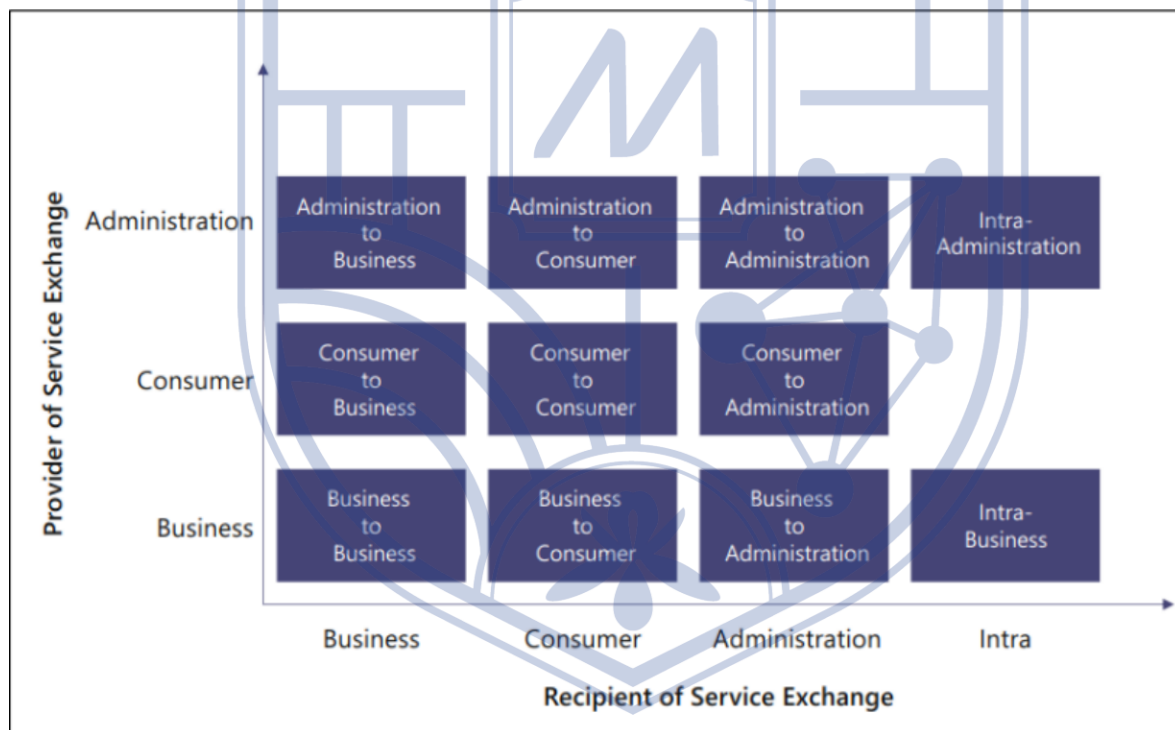


BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan salah satu bidang aplikasi yang paling signifikan dari teknologi informasi dan komunikasi digital baru. Hal ini disebabkan karena hampir seluruh proses bisnis modern mulai dari pemasaran, penjualan, distribusi, hingga pelayanan pelanggan telah terintegrasi dengan platform digital. Pemanfaatan teknologi seperti internet, komputasi awan (*cloud computing*), *big data*, kecerdasan buatan, serta perangkat *mobile* memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan model bisnis yang lebih inovatif. Dengan demikian, bisnis digital tidak hanya berperan sebagai alat pendukung, tetapi telah menjadi fondasi utama dalam transformasi dan daya saing organisasi di era ekonomi digital [4]. Berikut Pola Interaksi dalam Bisnis Digital:



Gambar 2.1 Matriks pola interaksi bisnis digital

Gambar di atas menunjukkan matriks pola interaksi dalam bisnis digital yang menggambarkan hubungan pertukaran layanan (*service exchange*) antara berbagai aktor utama, yaitu *Business* (B), *Consumer* (C), dan *Administration* (A). Sumbu vertikal merepresentasikan

pihak penyedia layanan, sedangkan sumbu horizontal menunjukkan pihak penerima layanan. Dalam matriks ini terdapat beberapa pola interaksi utama:

1. *Business to Business* (B2B) bisnis yang terjadi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya contoh nya pabrik roti menjual roti dalam jumlah besar kepada supermarket untuk dijual kembali ke konsumen.
2. *Business to Consumer* (B2C) model bisnis di mana perusahaan menjual produk atau jasa secara langsung kepada pengguna akhir contohnya Netflix sebagai penyedia film untuk hiburan keluarga.
3. *Business to Administration* (B2A) mbisnis di mana perusahaan menyediakan produk atau jasa kepada instansi pemerintahan atau lembaga administrasi publik contoh nya perusahaan teknologi informasi yang menyediakan sistem *e-government* untuk pemerintah daerah.
4. *Consumer to Business* (C2B) menggambarkan kontribusi konsumen kepada perusahaan, contoh nya melalui ulasan produk atau penawaran jasa.
5. *Consumer to Consumer* (C2C) mencerminkan transaksi antar individu, contoh nya seperti pada *marketplace*.
6. *Consumer to Administration* (C2A) menunjukkan layanan publik digital yang melibatkan masyarakat, contoh nya pendaftaran layanan kependudukan secara online.
7. *Administration to Business* (A2B), *Administration to Consumer* (A2C), dan *Administration to Administration* (A2A) menggambarkan peran pemerintah dalam menyediakan layanan digital kepada sektor bisnis, masyarakat, maupun antarinstansi. Contohnya adalah perizinan online, *e-government*, dan sistem informasi antar Lembaga.

Meningkatnya pentingnya bisnis media sosial ditentukan oleh peningkatan mendasar jumlah pengguna media sosial dan aplikasi Web 2.0. Baik sisi pelanggan maupun korporasi telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan perhatian pada media sosial dalam beberapa tahun terakhir. Dalam konteks ini, khususnya peningkatan jumlah pendanaan iklan terkait dengan jejaring sosial populer seperti Facebook merupakan indikator yang dapat diandalkan untuk meningkatnya signifikansi media sosial. Oleh karena itu, perkembangan ekonomi media sosial yang pesat juga tercermin dari pertumbuhan pendapatan iklan mereka di Amerika Serikat dalam beberapa tahun terakhir [4].

2.2 Startup

Startup sendiri merupakan sebuah perusahaan rintisan yang jangka Waktu beroperasinya belum terlalu lama atau bisnis yang baru di dibangun oleh seorang atau kelompok tertentu bias dikatan waktu berdirinya kurang dari 5 tahun. Secara terminologi arti *startup* adalah merujuk pada perusahaan yang belum lama ber operasi, Perusahaan-perusahaan ini Sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat, Di masa sekarang istilah *startup* seringkali di kaitkan dengan bisnis di bidang teknologi, website, aplikasi, jaringan internet atau yang termasuk dalam ranah bidang tersebut. Namun tidak semua perusahaan baru dirintis dapat disebut *startup*. Karena istilah ini mengacu pada perusahaan baru yang bergerak di bidang teknologi dan informasi [5]. Sebuah perusahaan dapat disebut sebagai *startup* jika memenuhi 3 (tiga) kriteria berikut [6]:

1. *Founder* (Pendiri)

merupakan orang yang mendirikan perusahaan atau bisnis ini, biasanya orang tersebut merupakan orang yang mempunyai ide, serta visi dan misi yang kuat dan berkomitmen untuk menjalankan serta mengembangkan perusahaan tersebut.

