

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Perikanan

Perikanan merupakan salah satu sektor strategis dalam pengelolaan sumber daya laut yang tidak hanya berperan sebagai penyedia pangan, tetapi juga sebagai sumber mata pencaharian utama bagi masyarakat pesisir. Secara konseptual, perikanan berarti suatu sistem pemanfaatan sumber daya hayati perairan yang mencakup kegiatan penangkapan, pengelolaan, distribusi, dan pemasaran hasil perikanan, yang seluruhnya saling berkaitan dalam satu rantai aktivitas ekonomi dan sosial[11]. Dengan demikian, perikanan tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas produksi, melainkan sebagai sistem yang melibatkan aspek ekologis, sosial, dan ekonomi secara simultan.

perikanan memiliki karakteristik yang sangat beragam, terutama pada sektor perikanan tangkap. Perikanan tangkap di Indonesia didominasi oleh unit usaha berskala kecil yang dikelola pada tingkat rumah tangga, menggunakan alat tangkap sederhana, serta sangat bergantung pada kondisi alam dan musim penangkapan. Hal ini menunjukkan bahwa struktur perikanan nasional masih ditopang oleh perikanan skala kecil yang berperan penting dalam ketahanan pangan dan penyerapan tenaga kerja di wilayah pesisir[12]. Perikanan skala kecil memiliki ciri khas utama berupa keterbatasan modal, teknologi, dan akses terhadap pasar. Nelayan skala kecil umumnya menggunakan kapal berukuran kecil atau bahkan tanpa kapal, mengandalkan tenaga manusia, serta menjalankan usaha penangkapan ikan sebagai bagian dari strategi bertahan hidup rumah tangga. Karakteristik ini menyebabkan perikanan skala kecil memiliki tingkat produktivitas dan efisiensi yang relatif rendah dibandingkan perikanan industri, meskipun secara agregat kontribusinya terhadap penyediaan ikan konsumsi sangat signifikan[13].

perikanan skala kecil juga menghadapi permasalahan struktural dalam aspek sosial ekonomi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa nelayan kecil umumnya memiliki tingkat pendidikan yang rendah, pendapatan yang tidak menentu, serta ketergantungan yang tinggi terhadap pihak perantara dalam pemasaran hasil tangkapan. Kondisi ini memperlemah posisi tawar nelayan dalam menentukan harga jual ikan dan memperbesar kesenjangan distribusi keuntungan dalam rantai nilai perikanan[14]. Permasalahan pemasaran menunjukkan bahwa perikanan tidak berhenti pada aktivitas penangkapan, melainkan sangat ditentukan oleh efisiensi rantai pasok dan rantai nilai. Dalam praktiknya, hasil tangkapan nelayan kecil sering kali dipasarkan melalui tengkulak atau pedagang pengumpul karena

keterbatasan akses langsung ke pasar, jarak pasar yang jauh, serta kebutuhan likuiditas yang mendesak. Pola ini menyebabkan nelayan menerima harga jual yang lebih rendah dibandingkan harga pasar akhir, sehingga peningkatan produksi tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan nelayan[15].

relasi antara nelayan dan tengkulak tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga bersifat sosial dan kultural yang telah berlangsung lama. Ketergantungan nelayan terhadap tengkulak sering diperkuat oleh hubungan patron-klien, di mana tengkulak menyediakan modal atau bantuan darurat, namun sebagai imbalannya nelayan wajib menjual hasil tangkapan dengan harga yang telah ditentukan. Pola ini menciptakan lingkaran ketergantungan yang sulit diputus dan menjadi salah satu faktor utama rendahnya kemandirian ekonomi nelayan kecil[16]. Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan bahwa tantangan utama sektor perikanan, khususnya perikanan skala kecil, tidak hanya terletak pada aspek produksi, tetapi juga pada sistem distribusi, pemasaran, dan akses pasar. Oleh karena itu, upaya peningkatan kesejahteraan nelayan tidak dapat hanya berfokus pada peningkatan hasil tangkapan, melainkan memerlukan pendekatan sistemik yang mampu memperbaiki struktur pemasaran dan memperkuat posisi tawar nelayan dalam rantai nilai perikanan. Kondisi inilah yang menjadi dasar penting bagi pengembangan pendekatan inovatif, termasuk pemanfaatan teknologi digital, dalam sistem pemasaran hasil perikanan.

2.2 Startup

Startup merupakan bentuk organisasi bisnis yang dirancang untuk mencari, menguji, dan mengembangkan model bisnis baru dalam kondisi ketidakpastian yang tinggi. Berbeda dengan perusahaan konvensional, startup dicirikan oleh fleksibilitas organisasi, orientasi pada inovasi, serta pemanfaatan teknologi sebagai inti dari penciptaan nilai. Dalam konteks ekonomi digital, startup tidak hanya berperan sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu merespons permasalahan struktural di berbagai sektor melalui pendekatan berbasis teknologi dan inovasi sosial[17]. Secara konseptual, keberhasilan startup sangat ditentukan oleh kemampuannya mengintegrasikan inovasi teknologi dengan kebutuhan pasar. Startup umumnya tumbuh dalam ekosistem yang dinamis, memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan langsung dengan pengguna. Karakteristik ini menjadikan startup lebih adaptif dibandingkan perusahaan tradisional, terutama dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi yang cepat[18].

Di Indonesia, perkembangan startup menunjukkan kontribusi signifikan terhadap transformasi ekonomi, khususnya pada sektor-sektor yang sebelumnya bersifat tradisional. Startup berbasis digital mampu memperkenalkan model bisnis baru yang mempersingkat rantai distribusi, meningkatkan transparansi informasi, serta membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa startup tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga memiliki potensi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat[19].

Startup yang mengadopsi prinsip keberlanjutan dan inovasi sosial cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Hubungan antara tujuan ekonomi dan tujuan sosial memungkinkan startup membangun reputasi positif, meningkatkan kepercayaan pengguna, serta menciptakan dampak jangka panjang yang lebih berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa praktik ekonomi berkelanjutan dan inovasi sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan reputasi startup di Indonesia, sehingga memperkuat posisi startup dalam ekosistem bisnis digital[17]. Dalam sektor perikanan, kehadiran startup digital menjadi relevan karena mampu menjawab permasalahan klasik seperti keterbatasan akses pasar, ketergantungan pada perantara, serta rendahnya efisiensi rantai pasok. Startup perikanan berbasis teknologi umumnya memanfaatkan platform digital untuk menghubungkan nelayan secara langsung dengan pasar, meningkatkan transparansi harga, dan mempercepat distribusi produk. Model bisnis ini berpotensi meningkatkan posisi tawar nelayan sekaligus menciptakan sistem pemasaran yang lebih adil dan efisien[20]. Selain itu, startup digital di sektor perikanan juga berperan dalam meningkatkan daya saing produk perikanan, termasuk untuk pasar ekspor. Melalui penerapan strategi bisnis berbasis teknologi, startup mampu mengelola data produksi, kualitas produk, dan permintaan pasar secara lebih sistematis. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan rintisan perikanan untuk mengembangkan strategi pertumbuhan yang adaptif dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat integrasi nelayan lokal ke dalam rantai nilai global[20].

startup pada umumnya memiliki struktur sistem yang terdiri dari beberapa komponen teknologi yang saling terhubung untuk mendukung proses layanan, transaksi, dan pengelolaan informasi secara otomatis dan real-time.

1. Front end

User Interface (UI) atau frontend merupakan bagian dari sistem informasi yang berfungsi sebagai media interaksi antara pengguna dengan sistem komputer. Dalam konsep *Human Computer Interaction (HCI)*, interaksi manusia dan komputer dipahami sebagai proses pertukaran informasi dua arah antara pengguna dan sistem berbasis teknologi. Melalui

antarmuka pengguna, sistem dapat menerima perintah dari pengguna serta menampilkan informasi sebagai respon terhadap input yang diberikan[21]. *User Interface (UI)* atau frontend merupakan bagian dari sistem informasi yang berfungsi sebagai media interaksi antara pengguna dengan sistem komputer. Dalam konsep *Human Computer Interaction (HCI)*, interaksi manusia dan komputer dipahami sebagai proses pertukaran informasi dua arah antara pengguna dan sistem berbasis teknologi. Melalui antarmuka pengguna, sistem dapat menerima perintah dari pengguna serta menampilkan informasi sebagai respon terhadap input yang diberikan[21], [22].

2. *Back end*

Backend merupakan bagian dari sistem informasi yang bekerja pada sisi server dan bertugas menjalankan instruksi serta pengolahan data aplikasi. Data yang dimasukkan oleh pengguna tidak langsung ditampilkan, tetapi terlebih dahulu diproses pada bagian *backend* sebelum ditampilkan oleh *frontend*. Backend juga menangani berbagai proses di belakang layar seperti pengaturan logika sistem, *server-side processing*, serta pengelolaan basis data[23]. Dalam arsitektur *client-server*, komunikasi antara antarmuka pengguna dengan server dilakukan melalui *Application Programming Interface (API)* yang memungkinkan pertukaran data antara sisi *client* dan *server*[24]. Melalui mekanisme tersebut sistem menerima permintaan dari pengguna, memproses informasi, kemudian mengirimkan respon kembali kepada pengguna.

3. *Database*

Basis data (*database*) merupakan komponen dalam sistem informasi yang digunakan untuk menyimpan dan mengelola data secara terstruktur sehingga dapat diakses dan diproses oleh sistem. Dalam layanan digital, data seperti informasi pengguna, transaksi, dan aktivitas sistem disimpan dalam basis data untuk mendukung operasional aplikasi. Pada arsitektur *client-server*, pengguna tidak berinteraksi langsung dengan basis data, melainkan melalui *backend* atau *server* aplikasi. Sistem informasi mengumpulkan, mengintegrasikan, serta mengolah data secara terpusat sehingga informasi dapat digunakan untuk mendukung layanan dan pengambilan keputusan. Dengan adanya basis data, sistem mampu menyediakan informasi secara *real-time* dan menjaga konsistensi data dalam operasional layanan digital[25].

