting semua langkah sudah tergambar sesuai urutan.
6. *Review* dan sederhanakan. *Flowchart* yang baik adalah sederhana tapi jelas. Hindari langkah yang terlalu rumit atau simbol yang berlebihan. Jika satu proses bisa dijelaskan dalam dua atau tiga langkah, jangan memecahnya menjadi terlalu banyak.

7. Finalisasi dan simpan. Setelah yakin *flowchart* yang sudah benar, buat versi final dengan rapi dan mudah dibaca. Simpan dalam format digital agar bisa dibagikan dengan mudah ke anggota tim atau digunakan di dokumen resmi.

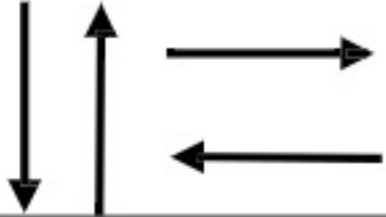
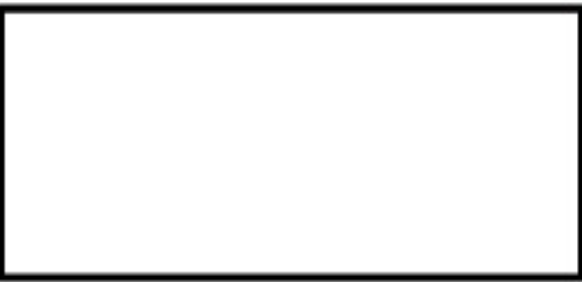
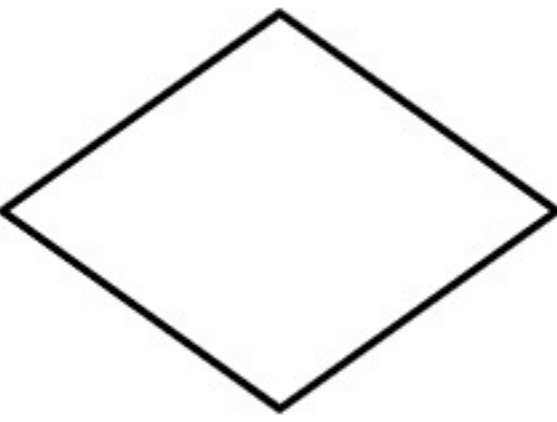
Meski terlihat sederhana, ada beberapa kesalahan umum yang sering dilakukan pemula:

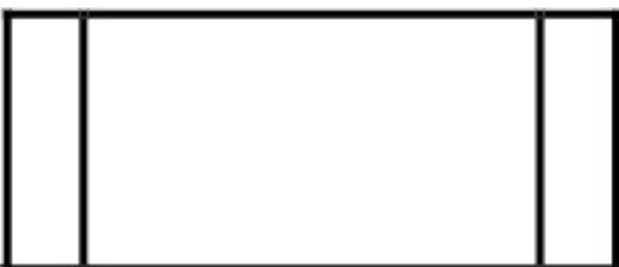
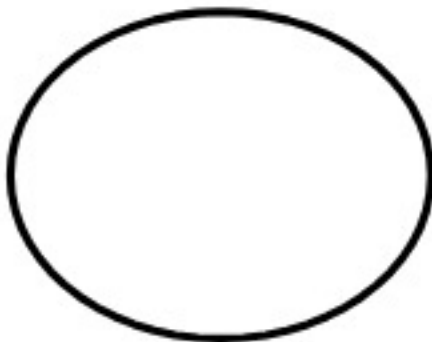
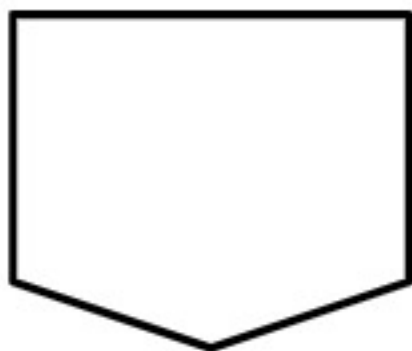
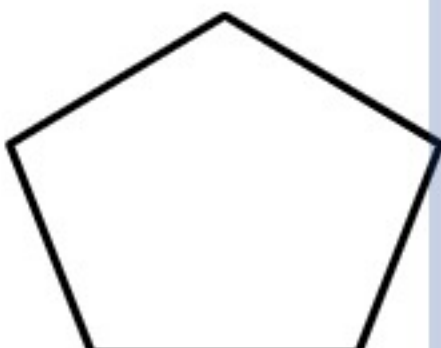
- Menggunakan simbol secara asal tanpa mengikuti standar.
- Tidak memperhatikan alur yang konsisten sehingga sulit diikuti.
- Melewatkan langkah penting karena kurang riset.
- Terlalu banyak detail yang membuat *flowchart* jadi membingungkan.

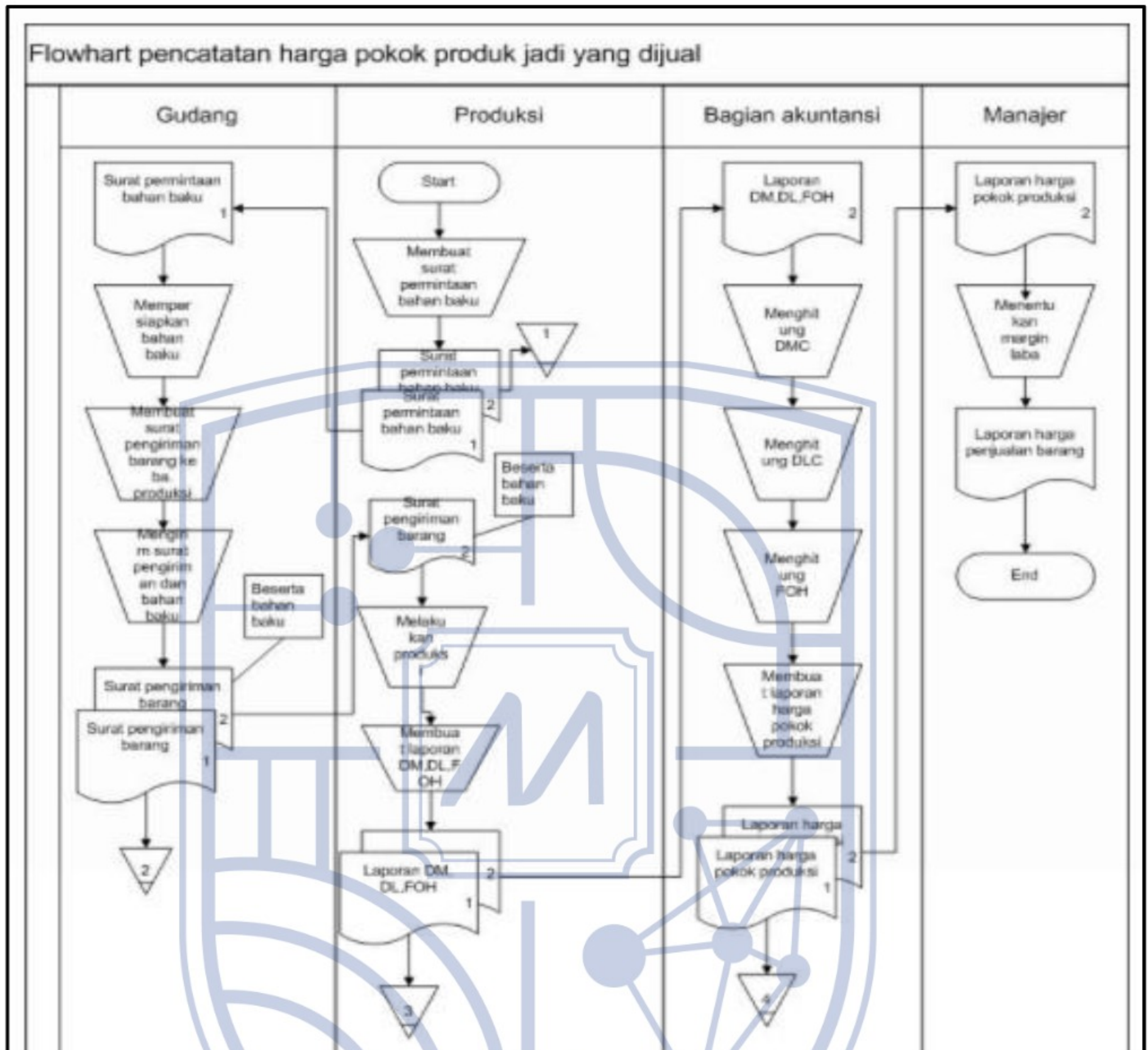
Dengan adanya *flowchart* ini, setiap urutan proses dapat digambarkan secara jelas, maka dari itu ketika ada penambahan proses baru dapat dilakukan dengan mudah menggunakan *flowchart* ini, jika *flowchart* sudah selesai dibuat, maka programmer akan menjerumahkan desain logis tersebut kedalam bentuk program dengan berbagai bahasa pemrograman yang telah disepakati[25].