2. *Investor*

orang yang memberikan modal atau dana agar perusahaan dapat beroperasi dan berjalan sehingga perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik dengan beberapa ketentuan atau perjanjian pembagian hasil yang sudah disepakati sebelumnya

3. Produk/layanan

hasil produksi baik berupa barang atau jasa yang di jual untuk menjadi sumber pemasukan pada perusahaan dan biasanya produk atau jasa tersebut berbagai variasi atau berkembang sesuai mengikuti kebutuhan pasar.

Perkembangan bisnis *startup* di Indonesia untuk saat ini cukup pesat, bahkan banyak *founder* bisnis tersebut bermunculan dengan ide, gagasan serta konsep yang cukup menarik bahkan UMKM di Indonesia juga banyak bermunculan sehingga dapat menopang kehidupan perekonomian. saat ini dunia mengalami perkembangan sangat pesat di bisnis *startup*, indonesia masuk ke dalam 10 besar negara yang mempunyai jumlah *startup* terbanyak Bahkan ada beberapa *startup* yang masuk ke 30 besar. Contoh yang tercantum pada data tersebut menunjukkan bahwa ruang guru masuk ke *ranking* 16 di dunia pada saat ini [7].



Top Unicorn Startups in Indonesia for 2026

Eight startups have achieved unicorn status by exceeding USD 1 billion in valuation. Collectively, the top three unicorns in Indonesia have raised more than USD 6.5B.



1st Traveloka

SB Score: 794

Traveloka is a leading Southeast Asian travel platform, offering everything from flights and hotels to lifestyle services, streamlining travel planning.

Industry: Social & Leisure
Subindustry: Travel
URL: <https://www.traveloka.com/en>

[View full page](#)

National Rank
(Indonesia)

↑ 0

1st

[View](#)

Regional Rank
(South East Asia)

↑ 0

1st

[View](#)

Global Rank
(WorldWide)

↑ 7

27th

[Browse](#)



2nd J&T Express

SB Score: 716

J&T Express is a leading global logistics company specializing in fast and reliable delivery services for the growing e-commerce sector. Their efficient solutions cater to businesses looking for seamless shipping options worldwide.

Industry: Transportation
Subindustry: Logistics
URL: <http://jett.co.id/>

[View full page](#)

National Rank
(Indonesia)

↑ 0

2nd

[View](#)

Regional Rank
(South East Asia)

↑ 0

4th

[View](#)

Global Rank
(WorldWide)

↑ 3

112th

[Browse](#)



3rd DANA

SB Score: 686

DANA is a TechFin company in Indonesia, providing inclusive financial services for seamless transactions. Empowering individuals for a better quality of life, DANA aims to be a key player in the digital economy, offering accessible and convenient solutions for all.

Industry: Fintech
Subindustry: Financial Services
URL: <http://www.dana.id>

[View full page](#)

National Rank
(Indonesia)

↑ 5

3rd

[View](#)

Regional Rank
(South East Asia)

↑ 2

9th

[View](#)

Global Rank
(WorldWide)

↑ 2

172nd

[Browse](#)

Gambar 2.2 *Rangking Startup Indonesia*

Gambar tersebut menampilkan peringkat *Top Unicorn Startups in Indonesian for 2026*, yang menunjukkan tiga startup unicorn teratas di Indonesia, yaitu Traveloka pada peringkat pertama di sektor travel dan *lifestyle* dengan posisi 1 nasional, 1 Asia Tenggara, dan 27 global, diikuti oleh *J&T Express* pada peringkat kedua sebagai perusahaan logistik *e-commerce* dengan

posisi 2 nasional, 4 Asia Tenggara, dan 112 dunia, serta DANA pada peringkat ketiga di sektor *fintech* dengan posisi 3 nasional, 9 Asia Tenggara, dan 172 global, yang secara keseluruhan menggambarkan bahwa startup Indonesia tidak hanya kuat di pasar domestik, tetapi juga memiliki daya saing yang signifikan di tingkat regional dan global, terutama pada sektor travel, logistik, dan layanan keuangan digital.

Berdasarkan nilai valuasi atau nilai pasarnya, startup terbagi dalam 6 (enam) tingkatan, yaitu [8]:

1. *Cockroach* Nilai valuasi sedikit namun memiliki motivasi yang besar dan giat dalam berupaya mempertahankan perusahaannya.
2. *Ponies* Mencapai 10 juta dollar atau kurang lebih berkisar di angka Rp 140 miliar
3. *Centaurs* Mencapai 100 juta dollar atau sekitar Rp 1,40 triliun.
4. *Unicorn* Mencapai 1 miliar dollar atau sekitar Rp 14 triliun
5. *Decacorn* Mencapai 10 miliar dollar atau sekitar Rp 140 triliun.
6. *Hectocorn* Mencapai 100 miliar dollar atau sekitar Rp 1.400 triliun

2.3 Perkemahan

Perkemahan merupakan salah satu bentuk kegiatan wisata alam yang melibatkan aktivitas tinggal sementara di ruang terbuka dengan memanfaatkan fasilitas sederhana seperti tenda, karavan, atau shelter. Kegiatan ini umumnya dilakukan di kawasan alam seperti hutan, pegunungan, pantai, atau taman nasional dengan tujuan rekreasi, edukasi, serta pengembangan diri. Dalam konteks pariwisata, perkemahan termasuk dalam kategori *nature-based tourism* dan *outdoor recreation* yang menekankan interaksi langsung antara manusia dan lingkungan alam [9]. Dalam literatur pariwisata, *nature-based tourism* didefinisikan sebagai bentuk wisata yang berorientasi pada pengalaman alam dan pelestarian lingkungan, di mana wisatawan tidak hanya berperan sebagai penikmat, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem yang harus dijaga keberlanjutannya. Perkemahan menjadi salah satu aktivitas utama dalam kategori ini karena memungkinkan wisatawan merasakan pengalaman autentik di alam terbuka dengan tingkat intervensi teknologi yang relatif rendah. Hal ini sejalan dengan konsep *outdoor recreation* yang menekankan aktivitas fisik, eksplorasi alam, dan interaksi sosial dalam lingkungan terbuka [10].

Aktivitas berkemah dapat meningkatkan kesejahteraan mental, mengurangi stres, serta meningkatkan kepuasan hidup melalui pengalaman relaksasi dan keterhubungan dengan alam.

Selain itu, perkemahan juga berperan sebagai sarana pengembangan diri karena melibatkan aktivitas seperti kerja sama tim, pemecahan masalah, kemandirian, serta kepemimpinan, terutama dalam konteks pendidikan luar ruang contohnya dalam kegiatan *outing class* atau *camping* pramuka, peserta dilatih untuk mendirikan tenda secara berkelompok, mengatur logistik, serta menyelesaikan tantangan lapangan, yang secara tidak langsung membentuk sikap tanggung jawab dan kemampuan kepemimpinan. [11]. perkemahan juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Aktivitas ini mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan kunjungan wisata, pengembangan usaha penyewaan alat *camping*, jasa pemandu, serta penyediaan fasilitas pendukung di sekitar lokasi wisata. Sebagai contoh, di destinasi wisata alam berbasis *camping*, masyarakat sekitar dapat membuka usaha penyewaan tenda, matras, kompor portable, warung makan, hingga jasa pemandu lokal, yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Dengan demikian, perkemahan dapat dipandang sebagai salah satu bentuk wisata berkelanjutan, tidak hanya memberikan manfaat bagi wisatawan, tetapi juga bagi masyarakat lokal dan lingkungan [12],[13].