4. *API*

Application Programming Interface (API) merupakan antarmuka yang dirancang pada sistem server-side (*backend*) untuk melakukan pertukaran data dan memungkinkan interaksi antara sisi *client* (*frontend*) dan sisi *server* (*backend*). Melalui API, aplikasi pada sisi

pengguna dapat mengirimkan permintaan (*request*) ke *server*, kemudian server memproses permintaan tersebut dan mengirimkan tanggapan berupa data atau informasi kepada *client*. Dengan demikian, API berperan sebagai penghubung komunikasi data antara komponen *frontend* dan *backend* dalam sistem informasi[24]. Pada pengembangan layanan digital, API juga digunakan sebagai mekanisme pertukaran data antar layanan (*service*) sehingga sistem dapat terintegrasi dan data dapat berpindah dengan lebih mudah. Oleh karena itu, penggunaan API mendukung fleksibilitas sistem serta memudahkan pengembangan aplikasi, baik untuk kebutuhan web maupun *mobile*[23].

5. Infrastruktur Server

Infrastruktur server merupakan komponen dalam sistem informasi yang berfungsi sebagai tempat menjalankan aplikasi dan layanan sehingga dapat diakses melalui jaringan internet. Server menyediakan sumber daya komputasi untuk menerima permintaan dari pengguna, menjalankan proses aplikasi, serta mengirimkan respon kembali kepada pengguna. Dalam arsitektur *client-server*, *server* berperan menyediakan layanan dan data yang dibutuhkan oleh aplikasi pada sisi pengguna[24]. Pada layanan digital, komunikasi antara pengguna dan sistem terjadi melalui jaringan internet, di mana *client* mengirimkan permintaan kepada server dan server memberikan respon berupa informasi atau data. Oleh karena itu, keberadaan infrastruktur server memungkinkan aplikasi dapat diakses secara *online* dan berjalan secara terus-menerus. Infrastruktur server juga mendukung proses pengolahan data, penyimpanan data, serta komunikasi sistem melalui mekanisme request dan response[24].

2.3 Bussines Plan

Business plan merupakan dokumen perencanaan Bisnis tertulis yang memuat gambaran menyeluruh mengenai arah, strategi, dan operasional usaha yang akan dijalankan dalam jangka waktu tertentu. *Business plan* berfungsi sebagai panduan utama bagi pelaku usaha dalam menentukan tujuan, strategi pencapaian, serta pengelolaan sumber daya agar usaha dapat berjalan secara terarah dan berkelanjutan. Dalam konteks usaha kecil dan startup, business plan menjadi fondasi penting karena membantu pelaku usaha memahami kondisi internal dan eksternal sebelum menjalankan bisnis secara nyata[26]. Business plan tidak hanya berperan sebagai alat perencanaan internal, tetapi juga sebagai sarana komunikasi strategis kepada pihak eksternal seperti investor, mitra bisnis, dan lembaga pendanaan. Dokumen ini memberikan gambaran mengenai kelayakan usaha, potensi keuntungan, serta risiko yang mungkin dihadapi di masa depan. Perencanaan bisnis yang

matang memungkinkan pelaku usaha mengantisipasi ketidakpastian dan persaingan, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan jangka panjang suatu usaha[27].

Dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), business plan memiliki urgensi yang sangat tinggi karena sebagian besar usaha berskala kecil masih dijalankan secara informal dengan pengelolaan yang belum terstruktur. Business plan membantu pelaku UMKM menyusun langkah-langkah strategis secara sistematis, mulai dari penentuan produk, pasar sasaran, hingga pengelolaan keuangan. Penerapan business plan dinilai mampu meningkatkan keberlanjutan usaha, memperkuat daya saing, serta mendorong pertumbuhan penjualan secara lebih terukur[28]. Secara konseptual, business plan mencakup beberapa komponen utama yang saling berkaitan. Komponen tersebut meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi bisnis, perencanaan pemasaran, perencanaan operasional, perencanaan sumber daya manusia, analisis keuangan, serta analisis risiko. Penyusunan komponen-komponen ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kelayakan dan arah pengembangan usaha di masa depan[29].

Dalam konteks bisnis perikanan, penyusunan business plan menjadi semakin penting karena sektor ini memiliki tingkat ketidakpastian yang relatif tinggi, seperti fluktuasi hasil produksi, perubahan harga pasar, dan risiko operasional. *Business plan* membantu pelaku usaha perikanan dalam mengelola biaya, merencanakan pendapatan, serta meminimalkan risiko keuangan melalui perencanaan yang lebih sistematis. Perencanaan keuangan yang baik memungkinkan usaha perikanan bertahan dan berkembang meskipun menghadapi kondisi pasar yang tidak stabil[30]. Selain itu, *business plan* juga berperan sebagai alat pengambilan keputusan strategis. Informasi yang disusun dalam *business plan*, khususnya terkait biaya, pendapatan, dan profitabilitas, menjadi dasar dalam menentukan harga jual, strategi operasional, serta keputusan investasi. Dengan demikian, *business plan* tidak hanya berfungsi pada tahap awal pendirian usaha, tetapi juga sebagai instrumen evaluasi dan pengendalian usaha secara berkelanjutan[28].

Secara umum, struktur business plan dapat dijelaskan sebagai berikut[31]:

1. Deskripsi Bisnis

Bagian deskripsi bisnis menjelaskan gambaran umum mengenai usaha yang akan dijalankan, termasuk visi, misi, tujuan perusahaan, serta produk atau layanan yang ditawarkan. Melalui bagian ini, pembaca dapat memahami latar belakang pendirian usaha serta nilai yang ingin diberikan kepada pelanggan.

2. Analisis Pasar

Analisis pasar dilakukan untuk mengidentifikasi target pelanggan, ukuran pasar, serta kondisi persaingan dalam industri yang relevan. Analisis ini bertujuan untuk memahami kebutuhan konsumen serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis menjelaskan langkah-langkah yang akan dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ini dapat meliputi strategi pemasaran, strategi pengembangan produk, serta pendekatan yang digunakan untuk menghadapi persaingan di pasar.

4. Operasional Bisnis

Bagian operasional bisnis menjelaskan bagaimana kegiatan usaha dijalankan dalam praktiknya. Hal ini mencakup proses operasional, penggunaan teknologi, serta pengelolaan sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan aktivitas bisnis secara efektif.

5. Rencana Tim Manajemen

Rencana tim manajemen menjelaskan struktur organisasi serta pembagian tugas dalam perusahaan. Kejelasan struktur manajemen penting untuk memastikan bahwa setiap fungsi dalam perusahaan dapat berjalan secara terkoordinasi dan efisien.

6. Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan merupakan salah satu bagian penting dalam business plan yang berfungsi untuk menggambarkan kondisi finansial perusahaan. Bagian ini biasanya mencakup investasi awal, biaya operasional, proyeksi pendapatan, serta analisis keuntungan yang diharapkan dalam periode tertentu.

2.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dalam sektor perikanan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk, baik pada skala usaha kecil maupun pada perusahaan berbasis teknologi digital. Strategi pemasaran dipahami sebagai rangkaian aktivitas terintegrasi yang mencakup penentuan segmentasi pasar, penetapan target pasar, serta penyusunan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Kurangnya penerapan strategi pemasaran yang terencana berpotensi menyebabkan produk perikanan sulit bersaing di pasar, meskipun memiliki kualitas bahan baku yang baik[32]. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha perikanan, khususnya pada skala UMKM, masih berorientasi pada volume penjualan tanpa didukung perencanaan pemasaran yang

terstruktur. Kondisi ini mengakibatkan produk perikanan tidak memiliki diferensiasi yang kuat dan sulit membangun citra merek di benak konsumen. Ketiadaan segmentasi dan target pasar yang jelas juga menyebabkan strategi bauran pemasaran tidak berjalan optimal, sehingga produk perikanan cenderung kalah bersaing dengan produk sejenis di pasar yang sama[32].

Strategi pemasaran yang efektif diawali dengan penentuan segmentasi dan target pasar yang tepat. Segmentasi pasar membantu pelaku usaha memahami karakteristik, kebutuhan, serta perilaku konsumen, sehingga produk yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan preferensi pasar. Penetapan target pasar yang jelas memungkinkan pelaku usaha memfokuskan sumber daya pemasaran secara lebih efisien, baik dalam penentuan harga, pemilihan saluran distribusi, maupun strategi promosi produk perikanan[32]. Seiring dengan perkembangan teknologi, strategi pemasaran produk perikanan mengalami pergeseran ke arah pemanfaatan pemasaran digital. Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha mempromosikan produk melalui media sosial dan platform daring, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas dan tidak terbatas pada wilayah lokal. Pemanfaatan digital marketing juga memudahkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen, serta mempercepat penyampaian informasi terkait produk hasil perikanan[33].

Penerapan pemasaran digital pada sektor perikanan umumnya dilakukan melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp sebagai sarana utama promosi produk. Media tersebut dinilai efektif dalam menyampaikan informasi hasil tangkapan, menjalin komunikasi dengan konsumen, serta mendukung proses transaksi secara langsung. Namun, penerapan pemasaran digital belum sepenuhnya optimal karena masih terbatasnya pemanfaatan platform marketplace serta kendala infrastruktur dan sumber daya manusia yang dimiliki pelaku usaha perikanan[33]. Selain itu, strategi pemasaran produk perikanan perlu dirancang dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal usaha. Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diperlukan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Melalui analisis tersebut, pelaku usaha dapat memanfaatkan peluang pasar yang tersedia sekaligus meminimalkan berbagai kendala yang dapat menghambat efektivitas pemasaran produk perikanan[33].

Pendekatan strategi pemasaran modern dalam sektor perikanan juga menekankan pentingnya peningkatan kualitas layanan dan pembangunan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Komunikasi yang responsif, kejelasan informasi produk, serta konsistensi dalam kualitas layanan berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Strategi ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan jangka pendek,

tetapi juga pada keberlanjutan usaha perikanan dalam jangka panjang[33]. Secara keseluruhan, strategi pemasaran dalam sektor perikanan perlu disusun secara menyeluruh dengan mengintegrasikan segmentasi pasar, bauran pemasaran, serta pemanfaatan pemasaran digital. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk hasil laut, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha perikanan, khususnya pada skala UMKM

2.5 Marketing 4P

Strategi pemasaran memegang peranan vital dalam keberlangsungan suatu usaha. Salah satu kerangka kerja yang paling mendasar dalam merancang strategi tersebut adalah konsep 4P, yang terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Distribusi), dan *Promotion* (Promosi). Keempat elemen ini merupakan variabel terkendali yang harus dikelola secara terintegrasi oleh pelaku usaha untuk mencapai target pasar yang diinginkan.