Dalam *flowchart* terdapat simbol-simbol yang digunakan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.6 Simbol Flowchart

Nama Simbol	Simbol	Keterangan
	<i>Terminator Point Symbol</i> / Simbol Titik Terminal	Simbol yang digunakan sebagai permulaan (<i>start</i>) atau akhir (<i>stop</i>) dari suatu proses.
	<i>Direction Symbol</i> / Simbol Arus	Simbol yang digunakan untuk menghubungkan simbol satu dengan simbol yang lain (<i>connecting line</i>)
	<i>Processing Symbol</i> / Simbol Proses	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan kegiatan yang dilakukan oleh komputer. Simbol ini menggambarkan kegiatan inspeksi atau yang biasa dikenal dengan simbol inspeksi.
	<i>Decision Symbol</i> / Simbol Keputusan	Simbol yang digunakan untuk memilih proses atau keputusan berdasarkan kondisi yang ada. Simbol ini biasanya ditemui pada <i>Flowchart</i> program.
	<i>Input-Output Symbol</i> / Simbol Keluar-Masuk	Simbol yang menunjukkan proses <i>input-output</i> yang terjadi tanpa bergantung dari jenis peralatannya.

	<i>Predefined Process</i> / Simbol Proses Terdefinisi	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan pelaksanaan suatu bagian prosedur (sub-proses). Dengan kata lain, prosedur yang terinformasi di sini belum detail dan akan dirinci di tempat lain.
	<i>Connector (On-Page)</i>	Simbol yang fungsinya untuk menyederhanakan hubungan antar simbol yang letaknya berjauhan atau rumit bila dihubungkan dengan garis dalam satu halaman.
	<i>Connector (Off-Page)</i>	Simbol yang digunakan untuk menghubungkan simbol dalam halaman berbeda. Label dari simbol ini dapat menggunakan huruf atau angka.
	<i>Preparation Symbol</i> / Simbol Persiapan	Simbol yang digunakan untuk mempersiapkan penyimpanan di dalam <i>storage</i> .
	<i>Manual Input Symbol</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan <i>input</i> data secara manual menggunakan <i>online keyboard</i> .
	<i>Manual Operation Symbol</i> / Simbol Kegiatan	Manual simbol yang digunakan untuk menunjukkan kegiatan atau proses yang tidak dilakukan oleh komputer.
	<i>Display Symbol</i>	Simbol yang menyatakan penggunaan peralatan <i>output</i> , seperti layar monitor, printer, plotter dan lain sebagainya.
	<i>Delay Symbol</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan proses <i>delay</i> (menunggu) yang perlu dilakukan. Seperti menunggu surat untuk diarsipkan.



Gambar 2.5 Contoh Flowchart Pencatatan Harga Pokok Produk Jadi yang dijual

Gambar 2.5 menunjukkan contoh Gambar *flowchart* sistem pencatatan harga pokok produk jadi yang dijual. *Flowchart* ini menggambarkan alur kerja lintas bagian yaitu gudang, produksi, akuntansi, dan manajer dalam proses menentukan harga pokok produksi hingga menghasilkan laporan penjualan akhir. Proses dimulai dari bagian produksi yang membuat surat permintaan bahan baku, kemudian gudang menyiapkan dan mengirimkan bahan baku tersebut. Setelah produksi menerima bahan baku, proses produksi dilakukan hingga menghasilkan laporan biaya produksi yang meliputi *Direct Material* (DM), *Direct Labor* (DL), dan *Factory Overhead* (FOH). Laporan tersebut kemudian diserahkan ke bagian akuntansi untuk dihitung masing-masing komponen biaya (DMC, DLC, FOH) dan disusun menjadi laporan harga pokok produksi. Laporan harga pokok produksi yang sudah selesai kemudian diserahkan kepada manajer untuk menentukan margin laba dan menghasilkan

laporan harga penjualan barang. *Flowchart* ini menunjukkan keterkaitan antar divisi, arus dokumen, serta urutan prosedur yang sistematis dan terstruktur agar penentuan harga pokok produk dapat dilakukan secara tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

2.8 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah data keuangan mengenai kondisi keuangan perusahaan pada saat ini maupun periode yang akan datang, terdiri atas neraca dan perhitungan laba-rugi, dari hasil operasional perusahaan dengan laporan yang berkaitan dengan perubahan ekuitas perusahaan [26].

Sifat laporan keuangan berdasarkan praktiknya dibagi menjadi 2 kelompok [26]:

1. Bersifat historis, artinya laporan keuangan dibuat dan disusun dari data masa lalu atau masa yang sudah lewat dari masa sekarang.
2. Bersifat menyeluruh, artinya laporan keuangan dibuat selengkap mungkin yang disusun sesuai standar yang telah ditetapkan.

Laporan keuangan dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak yang berkepentingan. Pembuatan laporan keuangan memiliki tujuan yang ingin dicapai untuk mempermudah pihak yang membutuhkan informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan. Tujuannya adalah menyediakan informasi menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan dalam pengambilan keputusan ekonomi [26].

Tujuan dibuatnya laporan keuangan yaitu [26]:

1. Memberikan informasi jenis dan jumlah aktiva (harta) perusahaan.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal perusahaan.
3. Memberikan informasi jumlah pendapatan yang diperoleh.
4. Memberikan informasi biaya dan pengeluaran perusahaan.
5. Memberikan informasi tentang perubahan aset, pasiva, dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi kinerja manajemen perusahaan.
7. Memberikan informasi dari catatan tambahan laporan keuangan.

2.8.1 Jenis Laporan Keuangan

Umumnya laporan keuangan terbagi menjadi lima jenis laporan. Berikut penjelasan jenis laporan keuangan dan pengertiannya [26]:

a) Laporan Laba Rugi (*Income Statement*):

Laba rugi merupakan laporan yang menyajikan kinerja keuangan suatu perusahaan selama periode waktu tertentu, biasanya satu tahun fiskal atau satu kuartal. Laporan laba rugi memiliki beberapa istilah seperti *statement of profit and loss*, *statement of financial*

performance, *revenue statement*, *operating statement*, dan *statement of financial performance*. Laporan ini mencatat semua pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan serta semua biaya dan kerugian selama periode yang sama. Komponen yang terdapat dalam laporan laba rugi yaitu penjualan (pendapatan), harga pokok penjualan, laba kotor, biaya operasi, laba kotor (operasional), penyusutan, pendapatan bersih operasi, pendapatan lainnya, biaya bunga, pajak, dan lainnya [27].

Laporan laba rugi disusun menjadi 2 yaitu [27]:

- a. Bentuk Tunggal (*Single Step*). Laba rugi *single step* (*single-step income statement*) merupakan bentuk *income statement* yang paling sederhana dan mudah dipahami, karena tidak memisahkan antara jenis pendapatan dan biaya tertentu. Kelemahan laporan ini adalah kurang memberikan informasi yang cukup mendetail. Contoh *Single Step Income Statement*:
- b. Bentuk Majemuk (*Multiple Step*). Laba rugi *multiple step* (*multiple-step income statement*) merupakan bentuk laporan yang lebih rinci. Laporan ini memisahkan antara jenis pendapatan dan biaya tertentu yang menjadi beberapa kategori, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih mendetail mengenai kinerja keuangan perusahaan. Laba rugi *multiple step* merincikan kinerja keuangan perusahaan, termasuk hal margin laba kotor, margin laba operasional, dan laba bersih.