2.4 Business Plan

Business plan merupakan dokumen terperinci yang memuat visi, misi, strategi, dan perkiraan keuangan sebuah perusahaan untuk memastikan pengelolaan usaha berjalan dengan baik. Fungsi utama dari *business plan* adalah sebagai peta yang memandu pengusaha mengidentifikasi berbagai peluang dan hambatan sekaligus menetapkan langkah yang tepat guna mencapai target bisnis. Tahapan pembuatan rencana bisnis meliputi riset pasar, penjelasan produk atau jasa, strategi pemasaran, operasional, struktur organisasi, serta analisis keuangan. Analisis SWOT juga sangat penting untuk mengevaluasi kondisi internal dan *eksternal* bisnis. Penyusunan rencana bisnis membantu dalam memperoleh kemudahan pendanaan, mitigasi risiko, dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan. Selain itu, pemanfaatan teknologi seperti *big data* dan AI menambah ketajaman strategi bisnis agar lebih efektif dan sesuai tren pasar. Penyusunan *business plan* umumnya meliputi beberapa aspek yaitu [14],[15]:

1. Analisis Pasar

Bagian ini mencakup riset mendalam tentang kondisi pasar, segmentasi pelanggan, perilaku konsumen, dan persaingan yang ada. Analisis ini membantu pengusaha memahami peluang dan ancaman dalam lingkup pasar tujuan.

2. Deskripsi produk dan layanan

Menjelaskan secara rinci produk atau jasa yang akan ditawarkan, keunggulan kompetitifnya, serta bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan pasar.

3. Strategi Pemasaran

Menguraikan cara produk atau layanan akan dipasarkan, termasuk penetapan harga, promosi, distribusi, dan branding.

4. Rencana Operasional dan Manajemen

Menerangkan struktur organisasi, peran dan tanggung jawab sumber daya manusia, proses produksi atau operasional bisnis, serta lokasi usaha dan proses pendukung lainnya.

5. Proyeksi Keuangan

Mencakup estimasi pendapatan, biaya, keuntungan, arus kas, dan kebutuhan investasi bisnis. Proyeksi ini penting untuk merencanakan kelayakan finansial dan memperoleh pendanaan dari investor atau lembaga keuangan.

Penyusunan business plan dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Melalui tahapan-tahapan business plan membantu wirausahawan dalam mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, serta menjadi dasar komunikasi yang efektif kepada investor, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya mengenai arah dan potensi bisnis yang dikembangkan. Berikut tahapan-tahapan dalam bisnis *plan* adalah sebagai berikut [16]:

1. Pengenalan peluang dan Pengembangan konsep

Tahap awal dalam penyusunan *business plan* yang berfokus pada proses mengidentifikasi dan mengenali peluang bisnis yang muncul dari suatu permasalahan, kebutuhan pasar, atau perkembangan teknologi tertentu. Pada tahap ini, wirausahawan melakukan eksplorasi terhadap kondisi lingkungan, tren industri, serta perilaku konsumen untuk menemukan *gap* antara kebutuhan yang ada dengan solusi yang tersedia. Selanjutnya, peluang tersebut dikembangkan menjadi sebuah konsep bisnis yang jelas melalui perumusan ide produk atau layanan, nilai tambah yang ditawarkan, serta potensi komersialisasinya, sehingga tahap ini menjadi fondasi utama dalam menentukan arah dan kelayakan bisnis yang akan dikembangkan.

2. Analisis industri

Tahap ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kondisi industri dan pasar sasaran tempat bisnis akan beroperasi. Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap ukuran pasar, tren perkembangan industri, tingkat pertumbuhan, serta karakteristik dan perilaku konsumen sebagai target utama. Selain itu, wirausahawan juga mengkaji kebutuhan dan preferensi pelanggan, segmentasi pasar, serta peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi.

3. Deskripsi produk

Tahap ini berfokus pada penjelasan secara rinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dalam bisnis. Selanjutnya wirausahawan menguraikan karakteristik utama produk atau layanan, fitur-fitur yang dimiliki, fungsi, serta manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen. Selain itu, jelaskan keunggulan teknologi atau inovasi yang digunakan, serta nilai tambah yang membedakan produk atau jasa tersebut dari solusi sejenis yang telah ada di pasar.

4. Analisis kompetitif

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis para pesaing utama yang berada dalam industri atau pasar yang sama. selanjutnya wirausahawan mengkaji karakteristik pesaing, seperti produk atau layanan yang ditawarkan, kekuatan dan kelemahan, strategi pemasaran, serta pangsa pasar yang dimiliki. Selain itu, dilakukan penentuan posisi bisnis di antara para pesaing tersebut, sehingga dapat dirumuskan keunggulan kompetitif yang dimiliki serta strategi diferensiasi yang tepat.

5. Model dan strategi bisnis

Tahap ini menjelaskan bagaimana suatu bisnis dijalankan dan bagaimana perusahaan menciptakan, menyampaikan, serta menangkap nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan. selanjutnya, dijabarkan sumber pendapatan, struktur biaya, strategi penetapan harga, serta peran mitra kunci dalam mendukung operasional bisnis. Selain itu, dijelaskan pula model operasional yang digunakan, termasuk aktivitas utama dan sumber daya yang dibutuhkan.

6. Rencana pemasaran dan penjualan

Tahap ini berfokus pada perencanaan strategi untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada pasar dan menjangkau konsumen secara efektif. Lalu wirausahawan merancang strategi pemasaran yang mencakup penentuan target pasar, *positioning*, strategi promosi, serta

pemilihan saluran distribusi yang sesuai. Selain itu, dijelaskan pula pendekatan penjualan yang akan digunakan, baik melalui penjualan langsung, digital *marketing*, kemitraan, maupun platform *daring*.

7. Rencana operasi dan teknologi

Tahap ini menjelaskan bagaimana proses bisnis dijalankan secara operasional serta bagaimana teknologi dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan usaha. Pada tahap ini, diuraikan alur proses operasional mulai dari pengadaan sumber daya, produksi atau penyediaan layanan, hingga distribusi kepada konsumen. Selain itu, dijelaskan pula teknologi yang digunakan, infrastruktur pendukung, sistem informasi, serta peralatan yang dibutuhkan untuk memastikan operasional berjalan secara efisien dan efektif.

8. Manajemen dan Organisasi

Tahap ini menjelaskan bagaimana struktur organisasi dalam perusahaan dibentuk serta bagaimana peran dan tanggung jawab setiap anggota tim manajemen dijalankan. Pada tahap ini, diuraikan susunan organisasi, pembagian tugas, kompetensi dan keahlian sumber daya manusia, serta mekanisme koordinasi antarbagian. Selain itu, dijelaskan pula sistem pengelolaan perusahaan, termasuk proses pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan budaya kerja yang diterapkan.

9. Rencana keuangan

Tahap ini berfokus pada perencanaan dan analisis aspek keuangan dari suatu bisnis untuk menilai kelayakan dan keberlanjutan usaha. Pada tahap ini, disusun proyeksi keuangan yang mencakup kebutuhan modal awal, estimasi pendapatan, biaya operasional, laporan laba rugi, serta arus kas. Selain itu, dilakukan pula analisis kelayakan finansial seperti *return on investment* (ROI), dan proyeksi pertumbuhan keuangan.