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam sektor perikanan, produk mencakup hasil tangkapan maupun produk olahan perikanan yang memiliki nilai guna bagi konsumen. Aspek produk tidak hanya terbatas pada bentuk fisik, tetapi juga mencakup kualitas, kesegaran, variasi produk, kemasan, serta jaminan keamanan produk. Produk perikanan yang memiliki kualitas baik dan sesuai dengan kebutuhan pasar berpotensi meningkatkan daya saing dan minat beli konsumen[32].

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Penetapan harga dalam usaha perikanan perlu mempertimbangkan biaya produksi, kondisi pasar, daya beli konsumen, serta harga pesaing. Harga yang ditetapkan secara tepat dapat mencerminkan kualitas produk dan memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi pelaku usaha. Penentuan harga yang tidak sesuai dengan kondisi pasar berpotensi menurunkan minat beli konsumen dan melemahkan posisi produk di pasar[32].

3. *Place* (Tempat/Distribusi)

Distribusi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan penyaluran produk dari produsen kepada konsumen. Dalam sektor perikanan, distribusi memiliki peran penting mengingat produk perikanan bersifat mudah rusak dan membutuhkan penanganan yang cepat serta tepat. Saluran distribusi yang efisien dapat menjaga kualitas produk dan memperluas

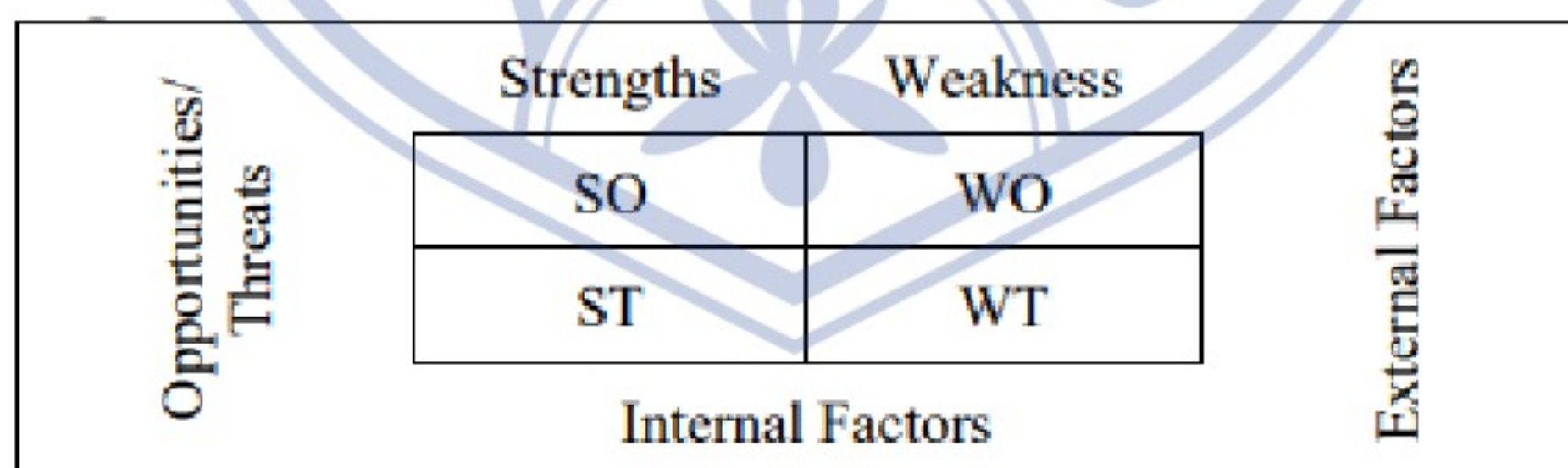
jangkauan pasar. Distribusi dapat dilakukan secara langsung kepada konsumen maupun melalui perantara, tergantung pada kapasitas usaha dan kondisi pasar yang dituju[32].

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi, serta memengaruhi konsumen agar melakukan pembelian. Promosi dalam usaha perikanan dapat dilakukan melalui berbagai media, baik secara konvensional maupun digital. Pemanfaatan media sosial dan platform digital menjadi salah satu strategi promosi yang semakin berkembang karena mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen[32].

2.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal suatu usaha secara terstruktur. Analisis ini mencakup empat komponen utama, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Analisis SWOT digunakan sebagai dasar dalam perumusan strategi karena mampu menggambarkan posisi usaha secara objektif serta membantu dalam menentukan arah pengembangan yang tepat[34][35]. Analisis SWOT didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Dengan demikian, analisis ini dapat digunakan sebagai landasan dalam penyusunan strategi pemasaran dan pengembangan usaha secara berkelanjutan.



Gambar 2. 1 SWOT [25]

1. Kekuatan merupakan faktor-faktor internal positif yang dimiliki oleh suatu usaha dan dapat dimanfaatkan untuk mendukung pencapaian tujuan serta meningkatkan daya saing. Kekuatan mencerminkan keunggulan yang membedakan suatu usaha dari pesaingnya[35]. Kekuatan dalam konteks usaha dapat dijabarkan:

a) Kualitas produk yang baik

Produk yang memiliki kualitas tinggi, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen menjadi keunggulan utama dalam persaingan. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong pembelian ulang.

b) Pelayanan kepada konsumen

Pelayanan yang responsif, ramah, dan berorientasi pada kepuasan konsumen menjadi salah satu kekuatan internal yang penting. Pelayanan yang baik mampu membangun loyalitas konsumen dan memperkuat citra usaha.

c) Lokasi atau akses pasar yang strategis

Lokasi usaha yang mudah dijangkau atau memiliki akses pasar yang luas dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk. Akses pasar yang baik juga mendukung highlighting produk dan memperluas jangkauan pemasaran.

d) Harga yang kompetitif

Penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen serta sebanding dengan kualitas produk menjadi kekuatan yang dapat meningkatkan minat beli dan daya saing usaha.

2. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan merupakan faktor-faktor internal yang dapat menghambat kinerja usaha apabila tidak dikelola dengan baik. Kelemahan perlu diidentifikasi secara objektif agar dapat diminimalkan melalui strategi yang tepat [34], [35]. Kelemahan usaha dapat meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemanfaatan teknologi, keterbatasan modal, serta sistem operasional yang belum optimal.

3. Peluang (Opportunity)

Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha. Peluang dapat berasal dari perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, pertumbuhan pasar, serta meningkatnya kebutuhan terhadap produk tertentu [35]. Pemanfaatan peluang secara optimal memungkinkan usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan volume penjualan, serta memperkuat posisi kompetitif.

4. Ancaman (Threat)

Ancaman merupakan faktor eksternal yang berpotensi menghambat atau mengganggu kelangsungan usaha. Ancaman dapat berasal dari meningkatnya persaingan, perubahan kondisi ekonomi, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan regulasi. Identifikasi ancaman diperlukan agar usaha dapat menyiapkan strategi mitigasi yang tepat sehingga risiko yang ditimbulkan dapat diminimalkan.

Secara keseluruhan, analisis SWOT memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal usaha. Hasil analisis ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang menyesuaikan diri dengan perubahan, memiliki daya saing tinggi, dan berkelanjutan[34], [35].

2.7 Marketplace

Marketplace merupakan platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu sistem terintegrasi untuk melakukan transaksi secara daring. Keberadaan marketplace memungkinkan pelaku usaha memasarkan produk secara lebih luas tanpa harus memiliki infrastruktur pemasaran sendiri, karena proses promosi, pemesanan, dan pembayaran telah difasilitasi oleh platform digital tersebut. Dalam konteks pemasaran modern, marketplace menjadi salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital yang efektif untuk meningkatkan akses pasar dan efisiensi distribusi[36]. Pemanfaatan marketplace memberikan peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengurangi ketergantungan pada saluran pemasaran konvensional seperti tengkulak atau penjualan langsung di pasar lokal. Melalui marketplace, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen lintas wilayah, memperoleh informasi harga pasar secara lebih transparan, serta meningkatkan daya saing produk melalui sistem penilaian dan ulasan konsumen[36].

Marketplace juga berperan sebagai sarana pemberdayaan ekonomi berbasis digital, terutama bagi pelaku usaha di sektor primer seperti pertanian dan perikanan. Optimalisasi pemanfaatan marketplace dapat membantu memperpendek rantai distribusi sehingga nilai tambah produk lebih banyak diterima oleh produsen. Selain itu, marketplace menyediakan fitur pendukung seperti katalog produk, deskripsi digital, promosi daring, serta analisis penjualan yang dapat dimanfaatkan dalam penyusunan strategi pemasaran yang lebih terarah[37].

Keberhasilan pemanfaatan marketplace sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital pelaku usaha. Pelatihan dan pendampingan menjadi faktor penting agar pelaku UMKM mampu mengelola akun marketplace secara mandiri, mulai dari pengunggahan produk, penetapan harga, pengemasan informasi produk, hingga pengelolaan transaksi. Dengan keterampilan digital yang memadai, marketplace tidak hanya berfungsi sebagai saluran penjualan, tetapi juga sebagai media pembelajaran dan pengembangan usaha secara berkelanjutan[36].

Dalam perkembangannya, marketplace terintegrasi dengan berbagai bentuk pemasaran digital lainnya seperti media sosial, *e-marketspace*, dan layanan berbasis mesin

pencari. Integrasi ini memungkinkan pelaku usaha membangun ekosistem pemasaran digital yang saling terhubung sehingga visibilitas produk meningkat dan jangkauan pasar semakin luas. Oleh karena itu, marketplace dapat dipandang sebagai elemen strategis dalam transformasi pemasaran digital untuk mendukung peningkatan daya saing UMKM di era digital[38].