The original financial statements included herein are in the Indonesian language.

PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)			PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME For the year ended December 31, 2024 (Expressed in Indonesian Rupiah, unless otherwise stated)		
Tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember/ Year ended December 31,					
	2024	Catatan/ Notes	2023		
Pendapatan dari kontrak dengan pelanggan	8.002.904.770.455	24	6.337.428.625.946	Revenue from contracts with customers	
Beban pokok penjualan	(7.456.859.784.077)	25	(5.991.507.432.986)	Cost of goods sold	
LABA BRUTO	546.044.986.378		345.921.192.960	GROSS PROFIT	
BEBAN USAHA				OPERATING EXPENSES	
Beban penjualan	(99.903.828.191)	26	(102.632.458.135)	Selling expenses	
Beban umum dan administrasi	(63.164.685.016)	27	(57.295.759.708)	General and administrative expenses	
Laba/(rugi) selisih kurs - neto	4.467.667.992		(465.973.815)	Gain/(loss) on foreign exchange - net	
Laba/(rugi)/pelepasan aset tetap	722.776.835	12	(1.676.790.676)	Gain/(loss) on disposal of fixed assets	
Pendapatan operasi lain-lain - neto	2.816.904.770	28	3.179.477.446	Other operating income - net	
Jumlah beban usaha	(155.061.163.610)		(158.891.504.888)	Total operating expenses	
LABA USAHA	390.983.822.768		187.029.688.072	OPERATING PROFIT	
PENGHASILAN/(BEBAN) LAIN-LAIN				OTHER INCOME/(EXPENSES)	
Pendapatan bunga	27.194.351.656		10.781.760.201	Interest income	
Pajak final atas pendapatan bunga	(5.429.492.714)		(2.001.998.537)	Final tax on interest income	
Pendapatan bunga - neto setelah dikurangi pajak final	21.764.858.942		8.779.761.664	Interest income - net of final tax	
Beban bunga	-		(1.828.626)	Interest expense	
Pendapatan lain-lain - neto	21.764.858.942		8.777.933.038	Other income - net	
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN BADAN	412.748.681.710		195.807.621.110	PROFIT BEFORE CORPORATE INCOME TAX	
BEBAN PAJAK PENGHASILAN BADAN				CORPORATE INCOME TAX EXPENSE	
Kini	(88.404.120.731)	17d	(40.493.104.343)	Current	
Tangguhan	597.955.470	17d	(1.739.737.143)	Deferred	
Jumlah beban pajak penghasilan badan	(87.806.165.261)		(42.232.841.486)	Total corporate income tax expense	
LABA TAHUN BERJALAN	324.942.516.449		153.574.779.624	PROFIT FOR THE YEAR	
Penghasilan komprehensif lain:				Other comprehensive income:	
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:				Items that will not be reclassified to profit or loss:	
Pengukuran kembali liabilitas imbalan kerja manfaat pasti	1.245.539.000	23	(2.430.261.000)	Remeasurement of defined benefit plan	
Pajak tangguhan terkait	(274.018.579)	17g	534.657.421	Related deferred tax	
Jumlah penghasilan komprehensif lainnya	971.520.421		(1.895.603.579)	Total other comprehensive income	
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN	325.914.036.870		151.679.176.045	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR	
Laba per saham dasar:				Basic profit per share:	
Laba tahun berjalan	546	29	258	Profit for the year	
Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian integral dari laporan keuangan ini.			The accompanying notes form an integral part of these financial statements.		

Gambar 2.6 Perbandingan Kinerja Keuangan PT Wilmar Cahaya Tbk

Gambar 2.6 menampilkan perbandingan kinerja keuangan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk antara tahun 2024 dan 2023. Pada tahun 2024, pendapatan dari kontrak dengan pelanggan mencapai Rp8 triliun, meningkat cukup signifikan dibandingkan tahun 2023 sebesar Rp6,33 triliun. Meskipun terdapat kenaikan beban pokok penjualan, perusahaan tetap berhasil meningkatkan laba bruto dari Rp345,92 miliar di tahun 2023 menjadi Rp546,04 miliar di tahun 2024. Hal ini mengindikasikan perbaikan margin dan efisiensi dalam aktivitas operasional. Pada bagian beban usaha, perusahaan masih mengeluarkan beban umum dan administrasi serta beban penjualan dalam jumlah besar, namun total hasil aktivitas usaha masih menunjukkan peningkatan laba usaha secara signifikan, dari Rp187,02 miliar tahun 2023 menjadi Rp390,98 miliar tahun 2024. Selain itu, terdapat pendapatan lain-lain yang diperoleh terutama dari pendapatan bunga, yang ikut menambah perolehan laba

sebelum pajak perusahaan menjadi Rp412,74 miliar di tahun 2024. Setelah dikurangi beban pajak penghasilan badan, laba bersih tahun berjalan perusahaan pada 2024 menjadi Rp324,94 miliar, meningkat lebih dari dua kali lipat dibanding tahun 2023 yang mencatat Rp153,57 miliar. Penghasilan komprehensif lainnya juga menunjukkan hasil positif setelah pajak, sehingga total laba komprehensif mencapai Rp325,91 miliar di tahun 2024, dibandingkan tahun 2023 sebesar Rp151,67 miliar [27].

Rumus utama untuk menghitung laba rugi adalah:

$$\text{Laba (Rugi) Bersih} = \text{Pendapatan} - \text{Total Biaya} \dots\dots\dots(2.8.1.1)$$

Rumus turunan menghitung laba rugi adalah:

$$\text{Laba Kotor} = \text{Pendapatan Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan (HPP)} \dots\dots\dots(2.8.1.2)$$

$$\text{Laba Operasional} = \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Operasional} \dots\dots\dots(2.8.1.3)$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Operasional} - \text{Biaya Lain} - \text{lain} + \text{Pendapatan Lain} - \text{lain} - \text{Pajak} \dots\dots\dots(2.8.1.4) [26]$$

A. Laporan Neraca (*Balance Sheet*)

Neraca merupakan laporan keuangan yang menyajikan posisi keuangan suatu perusahaan pada titik tertentu. Mencatat aset, kewajiban, dan ekuitas pemilik perusahaan. Neraca dibagi dua jenis, aset (sebagai apa yang dimiliki perusahaan), dan kewajiban serta ekuitas (sebagai sumber pendapatan aset). Tujuan penyusunan laporan neraca ini adalah untuk menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada akhir periode (tutup buku). Neraca memberikan gambaran kepada investor mengenai aset yang dimiliki perusahaan, jumlah utang, serta modal yang ditanamkan pemegang saham[28].

Ada 2 bentuk neraca yang dapat dipakai oleh perusahaan, yaitu [28]:

- a. Neraca Bentuk Skontro (*Account Form*): adalah jenis neraca yang lebih mudah digunakan oleh bisnis kecil sampai menengah seperti UMKM. Neraca ini memiliki akun dan jumlah nominal yang lebih sedikit.
- b. Neraca Bentuk *Staffel*: adalah jenis neraca yang memiliki lebih banyak akun dan jumlah nominal dengan nilai yang besar. Neraca ini sangat cocok digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar.

Komponen bagian pada laporan neraca [28]:

a. Aktiva Lancar

Berupa harta atau kekayaan yang dapat diuangkan ketika dibutuhkan dengan periode paling lama satu tahun. Contoh: kas, rekening di bank, surat berharga dan aktiva lancar lainnya.

b. Aktiva Tetap

Berupa harta atau kekayaan yang dapat digunakan dengan periode lebih dari satu tahun. Aktiva tetap dibagi menjadi 2 yaitu berwujud dan tidak berwujud. Contoh aktiva berwujud: tanah, mesin, bangunan. Contoh aktiva tak berwujud: hak cipta merek datang, lisensi dan lain-lainnya.

c. Aktivita Lainnya

Berupa harta atau kekayaan yang tidak dapat digolongkan dalam aktivita tetap maupun aktivita lancar. Contoh gedung dalam proses pembangunan, piutang, uang jaminan dan lain-lainnya.