10. Analisis risiko

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai risiko yang berpotensi dihadapi oleh bisnis, baik risiko pasar, operasional, finansial, teknologi, maupun hukum, serta merumuskan strategi mitigasi untuk meminimalkan dampak risiko tersebut. Pada tahap ini, wirausahawan menganalisis kemungkinan terjadinya risiko dan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha, kemudian menyusun langkah-langkah pencegahan dan penanganan yang tepat.

2.4.1 Manfaat *Business plan*

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

1. Mendapatkan Pendanaan

Business plan berfungsi sebagai alat utama untuk meyakinkan investor dan lembaga keuangan. Dokumen yang terperinci menunjukkan potensi keuntungan, risiko, dan strategi bisnis, sehingga memperbesar peluang mendapatkan modal.

2. Panduan pengambilan keputusan strategis

Business plan menyediakan kerangka kerja yang membantu pemilik usaha membuat keputusan berdasarkan analisis pasar, keuangan, dan operasional yang matang.

3. Perencanaan dan pengelolaan bisnis

Rencana bisnis membantu menetapkan tujuan, strategi pemasaran, alokasi sumber daya, serta pengaturan operasional agar bisnis berjalan secara efisien dan fokus mencapai target.

4. Pengelolaan keuangan yang terstruktur

Dengan proyeksi keuangan yang jelas, usaha dapat mengatur arus kas, pengeluaran dan pemasukan sehingga menjaga kesehatan keuangan dan menghindari risiko finansial.

5. Komunikasi dengan pemangku kepentingan

Business plan menjadi media komunikasi yang efektif untuk menjelaskan visi, strategi, dan kebutuhan bisnis kepada mitra, karyawan, dan investor, membangun kesepahaman dan dukungan.

6. Mendukung ekspansi dan pertumbuhan bisnis

Rencana yang matang menarik kepercayaan investor untuk mendukung pengembangan usaha, sehingga memperbesar kapasitas produksi dan memperluas pasar.

2.4.2 Komponen *Business Plan*

Dalam *business plan* mencakup beberapa komponen penting yang efektif, di antaranya [16], [17]:

1. *Executive summary*

Bagian ini merupakan ringkasan singkat dari *business plan* yang menyajikan gambaran umum usaha, visi dan misi bisnis, nilai produk atau jasa, serta highlight proyeksi keuangan. *Executive summary* memudahkan pembaca untuk cepat mengerti inti rencana bisnis.

2. *Business description dan mission*

Menjelaskan secara detail mengenai bisnis, termasuk latar belakang pendirian, jenis produk atau jasa yang ditawarkan, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Bagian ini mendefinisikan identitas dan tujuan usaha.

3. *Product and Service*

Menguraikan produk atau layanan yang diberikan, keunggulan, fitur utama, serta manfaat bagi pelanggan. Dapat mencakup juga aspek hak kekayaan intelektual, harga, dan rencana inovasi produk di masa depan.

4. *Market analysis and competitive analysis*

Meliputi penelitian pasar yang ditargetkan, segmentasi pelanggan, tren industri, besaran pasar, serta evaluasi persaingan. Analisis ini membantu menetapkan posisi produk dan strategi pemasaran yang efektif.

5. *Marketing Plan*

Merinci strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, termasuk metode promosi, saluran distribusi, harga, dan aktivitas penjualan yang direncanakan untuk mencapai target bisnis.

6. *Operational Plan*

Menjelaskan proses operasional sehari-hari, lokasi usaha, teknologi dan sumber daya yang digunakan, serta struktur organisasi dan pengelolaan tim. Bagian ini menunjukkan bagaimana bisnis dijalankan secara praktis.

7. *Management Team*

Memberikan profil dan keahlian anggota tim manajemen, struktur organisasi, dan peran tanggung jawab masing-masing. Menyoroti kemampuan tim dalam mewujudkan visi dan strategi bisnis.

8. *Financial Plan*

Berisi proyeksi keuangan seperti laporan laba rugi, neraca, arus kas, serta kebutuhan modal dan estimasi pengembalian investasi. Hal ini penting untuk meyakinkan investor dan memastikan kelayakan finansial usaha.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang sistematis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi empat aspek utama bisnis: Kekuatan (*Strength*), Kelemahan

(*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*). Dengan menilai faktor internal dan eksternal ini, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman [18]. Dalam menyusun strategi menggunakan analisa SWOT, Terdapat dua faktor Utama dalam analisis SWOT, yaitu [19]:

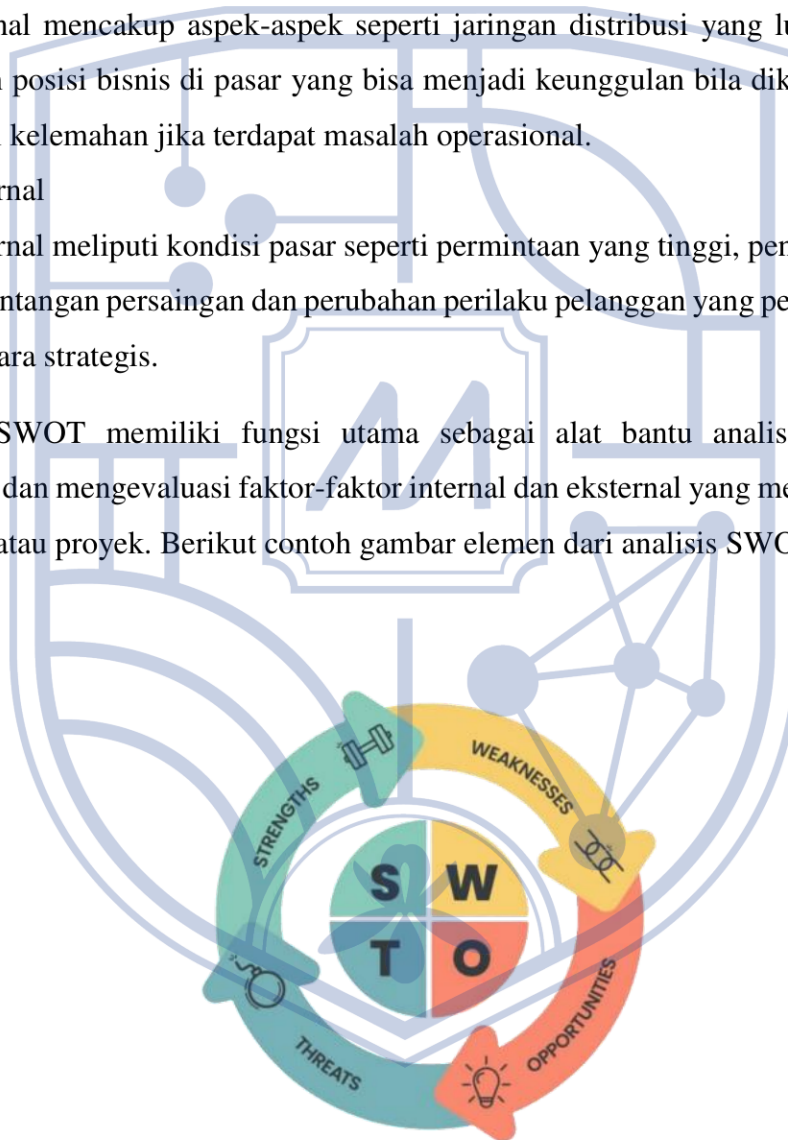
1. Faktor internal

Faktor internal mencakup aspek-aspek seperti jaringan distribusi yang luas, keahlian yang dimiliki, dan posisi bisnis di pasar yang bisa menjadi keunggulan bila dikelola dengan baik, atau menjadi kelemahan jika terdapat masalah operasional.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal meliputi kondisi pasar seperti permintaan yang tinggi, pengembangan energi baru, serta tantangan persaingan dan perubahan perilaku pelanggan yang perlu diwaspadai dan dihadapi secara strategis.