2.8 Teknologi Pendukung

Dalam pengembangan sistem informasi berbasis digital, keberadaan teknologi pendukung berfungsi sebagai infrastruktur dasar yang memungkinkan sistem berjalan secara efektif. Terdapat tiga komponen teknologi utama yang menjadi landasan operasional dalam model bisnis ini, yaitu aplikasi seluler (*Mobile Application*), *Payment Gateway*, dan *Tracking System*. [39]

1. Aplikasi Seluler (*Mobile Application*)

Aplikasi seluler (*mobile application*) merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk berjalan pada perangkat bergerak seperti smartphone dan tablet, sehingga memungkinkan pengguna mengakses layanan dan informasi secara fleksibel tanpa terikat ruang dan waktu. Aplikasi seluler memiliki keunggulan dalam hal mobilitas, tampilan antarmuka yang responsif, serta pengalaman pengguna yang lebih optimal dibandingkan sistem berbasis web pada perangkat mobile. Selain itu, aplikasi seluler mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kemudahan penggunaan melalui akses fitur yang cepat dan terstruktur, sehingga berperan sebagai teknologi pendukung yang strategis dalam pengembangan sistem dan pemasaran berbasis digital[39].

2. Gerbang Pembayaran (*Payment Gateway*)

Gerbang pembayaran (*payment gateway*) merupakan teknologi pembayaran digital yang berfungsi sebagai penghubung antara penjual, pembeli, dan lembaga keuangan dalam memproses transaksi secara elektronik. *Payment gateway* memungkinkan proses pembayaran dilakukan secara cepat, aman, dan efisien melalui berbagai metode seperti dompet digital, kartu debit, dan mobile banking. Pemanfaatan *payment gateway* mendukung peningkatan kinerja UMKM karena mampu mempercepat transaksi, mengurangi risiko transaksi tunai, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta membantu pencatatan keuangan yang lebih transparan dan terintegrasi dalam sistem usaha berbasis digital[40].

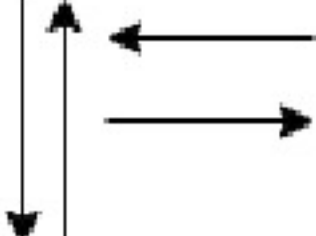
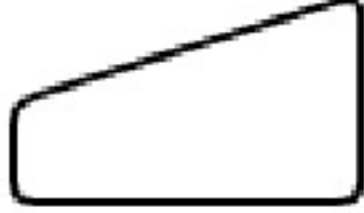
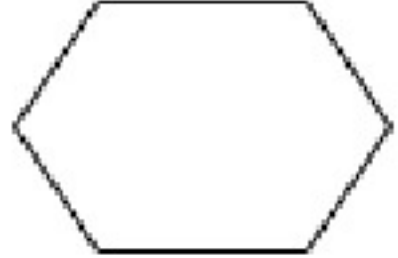
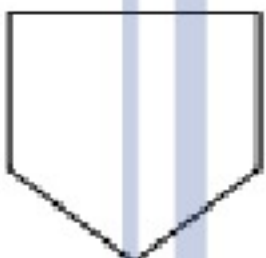
3. Sistem Pelacakan (*Tracking System*)

Sistem pelacakan (*tracking system*) merupakan teknologi yang digunakan untuk memantau pergerakan barang secara real-time dalam proses distribusi dan logistik, sehingga mampu meningkatkan transparansi informasi, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. Tracking system memungkinkan pengguna mengetahui status pengiriman, posisi paket, serta estimasi waktu kedatangan melalui sistem digital yang terintegrasi. Keberadaan sistem pelacakan yang akurat dan transparan berperan penting dalam mendukung kepercayaan pelanggan serta mengurangi ketidakpastian selama proses pengiriman, khususnya dalam ekosistem *e-commerce* dan layanan logistik modern[41].

2.9 Flowchart

Flowchart merupakan representasi grafis yang digunakan untuk menggambarkan alur logika, langkah-langkah, dan urutan prosedur dari suatu sistem atau program secara sistematis. *Flowchart* menampilkan hubungan antarproses dari awal hingga akhir menggunakan simbol-simbol standar, sehingga memudahkan pemahaman terhadap cara kerja sistem. Penggunaan flowchart membantu analis dan pengembang sistem dalam memecah permasalahan yang kompleks menjadi tahapan-tahapan yang lebih sederhana dan terstruktur, serta mempermudah proses analisis dan evaluasi sistem sebelum diimplementasikan[42].

Dalam pengembangan sistem informasi, *flowchart* berperan penting sebagai alat bantu perancangan karena mampu merepresentasikan alur proses secara jelas dan logis. Flowchart digunakan untuk memvisualisasikan proses input, proses pengolahan data, hingga output yang dihasilkan oleh sistem. Dengan adanya flowchart, kesalahan logika dapat diminimalkan sejak tahap perancangan, serta memudahkan komunikasi antara pengembang dan pengguna sistem terkait pemahaman alur kerja sistem yang akan dibangun[42].

	Flow Direction Symbol		Manual Input
	Terminator Symbol		Preparation
	Connector Symbol		Predefine proses
	Connector Symbol		Display
	Processing Symbol		disk and On-line Storage
	Manual Operation		magnetik tape unit
	Decision		Punch Card
	Input-Output		Simbol Dokumen

Gambar 2. 2 Simbol Flowchart [42]

Berdasarkan Gambar Simbol Flowchart digunakan:

1. Flow Direction Symbol

Simbol ini digunakan untuk menunjukkan arah aliran proses dan menghubungkan satu simbol dengan simbol lainnya. Simbol ini juga dikenal sebagai *connecting line*.

2. Terminator Symbol

Simbol terminator digunakan untuk menunjukkan permulaan (*start*) dan akhir (*stop*) dari suatu kegiatan atau proses.

3. Connector Symbol

Simbol *connector* digunakan untuk menghubungkan alur proses yang terpisah tetapi masih berada pada lembar atau halaman yang sama ataupun berbeda.

4. *Processing Symbol*

Simbol proses digunakan untuk menunjukkan adanya pengolahan data atau instruksi yang dilakukan oleh komputer.

5. *Manual Operation Symbol*

Simbol ini menunjukkan proses pengolahan yang dilakukan secara manual, bukan oleh sistem komputer.

6. *Decision Symbol*

Simbol *decision* digunakan untuk menggambarkan proses pengambilan keputusan berdasarkan kondisi tertentu yang menghasilkan lebih dari satu kemungkinan alur.

7. *Input–Output*

Simbol input–output digunakan untuk menyatakan proses pemasukan data (*input*) atau keluaran informasi (*output*), tergantung pada jenis peralatannya.

8. *Manual Input Symbol*

Simbol ini menunjukkan proses pemasukan data secara manual, seperti melalui keyboard atau perangkat input lainnya.

9. *Preparation Symbol*

Simbol preparation digunakan untuk menunjukkan tahap persiapan sebelum proses pengolahan data dilakukan atau sebelum data disimpan.

10. *Predefined Process*

Simbol ini digunakan untuk menunjukkan pelaksanaan suatu bagian proses atau subprogram yang telah didefinisikan sebelumnya.

11. *Display*

Simbol display menyatakan bahwa output ditampilkan melalui perangkat tampilan seperti layar, monitor, atau printer.

12. *Disk and On-line Storage*

Simbol ini menunjukkan bahwa input berasal dari media penyimpanan daring atau data disimpan ke dalam media disk.

13. *Magnetic Tape Unit*

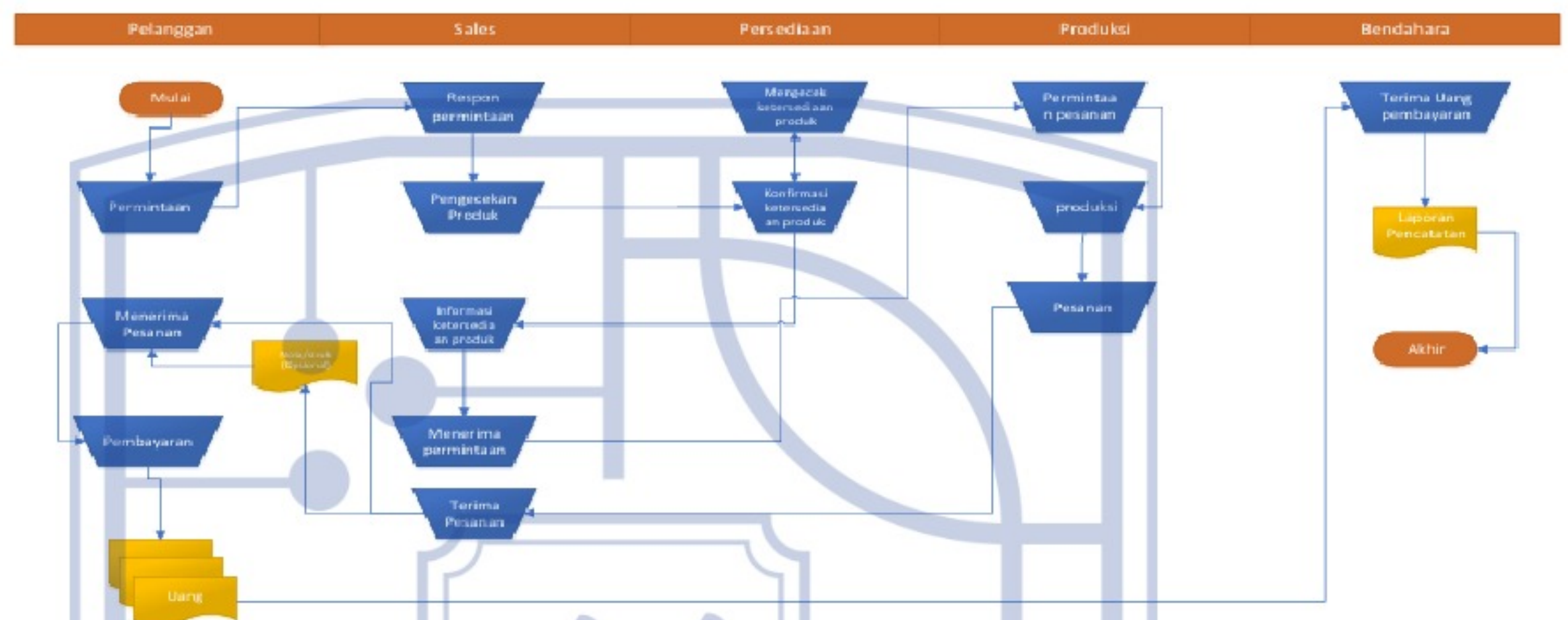
Simbol ini menyatakan *input* berasal dari pita magnetik atau *output* disimpan ke pita magnetik.