Contoh neraca keuangan atau *balance sheet*:

The original financial statements included herein are in the Indonesian language.

PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. LAPORAN POSISI KEUANGAN Tanggal 31 Desember 2024 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)		PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. STATEMENT OF FINANCIAL POSITION As of December 31, 2024 (Expressed in Indonesian Rupiah, unless otherwise stated)	
		31 Desember/December 31,	
		2024	2023
ASET			
ASET LANCAR			
Kas dan setara kas	435.860.482.241	4,32	590.818.687.425
Deposito berjangka	55.035.650.500	5	-
Piutang usaha			
Pihak ketiga	537.018.793.331	6,32	391.665.995.268
Pihak berelasi	460.758.556.031	13a,32	232.322.877.766
Piutang lain-lain			
Pihak ketiga	538.922.429	7,32	795.493.898
Pihak berelasi	109.260.625	13b,32	-
Persediaan - neto	355.656.540.245	8	286.274.829.464
Uang muka pembelian	55.734.972.871	9	38.642.582.119
Pajak dibayar di muka	175.223.772.828	17a	40.567.304.793
Beban dibayar di muka	975.861.276	10	503.736.472
Jumlah aset lancar	2.076.912.812.377		1.581.591.507.205
ASET TIDAK LANCAR			
Aset pajak tangguhan - neto	10.580.221.351	17g	10.256.284.460
Estimasi tagihan pajak	41.179.818.835	17a	41.179.818.835
Aset tetap, setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp348.653.976.618 (2023: Rp338.790.244.923)	254.539.235.378	12	258.287.485.636
Aset tidak lancar lainnya	2.069.648.082	11,32	2.245.701.622
Jumlah aset tidak lancar	308.368.923.646		311.969.290.553
JUMLAH ASET	2.385.281.736.023		1.893.560.797.758
		ASSETS	
CURRENT ASSETS			
Cash and cash equivalents			
Time deposits			
Trade receivables			
Third parties			
Related parties			
Other receivables			
Third parties			
Related parties			
Inventories - net			
Advance for purchases			
Prepaid taxes			
Prepaid expenses			
Total current assets			
NON-CURRENT ASSETS			
Deferred tax assets - net			
Estimated claims for refundable tax			
Fixed assets, net of accumulated depreciation of Rp348,653,976,618 (2023: Rp338,790,244,923)			
Other non-current assets			
Total non-current assets			
TOTAL ASSETS			

Gambar 2.7 Perbandingan Kinerja Keuangan PT Wilmar Cahaya Tbk

keluar berupa biaya yang dikeluarkan perusahaan termasuk juga biaya operasional perusahaan. Tujuan disusunnya laporan arus kas untuk membandingkan antara neraca di awal periode dengan neraca di akhir periode [26].

Laporan arus kas dibagi menjadi tiga kelompok urutan laporan keuangan, yaitu [26]:

- a. Kas Aktivitas Operasi: berisi seluruh kegiatan dan transaksi yang tidak termasuk dalam pembiayaan perusahaan maupun kegiatan investasi. Biasanya berasal dari kegiatan operasional seperti kegiatan produksi, distribusi dan penyediaan jasa. Sebagai contoh, pada sektor pendapatan pelaku usaha bisa mencatat komisi, pembayaran royalti *fee* yang berhasil diperolehnya. Sementara dari segi pengeluaran bisa meliputi biaya pemasok barang, pembayaran gaji karyawan, penerimaan kembali pajak penghasilan, dan lain sebagainya.
- b. Kas Aktivitas Investasi: berisi berbagai hal berkaitan dengan aktivitas investasi, mulai dari pembelian dan penagihan hutang, pembayaran pinjaman, kekayaan perusahaan dan lainnya.
- c. Kas Aktivitas Pendanaan: berisi aktivitas pendanaan dan pembiayaan, seperti perolehan sumber daya dari pihak lain, pinjaman, dan pembayaran kembali hutang. Tujuan dari pembuatan laporan kas aktivitas pendanaan adalah untuk mencatat segala jenis aktivitas yang dapat berpengaruh terhadap perubahan jumlah, serta komposisi modal dari suatu perusahaan tertentu.

Laporan arus kas memiliki peran penting dalam membantu pemilik bisnis, investor, dan manajemen mengambil keputusan strategis berdasarkan kondisi kas aktual. Berikut beberapa fungsi utama laporan arus kas [27]:

- a. Menunjukkan kesehatan likuiditas perusahaan.
- b. Membantu evaluasi kinerja operasional.
- c. Alat perencanaan dan pengambilan keputusan.
- d. Menilai kemampuan perusahaan dan membayar *dividen* dan utang.
- e. Membantu mendeteksi masalah keuangan sejak dini.

Terdapat dua metode utama dalam menyusun laporan arus kas [26]:

- a. Metode Langsung (*Direct Method*), metode ini mencantumkan secara langsung semua penerimaan dan pengeluaran kas dari aktivitas operasi, seperti: penerimaan dari pelanggan, pembayaran kepada pemasok, dan pembayaran gaji. Metode ini memberikan transparansi lebih tinggi terhadap arus kas operasional, tetapi lebih sulit disusun karena memerlukan pelacakan transaksi kas secara detail.

- b. Metode Tidak Langsung (*Indirect Method*), metode ini dimulai dari laba bersih (yang diambil dari laporan laba rugi) kemudian disesuaikan dengan item non-kas seperti penyusutan dan amortisasi, perubahan dalam aset dan kewajiban lancar.

The original financial statements included herein are in the Indonesian language.

PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. LAPORAN ARUS KAS Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)	Tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember/ Year ended December 31,	Catatan/ Notes	2023	PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. STATEMENT OF CASH FLOWS For the year ended December 31, 2024 (Expressed in Indonesian Rupiah, unless otherwise stated)
	2024		2023	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI:				CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES:
Penerimaan kas dari pelanggan	7.629.663.936.973		6.555.365.189.695	Cash received from customers
Pembayaran kas kepada pemasok	(7.423.678.345.579)		(5.768.112.008.880)	Cash paid to suppliers
Pembayaran untuk beban operasi	(95.836.189.678)		(159.170.280.575)	Payment for operating expenses
Pembayaran kepada karyawan	(84.309.980.019)		(69.798.039.240)	Payment to employees
Pembayaran pajak penghasilan badan	(69.539.451.809)		(38.464.837.011)	Payment of corporate income tax
Pendapatan bunga yang diterima, setelah dikurangi pajak final	22.021.430.411		8.007.994.505	Interest received, net of final tax
Penerimaan kas lain-lain - neto	3.561.171.095		14.644.788.342	Other cash receipts - net
Arus kas neto yang (digunakan untuk)/ diperoleh dari aktivitas operasi	(18.117.428.606)		542.472.806.836	Net cash flows (used in)/ provided by operating activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI:				CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES:
Aset tetap:				Fixed assets:
Penambahan aset dalam penyelesaian	(20.441.577.036)		(8.287.010.182)	Additions of construction in progress
Pembelian	(2.809.083.020)		(2.314.401.738)	Acquisition
Penjualan	861.153.978	12	310.416.574	Sale
Deposito berjangka	(55.035.650.500)	5	-	Time deposit
Arus kas neto yang digunakan untuk aktivitas investasi	(77.425.156.578)		(10.290.995.346)	Net cash flows used in investing activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN:				CASH FLOWS FROM FINANCING ACTIVITIES:
Pembayaran dividen	(59.415.620.000)		(59.415.620.000)	Payment of dividend
Pembayaran beban bunga	-		(1.828.626)	Interest expense paid
Arus kas neto yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(59.415.620.000)		(59.417.448.626)	Net cash flows used in financing activities
(PENURUNAN)/KENAIKAN NETO KAS DAN SETARA KAS	(154.958.205.184)		472.764.362.864	NET (DECREASE)/INCREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS
KAS DAN SETARA KAS PADA AWAL TAHUN	590.818.687.425		118.054.324.561	CASH AND CASH EQUIVALENTS AT BEGINNING OF YEAR
KAS DAN SETARA KAS PADA AKHIR TAHUN	435.860.482.241	4	590.818.687.425	CASH AND CASH EQUIVALENTS AT END OF YEAR