Elemen SWOT memiliki fungsi utama sebagai alat bantu analisis strategis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja suatu organisasi atau proyek. Berikut contoh gambar elemen dari analisis SWOT:



Gambar 2.3 Elemen dalam analisis SWOT

Berdasarkan Gambar 2.3 terdapat 4 (empat) elemen yang terdapat dalam analisis SWOT, yaitu sebagai berikut [18]:

1. Kekuatan (*Strength*)

Merupakan faktor internal yang menjadi keunggulan dan sumber daya positif perusahaan, seperti kapabilitas staf, teknologi unggulan, posisi pasar yang kuat, atau reputasi baik. Kekuatan ini membantu organisasi mencapai tujuan dan bersaing lebih efektif.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Faktor internal yang menjadi hambatan atau kekurangan dalam organisasi, misalnya kurangnya sumber daya, keterbatasan teknologi, proses yang tidak efisien, atau kelemahan dalam manajemen. Kelemahan harus diidentifikasi dan dikelola agar tidak menghambat perkembangan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Aspek eksternal yang berpotensi memberikan keuntungan atau pertumbuhan bagi organisasi. Contohnya meliputi tren pasar yang menguntungkan, perubahan regulasi yang positif, perkembangan teknologi baru, atau pergeseran perilaku konsumen.

4. Ancaman (*Threat*)

Faktor eksternal yang berpotensi mengganggu atau merugikan organisasi, seperti persaingan yang ketat, perubahan regulasi yang merugikan, krisis ekonomi, atau perubahan preferensi pelanggan. Ancaman harus diantisipasi dengan strategi mitigasi.

Dalam penerapan analisis SWOT untuk strategi bisnis, langkah awal adalah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Berdasarkan hasil tersebut, strategi dikembangkan dengan menggunakan matriks SWOT menjadi empat tipe strategi utama [20]:

1. Strategi Kekuatan dan Peluang (*S-O/Strength-Opportunity*) Memaksimalkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal.
2. Strategi Kelemahan dan Peluang (*W-O/Weakness-Opportunity*) Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi Kekuatan dan Ancaman (*S-T/Strength-Threat*) Menggunakan kekuatan untuk meminimalkan ancaman.

4. Strategi Kelemahan dan Ancaman (*W-T/Weakness-Threat*) Strategi defensif yang mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Contoh kasus nya adalah pengelolaan destinasi wisata alam berbasis ekowisata dan pengelola destinasi wisata alam yang menyediakan berbagai layanan jasa pariwisata, seperti area *camping*, fasilitas rekreasi alam, serta jasa pendukung wisata berupa pemandu lokal dan penyewaan peralatan. Dalam praktiknya, pengelola menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan infrastruktur, rendahnya intensitas promosi, serta belum optimalnya keterlibatan sumber daya manusia lokal. Berikut adalah contoh strategi penerapan analisis SWOT pada pengelola Desa Wisata Tetebatu Kecamatan Sikur, Lombok Timur [21].

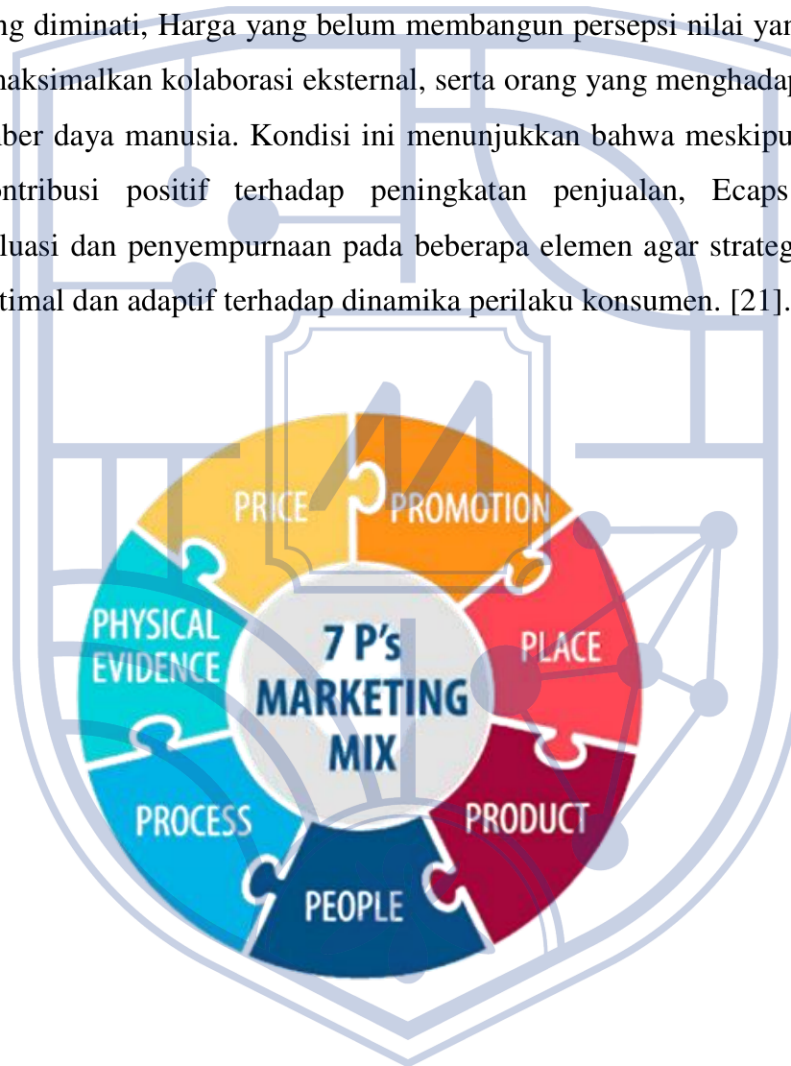
Tabel 2.1 Contoh Strategi penerapan analisis SWOT

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	Strategi S-O: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W-O: Ciptakan strategi yang meminimal kan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threats	Strategi S-T: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

2.6 Marketing Mix

Marketing mix adalah kerangka kerja strategi pemasaran yang mencakup tujuh elemen inti *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) atau di singkat 7P. Berdasarkan studi kasus penerapan strategi pemasaran melalui pendekatan Marketing Mix 7P pada Ecaps Restoran yang berlokasi di kawasan Kemang, Jakarta, sebagai upaya untuk meningkatkan volume penjualan di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Ecaps Restoran merupakan usaha di bidang jasa kuliner yang menyasar segmen konsumen urban, ekspatriat, dan profesional muda

dengan konsep makanan sehat dan modern. Dalam praktiknya, restoran ini telah menerapkan tujuh elemen bauran pemasaran yang meliputi Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen tempat, Proses, dan Bukti Fisik telah berjalan cukup efektif, ditunjukkan melalui pemilihan lokasi strategis di kawasan Kemang, penerapan pelayanan berbasis SOP, serta suasana restoran yang nyaman dan mendukung pengalaman pelanggan. Namun, masih terdapat beberapa kendala pada elemen Produk berupa menu yang kurang diminati, Harga yang belum membangun persepsi nilai yang kuat, Promotion yang belum memaksimalkan kolaborasi eksternal, serta orang yang menghadapi tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun strategi 7P telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan, Ecaps Restoran masih memerlukan evaluasi dan penyempurnaan pada beberapa elemen agar strategi pemasaran dapat berjalan lebih optimal dan adaptif terhadap dinamika perilaku konsumen. [21].