14. *Punch Card*

Simbol *punch card* menunjukkan bahwa input berasal dari kartu atau *output* ditulis ke kartu.

15. Document Symbol

Simbol dokumen digunakan untuk menyatakan input berupa dokumen atau output yang dicetak dalam bentuk kertas.



Gambar 2. 3 Contoh Flowchart [43]

Gambar diatas menunjukkan flowchart proses pemesanan produk dalam suatu sistem informasi. Proses dimulai dari pelanggan yang melakukan permintaan produk kepada bagian sales. Selanjutnya bagian sales melakukan pengecekan produk dan berkoordinasi dengan bagian persediaan untuk memastikan ketersediaan barang. Apabila produk tersedia, pesanan diteruskan ke bagian produksi untuk diproses. Setelah produk selesai diproduksi, pesanan dikirim kepada pelanggan dan pelanggan melakukan pembayaran. Pembayaran kemudian diterima oleh bagian bendahara untuk dilakukan pencatatan transaksi hingga proses dinyatakan selesai. *Flowchart* ini menggambarkan alur kegiatan sistem mulai dari permintaan pelanggan sampai pencatatan pembayaran secara terstruktur.

Pembuatan flowchart harus mengikuti aturan agar alur proses mudah dipahami. Diagram disusun secara berurutan dari atas ke bawah atau dari kiri ke kanan. Setiap langkah kegiatan harus digambarkan secara jelas dan dihubungkan dengan garis alir. Flowchart harus diawali dengan simbol awal (*start*) dan diakhiri dengan simbol akhir (*end*). Jika terdapat kondisi tertentu, digunakan simbol keputusan yang menghasilkan lebih dari satu kemungkinan alur. Apabila diagram berpindah bagian, digunakan simbol penghubung agar alur tetap terbaca sebagai satu rangkaian proses[44].

2.10 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan bentuk pertanggungjawaban atas pengelolaan keuangan yang disusun untuk menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, serta perubahan kondisi keuangan dalam suatu periode tertentu. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan digunakan untuk memenuhi kebutuhan para pengguna dalam menilai transparansi, akuntabilitas, dan kualitas pengelolaan keuangan, baik pada sektor publik maupun sektor bisnis[45].

Laporan keuangan juga berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja manajemen karena mencerminkan hasil dari keputusan dan kebijakan yang telah diterapkan. Informasi keuangan yang disajikan dapat digunakan untuk menilai kemampuan manajemen dalam mencapai target keuangan, mengelola sumber daya secara efektif, serta menjaga keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, laporan keuangan memiliki peran strategis dalam mendukung pengambilan keputusan dan perencanaan di masa mendatang[46].

Penyusunan laporan keuangan harus mengacu pada standar akuntansi yang berlaku agar informasi yang dihasilkan bersifat relevan, andal, dapat dibandingkan, dan mudah dipahami. Penerapan standar akuntansi bertujuan untuk memastikan bahwa laporan keuangan disajikan secara konsisten serta mencerminkan kondisi keuangan yang sebenarnya, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kepercayaan pengguna laporan keuangan[47].

Laporan keuangan terdiri atas beberapa jenis laporan yang disusun untuk menyajikan informasi keuangan yang komprehensif, sehingga dapat digunakan sebagai evaluasi dan pengambilan keputusan.

1. Neraca (Laporan Posisi Keuangan)

Neraca atau laporan posisi keuangan merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai posisi keuangan suatu entitas pada tanggal tertentu. Laporan ini menggambarkan jumlah aset, kewajiban, dan ekuitas yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menunjukkan kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh pada suatu waktu tertentu[48]. Neraca digunakan sebagai dasar untuk menilai kemampuan entitas dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjang. Selain itu, neraca juga berperan penting dalam menilai struktur permodalan dan tingkat solvabilitas, sehingga membantu manajemen dan pemangku kepentingan dalam mengevaluasi keberlanjutan keuangan suatu entitas[45].

2. Laporan Laba Rugi / Laporan Operasional

Laporan laba rugi atau laporan operasional merupakan laporan keuangan yang disusun secara sistematis untuk menyajikan informasi mengenai penghasilan yang diperoleh perusahaan serta beban-beban yang terjadi selama suatu periode akuntansi tertentu. Laporan ini menunjukkan hasil kinerja operasional perusahaan dalam bentuk laba atau rugi yang dihasilkan dari aktivitas utama perusahaan dalam periode berjalan[49]. Laporan laba rugi digunakan untuk menilai efisiensi dan efektivitas pengelolaan operasional. Informasi yang disajikan menjadi dasar bagi manajemen dalam mengevaluasi kinerja usaha, mengendalikan biaya, serta merumuskan strategi peningkatan kinerja keuangan di periode berikutnya[46].

3. Laporan Perubahan Ekuitas

Laporan perubahan ekuitas menyajikan informasi mengenai perubahan modal atau kekayaan bersih entitas selama suatu periode. Perubahan ekuitas dapat terjadi akibat surplus atau defisit periode berjalan, koreksi kesalahan, maupun transaksi lain yang memengaruhi saldo ekuitas. Laporan ini memberikan gambaran mengenai perkembangan hak pemilik terhadap entitas dari waktu ke waktu[50]. Laporan perubahan ekuitas berfungsi sebagai penghubung antara laporan operasional dan neraca, karena hasil kinerja operasional akan berdampak langsung pada posisi ekuitas. Dengan demikian, laporan ini membantu dalam menilai kemampuan entitas dalam mempertahankan dan meningkatkan modalnya secara berkelanjutan[46].

4. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas menyajikan informasi mengenai arus masuk dan arus keluar kas selama suatu periode yang diklasifikasikan ke dalam aktivitas operasional, investasi, dan pendanaan. Laporan ini memberikan gambaran mengenai kemampuan entitas dalam menghasilkan kas dan menggunakan kas untuk mendukung kegiatan operasional dan pembiayaan[46]. Informasi arus kas sangat penting dalam menilai likuiditas dan fleksibilitas keuangan. Laporan arus kas membantu manajemen dalam mengelola kas secara efektif, merencanakan kebutuhan pendanaan, serta mengantisipasi risiko kekurangan kas, sehingga mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat[46].

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
LAPORAN POSISI KEUANGAN
30 September 2025 dan 31 Desember 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
September 30, 2025 and December 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	30 September 2025/ September 30, 2025	31 Desember 2024/ December 31, 2024	
ASET				ASSETS
ASET LANCAR				CURRENT ASSETS
Kas	5	4.965.455.863	1.385.308.361	Cash
Piutang usaha	6	14.831.668.518	21.666.498.672	Trade receivables
Piutang lain-lain		1.059.223.677	2.484.022.055	Other receivables
Persediaan	7	43.605.353.744	47.384.878.028	Inventories
Uang muka	8	34.155.222.151	37.549.644.074	Advances
Pajak dibayar di muka	15a	3.905.409.282	3.176.071.985	Prepaid tax
Beban dibayar dimuka		280.345.752	15.131.631	Prepaid expenses
Total Aset Lancar		102.802.678.987	113.661.554.806	Total Current Assets
ASET TIDAK LANCAR				NON-CURRENT ASSETS
Piutang kemitraan	9	60.000.000	200.000.000	Due from partnership
Aset tetap - neto	10	19.076.693.718	19.444.046.449	Fixed assets - net
Aset tidak berwujud - neto		84.000.000	131.250.000	Intangible assets - net
Aset pajak tangguhan	15d	802.961.017	746.132.708	Deferred tax assets
Aset tidak lancar lainnya	11	6.344.476.170	4.272.343.172	Other non-current assets
Total Aset Tidak Lancar		26.368.130.905	24.793.772.329	Total Non-Current Assets
TOTAL ASET		129.170.809.892	138.455.327.135	TOTAL ASSETS
LIABILITAS DAN EKUITAS				LIABILITIES AND EQUITY
LIABILITAS JANGKA PENDEK				CURRENT LIABILITIES
Pinjaman bank jangka pendek	12	43.203.124.501	47.214.889.372	Short-term bank loans
Utang usaha	13	5.597.651.498	11.040.404.167	Trade payables
Utang pajak	15b	135.667.622	51.969.796	Taxes payables
Uang muka pelanggan		1.674.995	453.002.077	Advance from customers
Beban akrual	16	220.792.266	219.429.534	Accrued expenses
Liabilitas jangka panjang jatuh tempo dalam waktu satu tahun				Current maturities of long-term liabilities
Utang pembiayaan konsumen	14	501.001.318	236.087.192	Consumer finance payables
Pinjaman bank	17	666.666.672	2.199.999.994	Bank loan
Total Liabilitas Jangka Pendek		50.326.578.872	61.415.782.132	Total Current Liabilities

Gambar 2. 4 Laporan Keuangan(1) [51]