Gambar 2.9 Laporan Arus Kas PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

Gambar 2.9 menunjukkan laporan arus kas PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2024 dibandingkan dengan tahun 2023. Pada tahun 2024, arus kas bersih dari aktivitas operasi mengalami penurunan karena tingginya pembayaran kepada pemasok, beban operasional, serta pembayaran pajak, sehingga menghasilkan arus kas negatif sebesar Rp18,1 miliar, padahal pada tahun 2023 perusahaan masih menghasilkan arus kas operasi positif Rp542,47 miliar. Dari aktivitas investasi, perusahaan juga mengeluarkan kas cukup besar terutama untuk penambahan aset tetap dan deposito berjangka sehingga menghasilkan arus kas negatif Rp77,42 miliar. Aktivitas pendanaan juga menunjukkan arus kas keluar terutama dari pembayaran *dividen*. Secara total, arus kas bersih tahun 2024 mengalami penurunan sebesar Rp154,95 miliar, sehingga saldo kas akhir tahun 2024 menjadi Rp435,86 miliar dibandingkan tahun 2023 sebesar Rp590,81 miliar [26], [27].

Rumus yang digunakan untuk perhitungan arus kas:

- a. Arus kas dari aktivitas operasional

$$\text{Arus kas operasional} = (\text{Pendapatan}) - (\text{Gaji} + \text{Bahan Baku} + \text{Biaya Operasional}) \dots\dots\dots(2.8.1.6)$$

- b. Arus kas dari aktivitas investasi

$$\text{Arus kas investasi} = (\text{Penjualan Peralatan Lama}) - (\text{Pembelian Peralatan Baru}) \dots\dots\dots(2.8.1.7)$$

- c. Arus kas dari aktivitas pendanaan

$$\text{Arus kas pendanaan} = (\text{Penerimaan Pinjaman}) - (\text{Pembayaran Utang} + \text{Pembayaran } \textit{Dividen}) \dots\dots\dots (2.8.1.8)$$

- d. Kenaikan Kas Bersih

$$\text{Arus kas pendanaan} = \text{Arus Kas Operasional} - \text{Arus Kas Investasi} + \text{Arus Kas Pendanaan} \dots\dots\dots (2.8.1.9)$$

$$\text{Kas Akhir Periode} = \text{Kas Awal} + \text{Kenaikan Kas Bersih} \dots\dots\dots (2.8.1.10)$$

C. Laporan Perubahan Ekuitas (*Statement of Changes in Equity*)

Laporan perubahan ekuitas merupakan laporan yang menyajikan perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan selama proses waktu tertentu. Laporan ini menjelaskan perubahan pada laba ditahan perusahaan selama periode pelaporan. Laporan ini mencatat semua transaksi yang mempengaruhi ekuitas pemilik, termasuk laba bersih atau rugi bersih, *dividen* yang dibayarkan kepada pemilik, atau perubahan modal yang dilakukan oleh pemilik, hasil dari penjualan saham, pembelian saham, keuntungan dan kerugian diakui langsung di ekuitas [20].

Laporan yang diharapkan oleh prinsip akuntansi yang berlaku menjelaskan ekuitas pemilik dan laba ditahan ditampilkan pada neraca, dimana:

$$\text{Modal Pemilik} = \text{Aset} - \text{Kewajiban} \dots\dots\dots (2.8.1.11)$$

The original financial statements included herein are in the Indonesian language.

PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)				PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk. STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY For the year ended December 31, 2024 (Expressed in Indonesian Rupiah, unless otherwise stated)			
Catatan/ Notes	Modal saham/ Share capital	Tambahkan modal disetor-neto/ Additional paid-in capital-net	Komponen ekuitas lainnya/ Other equity component	Saldo laba/Retained earnings		Jumlah/ Total	
				Ditentukan penggunaannya/ Appropriated	Belum ditentukan penggunaannya/ Unappropriated		
Saldo per 31 Desember 2022	148.750.000.000	109.952.993.909	2.747.693.317	10.266.510.067	1.278.325.672.455	1.550.042.869.748	Balance as at December 31, 2022
Cadangan khusus	19, 23	-	-	63.616.500	-	63.616.500	Specific reserves
Cadangan umum	23	-	-	500.000.000	(500.000.000)	-	General reserves
Laba tahun berjalan	-	-	-	-	153.574.779.624	153.574.779.624	Profit for the year
Jumlah penghasilan komprehensif lainnya	17g, 23	-	(1.895.603.579)	-	-	(1.895.603.579)	Total other comprehensive income
Dividen kas	23	-	-	-	(59.500.000.000)	(59.500.000.000)	Cash dividend
Saldo per 31 Desember 2023	148.750.000.000	109.952.993.909	852.089.738	10.830.126.567	1.371.900.452.079	1.642.285.662.293	Balance as at December 31, 2023
Cadangan khusus	19, 23	-	-	91.370.000	-	91.370.000	Specific reserves
Cadangan umum	23	-	-	500.000.000	(500.000.000)	-	General reserves
Laba tahun berjalan	-	-	-	-	324.942.516.449	324.942.516.449	Profit for the year
Jumlah penghasilan komprehensif lainnya	17g, 23	-	971.520.421	-	-	971.520.421	Total other comprehensive income
Dividen kas	23	-	-	-	(59.500.000.000)	(59.500.000.000)	Cash dividend
Saldo per 31 Desember 2024	148.750.000.000	109.952.993.909	1.823.610.159	11.421.496.567	1.636.842.968.528	1.908.791.069.163	Balance as at December 31, 2024

Gambar 2.10 Perubahan Posisi Ekuitas PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

Gambar 2.10 menunjukkan perubahan posisi ekuitas PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk dari tahun 2022, 2023 sampai dengan 2024. Pada laporan ini terlihat bahwa ekuitas perusahaan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Saldo ekuitas pada 31 Desember 2024 mencapai Rp1,908 triliun, meningkat dari Rp1,642 triliun pada tahun 2023. Kenaikan ini terutama berasal dari laba tahun berjalan serta penghasilan komprehensif lain yang menambah saldo laba yang belum ditentukan penggunaannya. Meskipun perusahaan melakukan pembagian *dividen* tunai, nilai ekuitas tetap mengalami pertumbuhan karena total laba yang dihasilkan lebih besar daripada *dividen* yang dibagikan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan mampu meningkatkan nilai pemegang saham melalui peningkatan saldo laba [20].

D. Catatan atas Laporan Keuangan (*Notes to Financial Statements*)

Laporan keuangan yang menyajikan informasi tambahan dan penjelasan terkait dengan item-item spesifik dalam laporan keuangan. Mencakup informasi tentang metode akuntansi yang digunakan, estimasi yang dibuat oleh manajemen, risiko, dan ketidakpastian, serta informasi lain yang diperlukan untuk pemahaman yang lebih baik tentang laporan keuangan. CaLK adalah bagian dari laporan keuangan yang menyajikan informasi tambahan atas pos-pos dalam mencakup laporan posisi keuangan atau neraca, laporan laba rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas [20].

2.8.2 Analisis Laporan Keuangan

Untuk penyusunan laporan keuangan diperlukan analisis laporan keuangan. Analisis laporan keuangan berarti proses penguraian data yang terdapat dalam laporan keuangan

menjadi komponen-komponen tersendiri, menelaah setiap komponen, dan mempelajari hubungan antar komponen dengan teknik analisis tertentu. Analisis laporan keuangan perlu dilakukan secara cermat dengan metode dan teknik analisis yang tepat agar hasil yang diperoleh akurat serta dapat menggambarkan kondisi sebenarnya [26].