Gambar 2.4 7P Marketing MIX

Berdasarkan Gambar 2.4 terdapat elemen-elemen dari *marketing mix*, berikut penjelasan dari 7 elemen marketing mix yaitu [21], [22], [23]:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Aspek yang diperhatikan meliputi kualitas, fitur, desain, manfaat, varian, dan branding. Produk harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar serta memberikan nilai lebih dari kompetitor. Contoh nya Starbucks *Coffee* menawarkan berbagai jenis minuman kopi dan non-kopi berkualitas premium dengan desain kemasan ikonik serta varian musiman yang menarik. Produk ini bukan sekadar minuman, tetapi juga menghadirkan pengalaman dan gaya hidup bagi konsumennya.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Strategi harga mempertimbangkan persepsi nilai pelanggan, daya beli pasar, dan strategi pesaing. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Contoh nya *smartphone* Xiaomi menerapkan strategi *value for money* dengan menawarkan fitur tinggi namun harga tetap kompetitif. Mereka juga menggunakan strategi *penetration pricing* pada peluncuran produk baru untuk menarik perhatian pasar.

3. *Place* (Tempat)

Tempat atau distribusi berfokus pada saluran dan lokasi di mana produk tersedia bagi konsumen. Ini mencakup toko fisik, platform digital, dan jaringan distribusi. Kemudahan akses dan ketersediaan produk di tempat strategis sangat penting untuk meningkatkan penjualan. Contoh nya Indomaret memiliki ribuan cabang di seluruh Indonesia dan menyediakan layanan online melalui aplikasi. Lokasi yang strategis dekat area pemukiman, perkantoran, dan sekolah memudahkan konsumen mendapatkan produk dengan cepat.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi mencakup semua aktivitas komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen, termasuk iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, pemasaran digital, dan kolaborasi dengan *influencer*. Contoh nya *Coca-Cola* memanfaatkan berbagai media promosi seperti televisi, *billboard*, media sosial, hingga sponsor acara olahraga.

5. *People* (Orang)

Orang merujuk pada seluruh sumber daya manusia yang terlibat dalam interaksi dengan pelanggan, baik staf penjualan maupun layanan pelanggan. Kualitas, kompetensi, dan sikap positif para pegawai berpengaruh besar pada kepuasan dan pengalaman pelanggan. Contoh

nya Garuda Indonesia dikenal dengan pelayanan ramah, sopan, dan profesional dari pramugari maupun stafnya. Sikap positif dan kemampuan komunikasi mereka berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

6. *Process* (Proses)

Proses adalah serangkaian aktivitas dan prosedur yang digunakan untuk memberikan produk atau layanan kepada konsumen. Proses yang efisien dan konsisten membantu menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Contoh nya *GoFood* memiliki proses pemesanan yang cepat dan mudah, pelanggan dapat memilih menu, membayar, dan melacak pengantaran secara *real-time*. Proses yang terotomatisasi ini meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan aspek nyata yang mendukung persepsi kualitas produk atau layanan, seperti desain toko, tata letak, kemasan, fasilitas, dan atribut visual lain yang meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen. Contoh nya McDonald's menampilkan identitas visual yang konsisten di seluruh cabang, mulai dari desain interior modern, warna merah-kuning yang cerah, hingga seragam karyawan dan kemasan makanan yang mudah dikenali. Suasana restoran yang bersih, nyaman, dan ramah keluarga menjadi bukti nyata kualitas layanan mereka.

2.7 Flowchart

Flowchart merupakan suatu diagram alir yang digunakan untuk menggambarkan secara visual urutan langkah atau alur proses dalam sebuah sistem atau aplikasi, mulai dari tahap input, proses, hingga menghasilkan output tertentu. Flowchart berfungsi sebagai alat bantu dalam perancangan dan analisis sistem karena mampu menyajikan alur kerja secara terstruktur, logis, dan mudah dipahami. Dalam konteks aplikasi digital, flowchart digunakan untuk memodelkan interaksi pengguna dengan sistem, seperti proses login, pengisian data, pengolahan informasi, hingga penyajian hasil kepada pengguna. Dengan menggunakan flowchart, pengembang dapat memahami hubungan antarproses, mengidentifikasi potensi kesalahan, serta memastikan bahwa alur sistem berjalan sesuai dengan kebutuhan fungsional

Flowchart cocok untuk proses yang relatif sederhana dan mudah dipahami. Kedua, *swimlane* diagram membagi proses berdasarkan pelaku atau departemen, sehingga memperjelas siapa bertanggung jawab untuk setiap langkah dalam proses tersebut. Bentuk ini sangat berguna

untuk proses yang melibatkan banyak bagian atau fungsi dalam organisasi karena memudahkan koordinasi dan analisis tanggung jawab. Selanjutnya, *value stream map* (VSM) adalah bentuk pemetaan yang lebih kompleks, digunakan untuk melihat aliran nilai dari proses mulai dari bahan mentah hingga produk akhir, dengan fokus mengidentifikasi aktivitas yang menambah nilai dan yang tidak, tujuannya adalah mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi sesuai prinsip *Lean*. Ada juga *process activity map* yang menampilkan detail aktivitas secara terperinci dan hubungan antar aktivitas, yang cocok untuk proses kompleks. *Relationship map* menunjukkan hubungan dan interaksi antar bagian dalam proses, seperti antar departemen atau sistem. Sedangkan *data flow* diagram fokus pada aliran data dalam suatu sistem, yang berguna untuk analisis sistem informasi [24].

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam penyusunan *Process Mapping* [24]:

1. Menentukan tujuan pembuatan flowchart

Langkah pertama adalah Menentukan tujuan pembuatan flowchart fokus harus jelas agar proses *mapping* tidak melebar ke bagian-bagian yang tidak relevan. Misalnya, memilih proses pengadaan barang atau layanan pelanggan. Identifikasi ini membantu mengarahkan sumber daya dan waktu secara efisien.

2. Mengidentifikasi proses utama

Data proses dikumpulkan dan dicatat seluruh aktivitas atau tahapan yang terlibat dalam suatu proses sebelum dituangkan ke dalam bentuk flowchart. Pada tahap ini, analisis sistem perlu memahami secara menyeluruh alur kerja yang terjadi, mulai dari input awal, proses pengolahan, hingga *output* yang dihasilkan. Identifikasi ini dilakukan agar tidak ada langkah penting yang terlewat, sehingga flowchart yang dibuat dapat menggambarkan proses secara lengkap, runtut, dan sesuai dengan kondisi nyata dari sistem yang akan dianalisis atau dikembangkan.