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
LAPORAN POSISI KEUANGAN
30 September 2025 dan 31 Desember 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
September 30, 2025 and December 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	30 September 2025/ September 30, 2025	31 Desember 2024/ December 31, 2024	
LIABILITAS JANGKA PANJANG				NON-CURRENT LIABILITIES
Liabilitas jangka panjang setelah dikurangi bagian jatuh tempo dalam satu tahun				Long-term liabilities - net of current maturities
Utang pembiayaan konsumen	14	669.950.943	81.537.990	Consumer finance payables
Pinjaman bank	17	1.277.777.771	733.333.334	Bank loan
Liabilitas imbalan kerja	18	1.869.582.289	1.722.327.184	Employee benefits liabilities
Total Liabilitas Jangka Panjang		3.817.311.003	2.537.198.508	Total Long-term Liabilities
Total Liabilitas		54.143.889.875	63.952.980.640	Total Liabilities
EKUITAS				EQUITY
Modal saham - nilai nominal Rp50 per saham pada tanggal 30 September 2025 dan 31 Desember 2024				Share capital - nominal value per value Rp50 at September 30, 2025 and December 31, 2024
Modal dasar - 2.000.000.000 saham pada tanggal 30 September 2025 dan 31 Desember 2024				Authorized - 2,000,000,000 shares at September 30, 2025 and December 31, 2024
Modal ditempatkan dan disetor - 833.333.000 saham pada tanggal 30 September 2025 dan 31 Desember 2024	19	41.666.650.000	41.666.650.000	Issued and paid - 833,333,000 shares at September 30, 2025 and December 31, 2024
Tambahan modal disetor	20	20.147.675.726	20.147.675.726	Additional paid-in capital
Penghasilan komprehensif lain		342.077.812	342.077.812	Other comprehensive income
Saldo laba				Retained earnings
Telah ditentukan penggunaannya		10.000.000	10.000.000	Appropriated
Belum ditentukan penggunaannya		12.860.516.479	12.335.942.957	Unappropriated
Total Ekuitas		75.026.920.017	74.502.346.495	Total Equity
TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS		129.170.809.892	138.455.327.135	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Gambar 2. 5 Laporan Keuangan(2) [51]

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN
KOMPREHENSIF LAIN
 Untuk Periode yang Berakhir pada Tanggal-tanggal
 30 September 2025 dan 2024
 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
STATEMENTS OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
 For the Period Then Ended September 30, 2025 and 2024
 (Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	30 September 2025/ September 30, 2025	30 September 2024/ September 30, 2024	
PENJUALAN	22	95.466.959.790	87.113.725.460	SALES
BEBAN POKOK PENJUALAN	23	80.206.748.465	72.287.622.572	COST OF GOODS SOLD
LABA BRUTO		15.260.211.325	14.826.102.888	GROSS PROFIT
BEBAN USAHA	24			OPERATING EXPENSE
Beban umum dan administrasi		13.020.993.289	11.908.863.713	General and administrative expense
LABA USAHA		2.239.218.036	2.917.239.175	OPERATING PROFIT
PENGHASILAN (BEBAN) LAIN-LAIN				OTHER INCOMES (EXPENSES)
Rugi pelepasan aset tetap		131.324.364	(482.108)	Loss on disposal of fixed asset
Beban keuangan	25	(3.385.054.433)	(3.054.316.291)	Financing expenses
Bunga jasa giro		620.064	693.505	Interest income
Beban piutang tak tertagih		(89.709.934)	(83.004.522)	Allowance for doubtful account
Keuntungan (kerugian) selisih kurs - neto		1.357.580.552	327.044.235	Gain (loss) on forex
Lain-lain - neto		213.766.563	54.230.912	Others - net
Beban Lain-lain - Neto		(1.771.472.824)	(2.755.834.269)	Other Expenses - Net
LABA SEBELUM MANFAAT (BEBAN)				PROFIT BEFORE INCOME TAX
PAJAK PENGHASILAN		467.745.212	161.404.906	BENEFIT (EXPENSE)
MANFAAT (BEBAN) PAJAK				INCOME TAX BENEFIT (EXPENSE)
PENGHASILAN				Current
Kini	15c	-	-	Deferred
Tangguhan	15d	56.828.310	14.403.335	
BEBAN PAJAK PENGHASILAN - NETO		56.828.310	14.403.335	INCOME TAX EXPENSE - NET
LABA NETO		524.573.522	175.808.241	NET PROFIT

Gambar 2. 6 Laporan Keuangan(3) [51]

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN
KOMPREHENSIF LAIN
 Untuk Periode yang Berakhir pada Tanggal-tanggal
 30 September 2025 dan 2024
 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
STATEMENTS OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
 For the Period Then Ended September 30, 2025 and 2024
 (Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	30 September 2025/ September 30, 2025	30 September 2024/ September 30, 2024	
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN				OTHER COMPREHENSIVE INCOME
KOMPREHENSIF LAIN				INCOMES (EXPENSES)
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi lebih lanjut ke laba rugi:				Items that will not be reclassified subsequently to profit or loss:
periode berikutnya:				next periods
Pengukuran kembali liabilitas imbalan kerja	18	-	(4.165.269)	Remeasurement of employee benefits liabilities
Manfaat (beban) pajak				Incomes tax
Pajak penghasilan terkait	15d	-	791.401	Related incomes tax
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN - NETO		-	(3.373.868)	OTHERS COMPREHENSIVE INCOME - NET
LABA KOMPREHENSIF NETO		524.573.522	172.434.374	NET COMPREHENSIVE INCOME
Laba per Saham Dasar dan Laba per Saham Dasar Dilusian	21	0,63	0,21	Earning per Share Earning per Share Diluted

Gambar 2. 7 Laporan Keuangan(4) [51]

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS
 Untuk Periode yang Berakhir pada Tanggal-tanggal 30 September 2025 dan 2024
 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK
STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
 For the Period Then Ended September 30, 2025 and 2024
 (Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

	Modal Saham Dilempatkan dan Disetor/ Issued and Paid Share Capital	Tambahan Modal Disetor/ Additional Paid-in Capital	Penghasilan Korporatif Lain/ Other Comprehensive Income	Saldo Laba/ Retained Earnings		Total Ekuitas/ Total Equity	
				Telah Ditentukan Penggunaannya/ Appropriated	Belum Ditentukan Penggunaannya/ Unappropriated		
Saldo 1 Januari 2024	41.666.650.000	20.147.875.726	(41.867.651)	10.000.000	11.903.714.294	73.866.172.369	Balance as of January 1, 2024
Laba neto periode berjalan	-	-	-	-	175.808.241	175.808.241	Net profit for the period
Rugi komprehensif lain neto periode berjalan neto	-	-	(3.373.868)	-	-	(3.373.868)	Others comprehensive loss for the period - net
Saldo 30 September 2024	41.666.650.000	20.147.875.726	(45.241.519)	10.000.000	12.079.522.535	73.853.606.742	Balance as of September 30, 2024
Saldo 1 Januari 2025	41.666.650.000	20.147.875.726	342.077.812	10.000.000	12.305.942.957	74.502.346.495	Balance as of January 1, 2025
Laba neto periode berjalan	-	-	-	-	524.573.522	524.573.522	Net profit for the period
Penghasilan komprehensif lain neto periode berjalan neto	-	-	-	-	-	-	Others comprehensive income for the period - net
Saldo 30 September 2025	41.666.650.000	20.147.875.726	342.077.812	10.000.000	12.860.516.479	75.023.920.017	Balance as of September 30, 2025

Gambar 2. 8 Laporan Keuangan(5) [51]

PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK LAPORAN ARUS KAS Untuk Periode yang Berakhir pada Tanggal-tanggal 30 September 2025 dan 2024 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)		PT ERA MANDIRI CEMERLANG TBK STATEMENTS OF CASH FLOWS For the Period Then Ended September 30, 2025 and 2024 (Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)	
	30 September 2025/ September 30, 2025	30 September 2024/ September 30, 2024	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI			CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES
Penerimaan dari pelanggan	101.850.462.862	93.611.331.221	Receipts from customers
Pembayaran ke pemasok	(79.173.095.229)	(75.154.572.567)	Payments to suppliers
Pembayaran untuk beban operasional	(11.717.851.860)	(10.761.459.642)	Payments for operating expenses
Pembayaran atas beban keuangan	(3.385.054.433)	(3.054.316.291)	Payment for financing expense
Penerimaan (pembayaran) dari aktivitas operasi lainnya	2.317.624.398	(1.951.616.354)	Receipt (payment) from other operating activities
Kas Neto Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Operasi	9.892.085.738	2.689.366.367	Net Cash Provided by (Used in) Operating Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI			CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES
Penambahan aset tetap	(571.538.243)	(24.305.004)	Additional of fixed assets
Aset tidak lancar lainnya	168.548.260	-	Other non-current assets
Kas Neto Digunakan untuk Aktivitas Investasi	(402.989.983)	(24.305.004)	Net Cash Used in Investing Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN			CASH FLOWS FROM FINANCING ACTIVITIES
Pembayaran pinjaman bank	(5.238.888.885)	(3.030.454.548)	Payment of bank loan
(Penambahan) pembayaran piutang kemitraan	140.000.000	271.250.000	(Additional) payment due from partnership
Pembayaran utang sewa pembiayaan	(564.633.921)	(334.251.416)	Payment finance lease payable
Kas Neto Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Pendanaan	(5.663.522.806)	(3.093.455.964)	Net Cash Provided by (Used in) Financing Activities
KENAIKAN (PENURUNAN) NETO KAS DAN CERUKAN	3.825.572.949	(428.394.601)	NET INCREASE (DECREASE) CASH AND OVERDRAFTS
KAS DAN CERUKAN PADA AWAL TAHUN	(14.313.241.599)	(13.165.665.130)	CASH AND OVERDRAFT AT THE BEGINNING OF YEARS
KAS DAN CERUKAN PADA AKHIR TAHUN	(10.487.668.650)	(13.594.059.731)	CASH AND OVERDRAFT AT THE END OF YEARS
Kas terdiri dari:		Cash consist of:	
	30 September 2025/ September 30, 2025	30 September 2024/ September 30, 2024	
Kas	4.965.455.851	1.315.825.178	Cash
Cerukan	(15.453.124.501)	(14.909.884.909)	Overdraft
	(10.487.668.650)	(13.594.059.731)	

Gambar 2. 9 Laporan Keuangan(6) [51]

2.11 Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan alat analisis yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan melalui perbandingan antara pos-pos tertentu dalam laporan keuangan. Analisis rasio keuangan berfungsi untuk memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan, tingkat kesehatan keuangan, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola

sumber daya yang dimilikinya. Rasio keuangan juga menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan ekonomi dan penentuan kebijakan operasional Perusahaan[52].

Analisis rasio keuangan disusun berdasarkan data yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan, khususnya neraca dan laporan laba rugi. Perbandingan antarpos keuangan dilakukan untuk menghasilkan informasi yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dalam suatu periode tertentu . Secara umum, rasio keuangan dikelompokkan ke dalam beberapa jenis rasio utama yang masing-masing memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan[52].