Tujuan dilakukan analisis laporan keuangan perusahaan, yaitu [26]:

1. Menilai kinerja manajemen pada tahun berjalan.
2. Mengetahui perubahan posisi keuangan perusahaan pada periode tertentu.
3. Sumber informasi untuk mengambil keputusan strategi perusahaan.
4. Bahan pertimbangan *investor* untuk berinvestasi di suatu perusahaan.
5. Memberikan informasi mengenai kesanggupan perusahaan dalam mengembalikan pinjaman dan bunganya.
6. Menjadi bahan acuan dalam menetapkan nilai pajak yang harus dibayar perusahaan.

Analisis laporan keuangan dibagi menjadi 2 bentuk [29]:

1. Analisis Horizontal

Analisis horizontal merupakan metode yang dipakai ketika melakukan perbandingan tiap pos yang sama dalam laporan keuangan dengan periode berbeda. Biasanya, perbandingan yang akan dianalisis berdasarkan dua atau tiga periode lebih awal. Analisis ini diaplikasikan dengan membandingkan persentase kenaikan dan penurunan pos-pos keuangan dari periode yang sedang dibandingkan.

2. Analisis Vertikal

Analisis vertikal merupakan metode yang dipakai ketika melakukan perbandingan terhadap pos keuangan berbeda di satu laporan yang sama dan periode yang sama.

Analisis vertikal terdiri dari beberapa jenis teknik analisis yang dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Analisis perbandingan antara laporan keuangan: analisis ini dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan lebih dari 1 periode.
- b. Analisis *trend*: analisis ini dinyatakan dalam persentase tertentu.
- c. Analisis persentase per komponen: analisis ini dilakukan untuk membandingkan antara komponen yang ada dalam suatu laporan keuangan. Analisis ini untuk mengetahui persentase investasi, struktur modal.
- d. Analisis sumber dan penggunaan dana: analisis yang dilakukan untuk mengetahui sumber dana perusahaan dan penggunaan dana dalam suatu proyek.
- e. Analisis sumber dan penggunaan kas: analisis yang digunakan untuk mengetahui sumber-sumber kas perusahaan dan penggunaan uang kas dalam suatu periode.

- f. Analisis rasio: analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan pos-pos yang ada dalam satu laporan keuangan atau pos-pos antara laporan keuangan neraca.
- g. Analisis kredit: analisis yang digunakan untuk menilai layak tidaknya suatu kredit dikucurkan oleh lembaga keuangan seperti bank.
- h. Analisis laba kotor: analisis yang digunakan untuk mengetahui jumlah laba kotor dari periode ke suatu periode.
- i. Analisis titik impas: analisis yang digunakan untuk mengetahui kondisi berapa penjualan produk dilakukan dan mengetahui kondisi penjualan produk.

2.9 Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya yang mempunyai hubungan relevan dan signifikan. Rasio keuangan adalah hubungan yang ditentukan dari informasi keuangan perusahaan dan digunakan untuk tujuan perbandingan [26].

Rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dan menilai suatu kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan menunjukkan hubungan yang sistematis dalam bentuk perbandingan antara perkiraan laporan keuangan. Hasil dari rasio keuangan digunakan untuk mencapai kriteria manajemen dalam suatu periode waktu, hasil tersebut dilihat apakah kinerja tersebut mencapai target seperti yang telah ditetapkan atau tidak. Kemampuan manajemen dalam memberdayakan sumber daya perusahaan secara efektif juga dinilai dari rasio keuangan [26].

Berdasarkan sumber datanya angka rasio dapat dibedakan menjadi [26]:

1. Rasio neraca (*balance sheet ratios*) yang tergolong dalam kategori ini adalah semua rasio yang semua datanya diambil atau bersumber pada neraca, misalnya *current ratio*.
2. Rasio laporan laba-rugi (*incomes statement ratios*) yaitu angka rasio yang dalam penyusunannya semua datanya diambil dari laporan laba-rugi, misalnya *gross profit margin*, *net profit margin*, *operating ratio* dan lain sebagainya.
3. Rasio antar laporan (*interstatement ratios*) ialah semua angka rasio yang penyusunan datanya berasal dari neraca dan laporan laba-rugi, misalnya tingkat perputaran persediaan (*inventory turnover*), tingkat perputaran piutang (*account receivable turnover*), *sales to inventory*, *sales to fixed assets*, dan lain sebagainya.

Dari beberapa bentuk rasio keuangan maka peneliti menggunakan rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas. Berikut ini adalah penjelasannya:

2.9.1 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Kegunaan rasio ini adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih. Rasio likuiditas sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Cara pengukurannya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek).

Perhitungan rasio likuiditas memberikan banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, antara lain untuk mengukur kemampuan membayar kewajiban jangka pendek, membandingkan antara jumlah sediaan dengan modal kerja, serta mengidentifikasi kelemahan dari komponen aktiva lancar dan utang lancar [26].

Berikut ini adalah manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas adalah sebagai berikut [26]:

1. Mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban yang segera jatuh tempo pada saat ditagih.
2. Mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang.
4. Mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Mengukur kelemahan perusahaan dari komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.

Beberapa jenis rasio likuiditas yaitu [26]:

1. Rasio Lancar (*current ratio*)

Rasio ini untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Perhitungan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan antara total aktiva lancar dengan total utang lancar. Komponen rasio lancar meliputi kas, bank, surat-surat berharga, piutang, biaya dibayar dimuka, pendapatan yang masih harus diterima, pinjaman yang diberikan, dan aktiva lancar lainnya.

Rumusnya adalah:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \dots\dots\dots(12)$$

2. Rasio Cepat (*quick ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan.

Rumusnya adalah:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Sediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \dots\dots\dots(13)$$

3. Rasio Kas (*cash ratio*)

Rasio ini merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank (yang dapat ditarik setiap saat). Rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendek. Rumusnya adalah:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Hutang Lancar}} \dots\dots\dots(14)$$

4. Rasio Perputaran Kas (*cash turn over*)

Menurut James O. Gill, rasio perputaran kas (*cash turn over*) digunakan untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiyai penjualan. Rasio ini mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya yang berkaitan dengan penjualan. Rumusnya adalah:

$$\text{Cash Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}} \dots\dots\dots(15)$$

5. *Inventory to Net Working Capital*

Inventory to Net Working Capital merupakan rasio untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Modal tersebut terdiri dari pengurangan antara aktiva lancar dengan utang lancar. Rumusnya adalah:

$$\text{Inventory to Net Working Capital} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}} \dots\dots\dots(16)$$

Penelitian yang dilakukan oleh Mia Wulansari dan Rosento (2024) pada sektor *food and beverage* menunjukkan bahwa *current ratio* dan *quick ratio* menjadi indikator paling signifikan untuk menilai kemampuan likuiditas perusahaan dalam menghadapi guncangan ekonomi seperti pandemi[27].

Sementara Wirda Azzahra et al. (2025) menyatakan bahwa dalam sektor perbankan, rasio likuiditas seperti *Loan to deposit ratio (LDR)* dan *Quick Ratio* sangat menentukan tingkat kepercayaan publik terhadap bank [26].

Contoh:

Berikut di sajikan data keuangan PT. Maju Jaya per 31 Desember 2024:

Tabel 2.1. 1 Data Keuangan PT. Maju Jaya

Keterangan	Jumlah (Rp)
Kas	50.000.000
Bank	30.000.000
Piutang Usaha	70.000.000
Persediaan	100.000.000
Aktiva Lancar	250.000.000
Utang Lancar	125.000.000
Penjualan Bersih	600.000.000
Modal Kerja Bersih	125.000.000 (Aktiva Lancar - Utang Lancar)

Maka:

$$a. \quad \text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} = \frac{\text{Rp}250.000.000}{\text{Rp}125.000.000} = \text{R}2,0$$

Perusahaan memiliki Rp2 aktiva lancar untuk setiap Rp1 utang lancar. Likuiditas baik, mampu memenuhi kewajiban jangka pendek.

$$b. \quad \text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Sediaan}}{\text{Utang Lancar}} = \frac{\text{Rp}250.000.000 - \text{Rp}100.000.000}{\text{Rp}125.000.000} = \text{Rp}1,2$$

Perusahaan memiliki Rp1,20 aset lancar (tanpa sediaan) untuk melunasi setiap Rp 1 utang lancar, posisi aman.

$$c. \quad \text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Utang Lancar}} = \frac{\text{Rp}50.000.000 + \text{Rp}30.000.000}{\text{Rp}125.000.000} = \text{Rp}0,64$$

Perusahaan dapat langsung menutup 64% utang jangka pendeknya dengan kas dan saldo bank, likuiditas cukup.

$$d. \quad \text{Cash Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}} = \frac{\text{Rp}600.000.000}{\text{Rp}125.000.000} = \text{Rp}4,8$$

Modal kerja berputar Rp4,8 kali dalam setahun, artinya dana kas digunakan cukup efisien dalam mendukung penjualan.

$$e. \quad \text{Inventory to Net Working Capital} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}} = \frac{\text{Rp}100.000.000}{\text{Rp}125.000.000} = \text{Rp}0,8$$

Sebesar 80% modal kerja bersih terserap dalam persediaan, menunjukkan tingkat ketergantungan tinggi pada pengelolaan stok.