3. Menyusun urutan proses

setiap aktivitas yang telah diidentifikasi ke dalam urutan yang sistematis dan saling berkaitan. Pada tahap ini, langkah-langkah proses disusun dari awal hingga akhir berdasarkan alur kerja yang sebenarnya, sehingga hubungan antarproses dapat terlihat dengan jelas. Penyusunan urutan yang logis bertujuan agar flowchart mudah dipahami, tidak membingungkan, serta

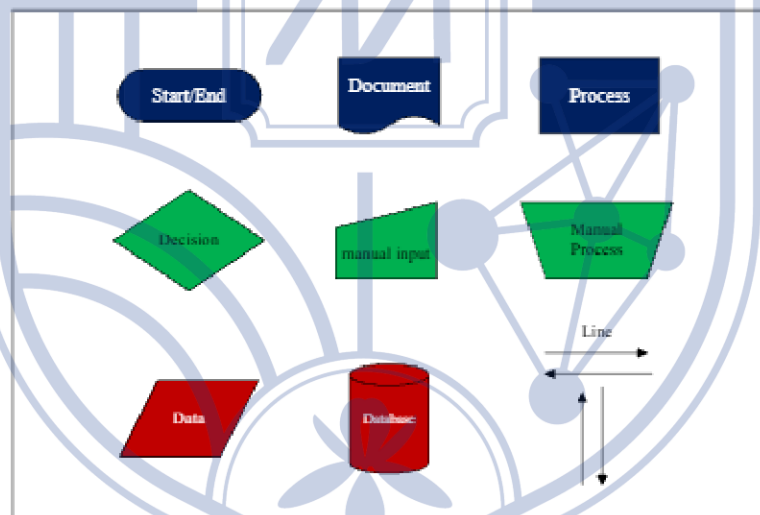
mampu menunjukkan bagaimana suatu proses berjalan secara runtut dari input, pengolahan, hingga menghasilkan output yang diinginkan.

4. Menggambar diagram flowchart

implementasi dari seluruh perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu menuangkan urutan proses ke dalam bentuk diagram visual menggunakan simbol flowchart yang sesuai. Pada tahap ini, setiap langkah proses digambarkan secara sistematis dan dihubungkan dengan garis alur sehingga membentuk sebuah alur kerja yang utuh dari awal hingga akhir.

5. Melakukan pengecekan dan evaluasi alur

Tinjau kembali flowchart yang telah dibuat guna memastikan bahwa seluruh proses sudah tergambar dengan lengkap dan benar. Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan terhadap setiap langkah untuk memastikan tidak ada aktivitas yang terlewat, alur sudah logis, serta hubungan antarproses sudah sesuai dengan kondisi nyata sistem. Evaluasi ini penting untuk menghindari kesalahan desain, mengurangi potensi ambigu, serta memastikan bahwa flowchart benar-benar merepresentasikan proses yang akan dijalankan secara efektif dan efisien.



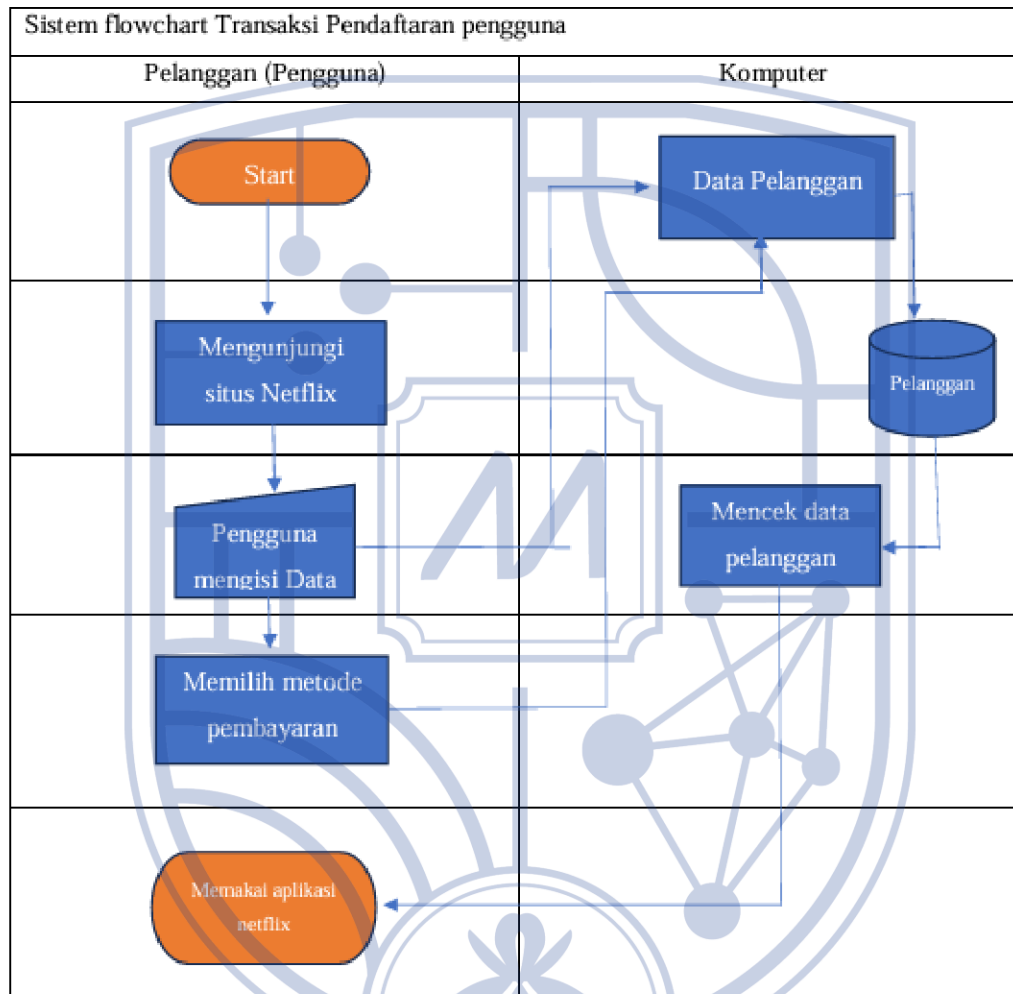
Gambar 2.5 Simbol Flowchart

Gambar 2.5 menunjukkan simbol-simbol dan diagram arus yang digunakan dalam *Process mapping* dengan penjelasan, yaitu:

1. *Start/End* berfungsi untuk menunjukkan titik awal atau akhir dari suatu proses
2. *Process* menggambarkan kegiatan atau tindakan yang dilakukan dalam proses suatu Flowchart.

3. *Decision* menunjukkan titik pengambilan keputusan yang menghasilkan dua atau lebih kemungkinan hasil, biasanya ditandai dengan cabang “Ya” dan “Tidak”.
4. *Document* menunjukkan bahwa proses melibatkan dokumen fisik seperti formulir, laporan, atau catatan tertulis
5. Data menggambarkan *input* atau *output* data yang digunakan dalam proses.
6. Manual *Input* berfungsi untuk menggambarkan proses pemasukan data yang dilakukan secara langsung oleh pengguna ke dalam sistem, bukan melalui proses otomatis. Simbol manual *input* biasanya digunakan untuk menunjukkan aktivitas seperti pengisian formulir, memasukkan data melalui *keyboard*, memilih menu, atau memasukkan informasi secara manual pada suatu aplikasi.
7. *Line* menunjukan arah proses
8. Manual *Process* berfungsi untuk menggambarkan aktivitas atau proses yang dilakukan secara manual oleh manusia, tanpa melibatkan sistem komputer atau otomatisasi. Simbol ini digunakan untuk menunjukkan pekerjaan seperti pengecekan dokumen secara langsung, verifikasi data oleh petugas, pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan manusia, atau aktivitas fisik lainnya.

9. *Database* dalam flowchart berfungsi untuk menggambarkan tempat penyimpanan data yang digunakan oleh sistem secara terstruktur dan permanen. Simbol *database* menunjukkan bahwa pada tahap tertentu sistem melakukan proses penyimpanan, pengambilan, atau pengelolaan data, seperti data pengguna, transaksi, atau informasi lainnya.