2.11.1 Rumus dan Perhitungan Rasio Keuangan

Rumus dan perhitungan rasio keuangan digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan dengan membandingkan pos-pos tertentu dalam laporan keuangan. Penggunaan rumus rasio keuangan bertujuan untuk menghasilkan ukuran kuantitatif yang dapat digunakan dalam menilai kondisi keuangan, tingkat efisiensi, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Rasio keuangan dihitung berdasarkan data yang bersumber dari neraca dan laporan laba rugi Perusahaan. Rasio keuangan yang umum digunakan dalam analisis kinerja keuangan meliputi rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas. Masing-masing rasio memiliki rumus dan tujuan yang berbeda sesuai dengan aspek keuangan yang dianalisis[53].

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini menunjukkan tingkat keamanan keuangan perusahaan dalam menghadapi kewajiban lancar. Rumus rasio likuiditas yang digunakan:

a) Rasio Lancar

Rasio lancar merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan memanfaatkan aset lancar yang dimiliki. Semakin tinggi nilai rasio ini, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam menutup utang lancarnya.

Rumus:

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{asset lancar}}{\text{utang lancar}} \dots \dots \dots (2.1)$$

b) Rasio Cepat

Rasio cepat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek tanpa memperhitungkan persediaan. Rasio ini memberikan gambaran yang lebih ketat dibandingkan rasio lancar karena hanya mempertimbangkan aset yang paling likuid.

Rumus:

$$\text{Rasio cepat} = \frac{\text{aset lancar} - \text{persediaan}}{\text{Utang lancar}} \dots \dots \dots (2.2)$$

c) Rasio Kas

Rasio kas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan kas dan setara kas yang tersedia. Rasio ini mencerminkan tingkat likuiditas paling tinggi karena hanya menggunakan aset yang benar-benar siap digunakan.

Rumus:

$$\text{Rasio kas} = \frac{\text{kas dan setara kas}}{\text{Utang lancar}} \dots \dots \dots (2.3)$$

d) Perputaran Kas

Perputaran kas merupakan rasio yang menggambarkan tingkat efisiensi penggunaan kas dalam menghasilkan penjualan. Rasio ini menunjukkan seberapa cepat kas berputar dalam kegiatan operasional perusahaan.

Rumus:

$$\text{Perputaran kas} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{total ekuitas}} \dots \dots \dots (2.4)$$

e) Rasio Persediaan terhadap Modal Kerja Bersih

Rasio ini digunakan untuk mengukur proporsi persediaan terhadap modal kerja bersih yang dimiliki perusahaan. Rasio ini dapat memberikan gambaran apakah modal kerja terlalu banyak terikat pada persediaan atau tidak.

Rumus:

$$\text{Persediaan modal kerja bersih} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{aset} - \text{utang}} \dots \dots \dots (2.5)$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Rasio ini mencerminkan struktur permodalan serta tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan dari utang. Rumus rasio solvabilitas meliputi:

a) Rasio Utang

Rasio utang menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh kewajiban. Rasio ini memberikan gambaran mengenai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap sumber pendanaan dari pihak luar.

Rumus:

$$\text{Rasio utang} = \frac{\text{total liabilitas}}{\text{total aset}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.6)$$

b) Rasio Utang terhadap Ekuitas

Rasio ini mengukur perbandingan antara total utang dengan modal sendiri. Rasio ini digunakan untuk mengetahui struktur permodalan perusahaan serta tingkat risiko keuangan yang dihadapi.

Rumus:

$$\text{Rasio utang terhadap ekuitas} = \frac{\text{total liabilitas}}{\text{ekuitas}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.7)$$

c) Rasio Utang Jangka Panjang terhadap Ekuitas(RUJPTE)

Rasio ini menggambarkan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Rasio ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya dengan dukungan ekuitas.

Rumus:

$$\text{RUJPTE} = \frac{\text{utang jangka panjang}}{\text{ekuitas}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.8)$$

d) Rasio Cakupan Bunga

Rasio cakupan bunga digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar beban bunga dari laba operasional yang dihasilkan. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam menanggung beban bunga.

Rumus:

$$\text{Rasio cakupan bunga} = \frac{\text{laba sebelum bunga \& pajak}}{\text{aset-utang}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.9)$$

3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan. Rasio ini menunjukkan seberapa optimal perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Beberapa rumus rasio aktivitas yang digunakan:

a) Perputaran Piutang

Perputaran piutang menunjukkan seberapa cepat perusahaan dalam menagih piutang dari pelanggan. Rasio ini mencerminkan efektivitas kebijakan kredit dan pengelolaan piutang perusahaan.

Rumus:

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan}}{\text{piutang usaha}} \dots \dots \dots (2.10)$$

b) Perputaran Persediaan

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa sering persediaan berputar dalam satu periode. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efisien perusahaan dalam mengelola persediaannya.

Rumus:

$$\text{perputaran persediaan} = \frac{\text{asset lancar-persediaan}}{\text{persediaan}} \dots \dots \dots (2.11)$$

c) Perputaran modal kerja

Perputaran modal kerja menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penjualan dari modal kerja yang dimiliki. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan modal kerja dalam operasional.

Rumus:

$$\text{perputaran modal kerja} = \frac{\text{penjualan}}{\text{Ekuitas}} \dots \dots \dots (2.12)$$

d) Perputaran aset tetap

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset tetap untuk menghasilkan penjualan. Rasio ini menunjukkan efektivitas penggunaan investasi pada aset tetap.

Rumus:

$$\text{Perputaran aset tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{aset tetap}} \dots \dots \dots (2.13)$$

e) Perputaran total aset

Perputaran total aset digunakan untuk menilai kemampuan seluruh aset perusahaan dalam menghasilkan penjualan. Rasio ini mencerminkan tingkat efisiensi penggunaan total sumber daya perusahaan.

Rumus:

$$\text{Perputaran total aset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{total aset}} \dots \dots \dots (2.14)$$

4. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Rasio ini menunjukkan tingkat keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan keuntungan perusahaan. Rumus rasio profitabilitas yang umum digunakan:

a) Margin laba kotor

Margin laba kotor menunjukkan persentase laba kotor terhadap penjualan. Rasio ini digunakan untuk menilai efisiensi perusahaan dalam mengendalikan biaya produksi.

Rumus:

$$\text{Margin laba kotor} = \frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan}} \dots \dots \dots (2.15)$$

b) Margin laba operasi

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional utama. Rasio ini mencerminkan efisiensi operasional perusahaan.

Rumus:

$$\text{margin laba operasi} = \frac{\text{pendapatan dari operasi}}{\text{penjualan}} \dots \dots \dots (2.16)$$

c) Margin laba bersih

Margin laba bersih menunjukkan persentase laba bersih yang diperoleh dari penjualan. Rasio ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Rumus:

$$\text{margin laba bersih} = \frac{\text{laba sebelum bunga \& pajak}}{\text{penjualan}} \dots \dots \dots (2.17)$$

d) Perputaran total aset

Dalam konteks profitabilitas, rasio ini digunakan untuk melihat hubungan antara efisiensi penggunaan aset dengan kemampuan menghasilkan pendapatan.

Rumus:

$$\text{Perputaran total aset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{total aset}} \dots \dots \dots (2.18)$$

e) Tingkat pengembalian aset(ROA)

ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimiliki. Rasio ini menunjukkan tingkat efektivitas manajemen dalam memanfaatkan aset.

Rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba sebelum bunga \& pajak}}{\text{Total aset}} \dots \dots \dots (2.19)$$

f) Tingkat pengembalian ekuitas(ROE)

ROE mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas modal yang diinvestasikan. Rasio ini mencerminkan tingkat keuntungan bagi pemilik perusahaan.

Rumus:

$$ROE = \frac{\text{laba sebelum bunga \& pajak}}{\text{ekuitas}} \dots \dots \dots (2.20)$$

g) Tingkat Pengembalian Investasi (ROI)

ROI merupakan rasio yang digunakan untuk menilai tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan. Rasio ini menunjukkan efektivitas penggunaan dana dalam menghasilkan keuntungan.

Rumus:

$$ROI = \frac{\text{laba Bersih}}{\text{Total Investasi}} \dots \dots \dots (2.21)$$

2.11.2 Contoh studi kasus untuk perhitungan Rasio Keuangan

Berdasarkan informasi yang terdapat dalam laporan keuangan PT. ACE Hardware Indonesia Tbk. Berikut adalah perhitungan rasio keuangan[54]:

No.	Komponen	2017	2018	2019
1.	Kas Setara	242.780	838.213	628.159
2.	Persediaan	2.084.331	2.325.989	2.297.502
3.	Aktiva Lancar	5.842.796	6.316.245	6.623.114
4.	Aktiva Tetap	7.433.305	7.953.479	9.106.831
5.	Total Aktiva	13.267.101	14.269.724	15.729.946
6.	Hutang Lancar	8.419.428	8.864.228	10.127.542
7.	Total Hutang	9.093.504	9.534.142	10.902.585
8.	Total Modal	4.182.597	4.735.582	4.827.360

Sumber: Data Laporan Neraca PT. Unilever Indonesia, Tbk, Tahun 2021

Gambar 2. 10 laporan Neraca PT. Unilever Indonesia, Tbk

No.	Komponen	2017	2018	2019
1.	Penjualan Bersih	30.757.435	34.511.534	36.484.030
2.	Harga Pokok Penjualan	(14.978.847)	(17.304.616)	(17.835.761)
3.	Laba Bruto	15.778.488	17.206.921	18.648.969
4.	Laba Sebelum Pajak Penghasilan	7.158.967	7.926.868	7.840.422
5.	Laba Tahun Berjalan	5.352.784	5.925.936	5.862.737
6.	Jumlah Pendapatan Komprehensif Tahun Berjalan	5.352.784	6.072.384	5.875.318