2.9.2 Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas merupakan rasio yang berfungsi menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya, baik dalam jangka pendek, maupun jangka panjang dengan jaminan aktiva atau kekayaan yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan tersebut dilikuidasi atau di tutup [26], [27].

Tujuan dari adanya rasio solvabilitas yaitu [27]:

1. Meringkas kondisi finansial perusahaan.
2. Menilai kemampuan bisnis membayar bunga.
3. Memberi informasi kesehatan neraca.
4. Estimasi total pinjaman saat jatuh tempo pembayaran.

Jenis-jenis rasio solvabilitas adalah sebagai berikut [27]:

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Debt ratio adalah perbandingan antara jumlah kewajiban belum dibayar dan total aset perusahaan saat ini. Aset yang dihitung termasuk aset tak lancar (mesin, bangunan) dan aset lancar (kas, uang tunai, tabungan bank, non-deposito)[27].

Rumus mencari *debt ratio*:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \quad (17)$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio adalah perbandingan jumlah kewajiban dengan total modal operasional bisnis, atau yang disebut sebagai ekuitas. Jika rasio hutang perusahaan lebih besar dari modal operasionalnya, maka solvabilitas perusahaan bermasalah [26], [27].

Rumus mencari *debt to equity ratio*:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}} \quad (18)$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

Long Term Debt to Equity Ratio adalah perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumus mencari *Long Term Debt to Equity Ratio*:

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}} \quad (19)$$

4. *Times Interest Earned*

Times Interest Earned adalah rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak sanggup membayar biaya bunga tahunan. Jika perusahaan tidak mampu membayar bunga dalam jangka panjang maka perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari para kreditor [27].

Rumus mencari *Times Interest Earned*:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga (Interest)}} \dots\dots\dots(20)$$

5. *Fixed Charge Coverage* (FCC)

Fixed Charge Coverage adalah rasio yang menyerupai *Times Interest Earned*. Rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontak sewa [26].

Rumus mencari *Fixed Charge Coverage* (FCC):

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}} \dots\dots\dots(21)$$

Contoh:

Berikut disajikan data keuangan PT. ABC Tahun 2025

Tabel 2.1. 2 Data Keuangan PT. ABC

Keterangan	Jumlah (Rp)
Total Aset	500.000.0000
Total Utang (Debt)	300.000.000
Ekuitas (Equity)	200.000.000
Utang Jangka Panjang (Long Term Debt)	150.000.000
EBIT (Earnings Before Interest and Tax)	120.000.000
Biaya Bunga Tahunan (Interest Expense)	20.000.000
Kewajiban Sewa Tahunan (Lease Obligation)	10.000.000

Maka:

a. $\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} = \frac{\text{Rp}300.000.000}{\text{Rp}500.000.000} = \text{Rp}0,60$

Rasio sebesar 0,60 (75%) berarti 75% aset perusahaan dibiayai oleh utang sedangkan 80% oleh modal sendiri, rasio ini menunjukkan cukup bergantung pada utang, namun masih dalam batas wajar.

b. $\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}} = \frac{\text{Rp}300.000.000}{\text{Rp}200.000.000} = \text{Rp}1,25$

Rasio Rp1,5 artinya setiap Rp1 modal sendiri dijamin oleh Rp1,5 utang. Masih tergolong aman jika di bawah 2, namun perlu dikenadlikan agar tidak terlalu tinggi.

$$c. \quad \text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}} = \frac{\text{Rp150.000.000}}{\text{Rp200.000.000}} = \text{Rp0,75}$$

Setiap Rp1 modal sendiri digunakan untuk menjamin Rp0,75 utang jangka panjang. Nilai ini menunjukkan struktur modal masih sehat, karena proporsi utang jangka panjang tidak berlebihan.

$$d. \quad \text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga (Interest)}} = \frac{\text{Rp120.000.000}}{\text{Rp20.000.000}} = \text{Rp6}$$

PT. ABC mampu membayar bunga 6 kali lipat dari laba operasionalnya, artinya kemampuan membayar bunga sangat kuat.

$$e. \quad \text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}} = \frac{\text{Rp120.000.000} + \text{Rp20.000.000} + \text{Rp0.000.000}}{\text{Rp20.000.000} + \text{Rp10.000.000}} = \text{Rp5}$$

Perusahaan mampu menutup kewajiban bunga dan sewa sebanyak 5 kali, yang berarti posisi likuiditasnya sangat kuat.

2.9.3 Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan semua sumber daya yang ada. Semua rasio aktivitas melibatkan perbandingan antara tingkat penjualan dan investasi pada berbagai jenis aktiva. Rasio aktivitas menganggap bahwa sebaiknya terdapat keseimbangan yang layak antara penjualan dan beragam unsur aktiva misalnya persediaan, aktiva tetap, dan aktiva lainnya [27]. Rasio aktivitas memanfaatkan aset perusahaan untuk menghasilkan profit, khususnya bagi *shareholder* yang telah mengeluarkan modal untuk membeli aset perusahaan. Tujuan adanya rasio aktivitas adalah sebagai berikut [27]:

1. Sebagai informasi berapa lama penagihan piutang dalam periode tertentu atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang selama satu periode.
2. Sebagai informasi perhitungan hari rata-rata penagihan (*days of receivable*), dimana hasil perhitungan memberikan informasi mengenai jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
3. Sebagai perhitungan rata-rata hari untuk persediaan tersimpan dalam gudang.
4. Sebagai pengukur berapa kali dana yang ditanamkan pada modal kerja akan berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang akan dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan.
5. Sebagai pengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Berikut ada beberapa jenis rasio aktivitas sebagai berikut [27]:

1. *Total Asset Turn over*

Penting bagi para kreditur dan pemilik perusahaan, serta pihak manajemen karena kondisi ini menunjukkan efisien tidaknya penggunaan seluruh aktiva dalam perusahaan. Perhitungan dengan cara membagi antara penjualan dengan total assetnya.

Rumus yang digunakan:

$$\text{Total Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \dots\dots\dots(22)$$

2. Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turn Over*)

Perputaran modal kerja merupakan rasio yang mengukur atau menilai keefektifan modal perusahaan selama periode tertentu. Seberapa banyak modal kerja berputar selama satu atau suatu periode. Pengukurannya dengan membandingkan penjualan dengan modal kerja atau modal kerja rata-rata

Rumus yang digunakan:

$$\text{Working Capital Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Rata-Rata}} \dots\dots\dots(23)$$

3. Perputaran Aktiva Tetap (*Fixed Assets Turn Over*)

Fixed Assets Turn Over merupakan rasio untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode atau mengukur perusahaan mengenai penggunaan kapasitas aktiva tetap sepenuhnya atau belum. Pengukurannya dengan membandingkan antara penjualan bersih dengan aktiva tetap dalam suatu periode.

Rumus yang digunakan:

$$\text{Fixed Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan (sales)}}{\text{Total Aktiva Tetap}} \dots\dots\dots(24)$$

4. Perputaran Persediaan (*Inventory Turn Over*)

Inventory Turn Over digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam suatu periode. Jika perputaran persediaan rendah berarti perusahaan bekerja tidak efisien atau tidak produktif, barang persediaan yang menumpuk, dan sebaliknya jika rasio nilainya tinggi maka mengindikasikan perusahaan bekerja secara efisien dan likuid persediaan baik [27]. Rumus yang digunakan:

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Harga Pokok Barang yang Dijual}}{\text{Persediaan}} \dots\dots\dots(25)$$

5. Perputaran Piutang (*Account Receivable Turn Over*)

Account Receivable Turn Over merupakan rasio yang memberikan informasi mengenai kualitas piutang perusahaan (piutang dagang). Piutang yang dimiliki perusahaan mempunyai hubungan erat dengan volume penjualan kredit [27], [30].

Rumus yang digunakan:

$$\text{Account Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-Rata Piutang}} \dots\dots\dots(26)$$

Contoh studi kasus: PT. XYZ

Berikut disajikan data keuangan PT. XYZ per 31 Desember 2024

Tabel 2.1. 3 Data Keuangan PT. XYZ

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penjualan Bersih	1.200.000.000
Total Aset	800.000.000
Modal Kerja Rata-Rata	200.000.000
Harga Pokok Penjualan	700.000.000
Persediaan	140.000.000
Penjualan Kredit	900.000.000
Rata-rata Piutang	150.000.000

Maka:

a. $\text{Total Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} = \frac{\text{Rp1.200.000.000}}{\text{Rp800.000.000}} = \text{Rp1,5}$

Aset perusahaan berputar 1,5 kali dalam satu periode, artinya setiap Rp1 aset menghasilkan Rp1,50 penjualan, efisiensi penggunaan aset baik.

b. $\text{Working Capital Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Rata-Rata}} = \frac{\text{Rp1.200.000.000}}{\text{Rp200.000.000}} = \text{Rp6}$

Modal kerja berputar 6 kali dalam setahun, menunjukkan penggunaan modal kerja cukup efisien.

c. $\text{Fixd Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan (sales)}}{\text{Total Aktiva Tetap}} = \frac{\text{Rp1.200.000.000}}{\text{Rp400.000.000}} = \text{Rp3}$

Aktiva tetap berputar 3 kali setahun, efisiensi peralatan cukup baik.

d. $\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Harga Pokok Barang yang Dijual}}{\text{Sediaan}} = \frac{\text{Rp700.000.000}}{\text{Rp140.000.000}} = \text{Rp5}$

Persediaan berputar 5 kali dalam setahun, berarti stok barang bergerak cukup cepat dan tidak menumpuk lama di gudang.

e. $\text{Account Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-Rata Piutang}} = \frac{\text{Rp900.000.000}}{\text{Rp 150.000.000}} = \text{Rp6}$

Piutang berputar 6 kali setahun, rata-rata periode penagihan sekitar 60 hari (360/6), kualitas piutang cukup baik.

2.9.4 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio penilaian atau perbandingan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari pendapatan yang terkait dengan penjualan, asset,

dan ekuitas atas dasar pengukuran tertentu. Pengukuran dilakukan untuk mengukur penurunan atau kenaikan sebab terjadinya perubahan dalam kinerja keuangan [26].

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas adalah [26]:

1. Pengukuran dan perhitungan laba yang diterima perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Sebagai perbandingan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Pengukuran produktivitas dan seluruh dana perusahaan yang digunakan modal sendiri maupun modal pinjaman [27].

Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam rasio profitabilitas antara lain [26], [27]:

1. *Net Profit Margin (Profit Margin on Sales)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan. Jumlah laba yang diperoleh merupakan faktor yang penting dalam menilai profitabilitas perusahaan apakah perusahaan mampu mencapai tujuan yang ditetapkan. Profitabilitas menjadi tolak ukur untuk menanamkan modal pada perusahaan. Semakin tinggi profit yang dihasilkan semakin meningkat harga jual perusahaan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *net profit margin*:

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}} \dots\dots\dots (27)$$

2. *Return on Asset (ROA)*

Rasio ini menunjukkan *return* atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA mengukur tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasi, selain itu juga menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan akan hasil pengembalian investasi baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *return on investment*:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots (28)$$

3. *Return on Equity (ROE)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri .

Rumus yang digunakan untuk menghitung *return on equity*:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (29)$$

Atau

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Total Aset} - \text{Kewajiban}} \dots\dots\dots (30)$$

4. *Earnings Per Share of Common Stock*

Rasio ini disebut juga sebagai rasio nilai buku yang digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *earning per share of common stock*:

$$\text{Earning Per Share of Common Stock} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \quad (31)$$

5. *Return on Capital Employed (ROCE)*

ROCE adalah rasio profitabilitas yang mengukur keuntungan perusahaan dari modal yang digunakan dalam bentuk persentase. ROCE mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal atau investasi perusahaan. Sebutan laba sebelum pengurangan pajak dan bunga adalah EBIT (*Earnings Before Interest and Tax*)[31].

Rumus yang digunakan untuk menghitung *return on equity*:

$$\text{Return on Capital Employed} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (32)$$

6. Rasio Pengembalian Penjualan (*Return on Sales Ratio*)

Rasio pengembalian penjualan merupakan rasio yang bisa menampilkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pembayaran variabel produksi. Variabel tersebut diantaranya upah pekerja, bahan baku, dan hal lainnya berkaitan dengan biaya produksi barang atau jasa sebelum dikurangi pajak dan bunga.

Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio pengembalian penjualan (*return on sales ratio*)

$$\text{Return of Sales Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad (33)$$

Contoh studi kasus untuk menghitung rasio pada profitabilitas

Berikut disajikan data keuangan PT HAHHA per 31 Desember 2024 sebagai berikut:

Tabel 2.1. 4 Data Keuangan PT HAHHA

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penjualan Bersih	1.200.000.000
Harga Pokok Penjualan	700.000.000
Laba Bersih Setelah Pajak	240.000.000
Total Aset	800.000.000
Total Ekuitas	500.000.000
Jumlah Saham Beredar	120.000 lembar
Laba Sebelum Pajak dan Bunga	300.000.000
Kewajiban	300.000.000

Maka:

- a. *Profit Margin on Sales* = $\frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}}$ = $\frac{\text{Rp } 1.200.000.000 - 700.000.000}{\text{Rp } 1.200.000.000}$ = Rp0,4167 atau 41,67%.
- b. Perusahaan memperoleh laba bersih 41,67% dari setiap penjualan, margin laba tinggi dan efisien.
- a. *Return on Asset* = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$ = $\frac{\text{Rp } 240.000.000}{\text{Rp } 800.000.000}$ = Rp0,3 atau 30%.
- b. Setiap Rp1 aset menghasilkan laba bersih Rp0,30 artinya efisiensi penggunaan aset sangat baik.
- a. *Return on Equity* = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$ = $\frac{\text{Rp } 240.000.000}{\text{Rp } 500.000.000}$ = 0,48 atau 48%.
- a. *Return on Equity* = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$ = $\frac{\text{Rp } 240.000.000}{\text{Rp } 500.000.000}$ = Rp0,48 atau 48%.
- b. Setiap Rp1 modal sendiri menghasilkan Rp0,48 laba, artinya profitabilitas tinggi, menarik bagi investor.
- a. *Earning Per Share of Common Stock* = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$ = $\frac{\text{Rp } 240.000.000}{\text{Rp } 120.000.000}$ = 2.0000
- b. *Earning Per Share of Common Stock* = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$ = $\frac{\text{Rp } 240.000.000}{\text{Rp } 120.000.000}$ = Rp2.0000
- c. Setiap lembar saham menghasilkan laba Rp 2.000 menunjukkan kinerja saham yang baik.
- a. *Return on Capital Employed* = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$ = $\frac{\text{Rp } 300.000.000}{\text{Rp } 500.000.000}$ = Rp0,6 atau 75%
- a. *Return of Sales Ratio* = $\frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$ = $\frac{3000.000.000}{1.200.000.000} \times 100\%$ = 25%
- b. Perusahaan memperoleh laba operasional 25% dari setiap penjualan sehingga efisiensi operasional baik.