Sumber: Data Laporan Rugi Laba PT. Unilever Indonesia, Tbk, Tahun 2021

Gambar 2. 11 Laporan laba rugi

1. Rasio Likuiditas

a. Rasio Lancar = $\frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Kewajiban lancar}} \dots \dots \dots (2.22)$

$$\text{Rasio lancar 2017} = \frac{5.842.796}{8.419.428} = 0,69\% \text{ dibulatkan } 69\% \dots \dots \dots (2.23)$$

$$\text{Rasio lancar 2018} = \frac{6.316.245}{8.864.228} = 0.17\% \dots \dots \dots (2.24)$$

$$\text{Rasio lancar 2019} = \frac{6.623.114}{10.127.542} = 0,65\% \text{ dibulatkan } 65\% \dots \dots \dots (2.25)$$

Tahun	Aktiva Lancar (Rp)	Kewajiban Lancar (Rp)	Rasio Lancar (%)	Perubahan
1	2	3	4 (2/3) x 100%	5
2017	5.842.796	8.419.428	69	=
2018	6.316.245	8.864.228	71	2
2019	6.623.114	10.127.542	65	(6)

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 12 Rasio lancar

b. Rasio kas = $\frac{\text{Kas+sekuritas (setara kas)}}{\text{Kewajiban lancar}}$ (2.26)

Rasio kas 2017 = $\frac{7.433.305}{8.419.428} = 0,88$ dibulatkan 88%(2.27)

Rasio kas 2018 = $\frac{7.953.479}{8.864.228} = 0,90$ dibulatkan 90%(2.28)

Rasio kas 2019 = $\frac{9.106.831}{10.127.542} = 0,90$ dibulatkan 90%(2.29)

Tahun	Kas + Sekuritas (Rp)	Kewajiban Lancar (Rp)	Kas Rasio (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4 (2/3)x100%	5
2017	7.433.305	8.419.428	88	-
2018	7.953.479	8.864.228	90	2
2019	9.106.831	10.127.524	90	0

Gambar 2. 13 Rasio kas

c. Rasio Cepat = $\frac{\text{Aktiva lancar-persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}}$ (2.30)

Rasio cepat 2017 = $\frac{7.433.305-2.084.331}{8.419.428} = 0,88$ dibulatkan 88%(2.31)

Rasio cepat 2018 = $\frac{7.953.479-2.325.989}{8.864.228} = 0,90$ dibulatkan 90%(2.32)

Rasio cepat 2019 = $\frac{9.106.831-2.297.502}{10.127.542} = 0,90$ dibulatkan 90%(2.33)

Tahun	Aktiva Lancar – Persediaan (Rp)	Kewajiban Lancar (Rp)	Rasio Cepat (Quick Ratio) (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4 (2/3) x 100	5
2017	7.433.305	8.419.428	88	-
2018	7.953.479	8.864.228	90	2
2019	9.106.831	10.127.542	90	0

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 14 Rasio cepat

2. Rasio Solvabilitas

a. Rasio Utang terhadap asset (DAR) = $\frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$ (2.34)

Rasio Utang terhadap asset (DAR)2017 = $\frac{9.093.504}{13.276.101} =$

0,685% dibulatkan 69% (2.35)

$$\text{Rasio Utang terhadap asset (DAR)2018} = \frac{9.534.142}{14.269.724} =$$

$$0,668\% \text{ dibulatkan } 67\% \dots \dots \dots (2.36)$$

$$\text{Rasio Utang terhadap asset (DAR)2019} = \frac{10.902.585}{15.729.945} =$$

$$0,693\% \text{ dibulatkan } 69\% \dots \dots \dots (2.37)$$

Tahun	Total Hutang (Rp)	Total Aktiva(Rp)	Debt to Asset Ratio (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4 (2/3)x100%	5
2017	9.903.504	13.276.101	69	-
2018	9.534.142	14.269.724	67	(2)
2019	10.902.585	15.729.945	69	2

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 15 Rasio Utang terhadap asset

$$\text{b. Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total modal (ekuitas)}} \dots \dots \dots (2.38)$$

$$\text{Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER) 2017} = \frac{9.093.504}{74.182.597} =$$

$$2,741\% \text{ dibulatkan } 2018\% \dots \dots \dots (2.39)$$

$$\text{Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER) 2018} = \frac{9.534.142}{4.735.582} =$$

$$2,013\% \text{ dibulatkan } 201\% \dots \dots \dots (2.40)$$

$$\text{Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER) 2019} = \frac{10.902.585}{4.827.360} =$$

$$2,258\% \text{ dibulatkan } 226\% \dots \dots \dots (2.41)$$

Tahun	Total Hutang (Rp)	Total Modal (Rp)	DER (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4(2/3) x100%	5
2017	9.903.504	4.182.597	218	-
2018	9.534.142	4.735.582	201	(17)
2019	10.902.585	4.827.360	226	25

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021.

Gambar 2. 16 Rasio utang terhadap ekuitas

3. Rasio Profitabilitas

$$\text{a. Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak dan bunga}}{\text{Penjualan}} \dots \dots \dots (2.42)$$

$$\text{Profit Margin 2017} = \frac{5.352.784}{30.757.435} = 0,174\% \text{ dibulatkan } 17,4\% \dots \dots \dots (2.43)$$

$$\text{Profit Margin 2018} = \frac{5.925.936}{34.511.534} = 0,172\% \text{ dibulatkan } 17,2\% \dots \dots \dots (2.44)$$

$$\text{Profit Margin 2019} = \frac{5.862.737}{36.484.030} = 0,161\% \text{ dibulatkan } 16,1\% \dots \dots \dots (2.45)$$

Tahun	Laba Bersih (Laba setelah Pajak dan Bunga) (Rp)	Penjualan (Rp)	Profit Margin (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4(2/3)x100%	5
2017	5.352.784	30.757.435	17,4	-
2018	5.925.936	34.511.534	17,2	(0,2)
2019	5.862.737	36.484.030	17,1	(0,1)

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 17 profit margin

b. tingkat pengembalian aset (ROA) = $\frac{\text{laba sebelum bunga \& pajak}}{\text{Total aktiva}}$ (2.46)

tingkat pengembalian aset (ROA) 2017 = $\frac{7.158.967}{13.276.101} =$
0,539% dibulatkan 54%(2.47)

tingkat pengembalian aset (ROA) 2018 = $\frac{7.926.868}{14.269.724} =$
0,556% dibulatkan 56% (2.48)

tingkat pengembalian aset (ROA) 2019 = $\frac{7.840.422}{15.729.945} = 0,498\%$ dibulatkan 50%(2.49)

Tahun	Laba sebelum Pajak dan Penghasilan (Rp)	Total Aktiva (Rp)	Pembelian atas Asset (ROA) (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4(2/3)x100%	5
2017	7.158.967	13.276.101	54	-
2018	7.926.868	14.269.724	56	2
2019	7.840.422	15.729.945	40	(6)

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 18 tingkat pengembalian aset (ROA)

c. Rasio Pengembalian Ekuitas = $\frac{\text{laba bersih}}{\text{Total modal}}$ (2.50)

Rasio Pengembalian Ekuitas 2017 = $\frac{5.352.784}{4.182.597} = 1,280\%$ dibulatkan 128% ... (2.51)

Rasio Pengembalian Ekuitas 2018 = $\frac{5.925.936}{4.735.582} = 1,251\%$ dibulatkan 125,1% ... (2.53)

Rasio Pengembalian Ekuitas 2019 = $\frac{5.862.737}{4.827.360} = 1,214\%$ dibulatkan 121,4%..(2.54)

Tahun	Laba Tahun Berjalan (Laba setelah Pajak) (Rp)	Total Modal (Rp)	Pembelian atas Modal (ROE) (%)	Perubahan (%)
1	2	3	4(2/3)x100%	5
2017	5.352.784	4.182.597	128,0	-
2018	5.925.936	4.735.582	125,1	(2,9)
2019	5.862.737	4.827.360	121,4	(3,7)

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021.

Gambar 2. 19 rasio pengembalian ekuitas

4. Rasio Aktivitas

$$a. \text{ Perputaran persediaan} = \frac{\text{Harga pokok penjualan}}{\text{Rata-rata persediaan}} \dots \dots \dots (2.55)$$

$$\text{Perputaran persediaan 2017} = \frac{14.978.947}{2.084.331} = 7,19\% \text{ dibulatkan } 7,2\% \dots \dots \dots (2.56)$$

$$\text{Perputaran persediaan 2018} = \frac{17.304.613}{2.325.989} = 7,44\% \text{ dibulatkan } 7,5\% \dots \dots \dots (2.57)$$

$$\text{Perputaran persediaan 2019} = \frac{17.835.061}{2.297.502} = 7,76\% \text{ dibulatkan } 7,8\% \dots \dots \dots (2.58)$$

Tahun	Harga Pokok Penjualan (Rp)	Rata-rata Persediaan (Rp)	Perputaran Persediaan (kali)	Perubahan (kali)
1	2	3	4(2/3)x100 kali	5
2017	14.978.947	2.084.331	7,2	-
2018	17.304.613	2.325.989	7,5	0,3
2019	17.835.061	2.297.502	7,8	0,3

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 20 perputaran persediaan

b. Perputaran Total Aktiva

$$\text{Perputaran total asset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total aktiva}} \dots \dots \dots (2.59)$$

$$\text{Perputaran total asset 2017} = \frac{30.757.425}{13.276.101} = 2,317\% \text{ dibulatkan } 2,32\% \dots \dots \dots (2.60)$$

$$\text{Perputaran total asset 2018} = \frac{34.511.534}{14.296.724} = 2,419\% \text{ dibulatkan } 2,42\% \dots \dots \dots (2.61)$$

$$\text{Perputaran total asset 2019} = \frac{36.484.030}{15.729.945} = 2,319\% \text{ dibulatkan } 2,32\% \dots \dots \dots (2.62)$$

Tahun	Penjualan (Rp)	Total Aktiva (Rp)	Perputaran Total Aktiva (kali)	Perubahan (kali)
1	2	3	4(2/3)x100 kali	5
2017	30.757.435	13.276.101	2,32	-
2018	34.511.534	14.269.724	2,42	0,10
2019	36.484.030	15.729.925	2,32	(0,10)

Sumber: Data sekunder yang diolah, Tahun 2021

Gambar 2. 21 perputaran total asset