Gambar 2.6 Contoh Flowchart

2.8 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil rangkuman transaksi keuangan yang terjadi dalam perusahaan, diklasifikasikan dan disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami agar dapat digunakan untuk menilai kinerja dan kondisi keuangan perusahaan. Informasi dalam laporan keuangan harus relevan dan andal sehingga membantu pengambil keputusan dalam menilai kesehatan finansial dan membuat keputusan bisnis strategis. Komponen utama laporan keuangan meliputi neraca (posisi keuangan), laporan laba rugi (kinerja), perubahan ekuitas, dan arus kas

(likuiditas). Analisis laporan keuangan, seperti rasio keuangan, digunakan untuk menginterpretasikan dan menilai kinerja keuangan perusahaan secara lebih mendalam [25].

Berikut pihak-pihak pengguna laporan keuangan, antara lain [26]:

1. Manajemen Perusahaan

Pihak internal yang menggunakan laporan keuangan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, pengambilan keputusan strategi, pengelolaan sumber daya, dan perencanaan keuangan masa depan. Laporan keuangan membantu manajemen dalam mengontrol operasional dan mengevaluasi target keuangan.

2. Pemegang Saham

Pemegang saham dan calon investor membutuhkan informasi dari laporan keuangan untuk menilai risiko dan potensi pengembalian investasi, termasuk kemampuan perusahaan dalam membayar dividen dan mengembangkan bisnis ke depan. Informasi ini penting dalam keputusan pembelian, penahanan, atau penjualan saham.

3. Kreditur

Pihak yang memberikan fasilitas kredit atau pinjaman menggunakan laporan keuangan untuk menilai kelayakan kredit dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pinjaman dan bunganya pada waktu yang ditentukan.

4. Pemerintah

Pemerintah menggunakan laporan keuangan untuk kepentingan pengawasan pajak, regulasi, serta pemantauan kondisi ekonomi perusahaan sebagai bagian dari sistem ekonomi nasional. Instansi pengawas juga menilai kepatuhan perusahaan terhadap standar pelaporan dan peraturan yang berlaku.

5. Karyawan

Karyawan berkepentingan dengan laporan keuangan sebagai indikator stabilitas dan keamanan kerja. Kinerja keuangan yang baik dapat mempengaruhi kesejahteraan, kompensasi, dan kesempatan pengembangan karier mereka.

Berikut Adalah jenis-jenis laporan keuangan, antara lain [27],[28]:

1. Laporan posisi keuangan

Laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu, mencakup aktiva (aset), kewajiban (utang), dan ekuitas (modal) perusahaan. Neraca menggambarkan sumber daya yang dimiliki dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Berikut contoh laporan posisi keuangan:

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

PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk DAN ENTITAS ANAKNYA LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN Tanggal 31 Desember 2021 (Disajikan dalam Ribuan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)			PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk AND ITS SUBSIDIARIES CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION As of December 31, 2021 (Expressed in Thousands of Rupiah, unless otherwise stated)		
	31 Desember 2021/ December 31, 2021	Catatan/ Notes	31 Desember 2020/ December 31, 2020		
ASET				ASSETS	
ASET LANCAR				CURRENT ASSETS	
Kas dan setara kas	520.695.374	2,4,33,35	2.002.049.759	Cash and cash equivalents	
Piutang usaha		2,3,16,35		Trade receivables	
Pihak ketiga - neto	614.648.478	5,27,33	1.008.074.980	Third parties - net	
Pihak-pihak berelasi - neto	1.772.269	32	3.457.265	Related parties - net	
Piutang lain-lain		2,33,35		Other receivables	
Pihak ketiga - neto	427.257.844	5,28	560.655.549	Third parties - net	
Pihak-pihak berelasi	3.703.242	32	3.487.413	Related parties	
		2,3,7,			
Persediaan - neto	3.931.609.101	16,25,27	3.259.496.991	Inventories - net	
Uang muka	698.461.859	8,32	380.725.531	Advances	
Bagian lancar biaya dibayar di muka	16.534.402	2,3,9	11.274.654	Current portion of prepaid expenses	
Pajak dibayar di muka	375.739.788	30	287.200.976	Prepaid taxes	
Aset keuangan lancar lainnya	29.732.037	2,6,33,35	24.107.103	Other current financial assets	
Taksiran tagihan pajak penghasilan	4.193.095		6.465.034	Estimated claim for tax refund	
TOTAL ASET LANCAR	6.624.347.489		7.546.995.255	TOTAL CURRENT ASSETS	
ASET TIDAK LANCAR				NON-CURRENT ASSETS	
Uang muka pembelian aset tetap	334.884.077	10	247.980.034	Advance for purchase of fixed assets	
		2,3,			
Aset tetap - neto	851.912.136	13,16,27	716.457.366	Fixed assets - net	
Aset takberwujud - neto	767.853.678	2,3,14,28	726.529.665	Intangible assets - net	
Aset hak-guna	815.734.835	2,3,15,29	655.964.117	Right-of-used assets	
Properti investasi	14.479.323	12	15.166.829	Investment property	
Aset pajak tangguhan - neto	118.204.022	2,3,30	108.912.003	Deferred tax assets - net	
Investasi pada entitas asosiasi	105.849.071	11,32	35.487.768	Investments in associated companies	
Taksiran tagihan pajak penghasilan	1.644.368.459	2,30	1.085.368.845	Estimated claims for tax refund	
Aset keuangan tidak lancar lainnya	89.921.012	2,6,33,35	68.181.530	Other non-current financial assets	
Aset tidak lancar lainnya	4.671.154		4.325.630	Other non-current assets	
TOTAL ASET TIDAK LANCAR	4.747.877.767		3.664.373.787	TOTAL NON-CURRENT ASSETS	
TOTAL ASET	11.372.225.256		11.211.369.042	TOTAL ASSETS	

Gambar 2.7 Contoh Laporan posisi keuangan

2. Laporan Laba Rugi

Menyajikan hasil usaha perusahaan selama periode tertentu, yang meliputi pendapatan, beban, rugi, dan laba. Laporan ini menunjukkan apakah perusahaan memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian selama periode berjalan. Berikut contoh laporan laba rugi:

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
DAN ENTITAS ANAKNYA**
**LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN
KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN**
Untuk tahun yang berakhir pada tanggal
31 Desember 2021
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
AND ITS SUBSIDIARIES**
**CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS
AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME**
For the year ended
December 31, 2021
(Expressed in Thousands of Rupiah,
unless otherwise stated)

Tahun yang Berakhir pada tanggal 31 Desember/ Year Ended December 31			
	2021	Catatan/ Notes	2020
PENJUALAN NETO	43.466.976.696	2,24,32	34.113.454.845
BEBAN POKOK PENJUALAN	(38.661.089.888)	2,7,25,32	(30.703.442.235)
LABA BRUTO	4.805.886.808		3.410.012.610
Beban penjualan dan distribusi	(2.156.812.457)	2,15,26	(1.473.722.276)
Beban umum dan administrasi	(1.162.911.004)	2,5,7,13	(1.078.462.146)
Pendapatan lainnya	225.152.506	14,20,27	292.633.681
Beban lainnya	(51.933.287)	2,28	(47.152.494)
LABA USAHA	1.659.382.666		1.103.309.375
Pendapatan keuangan	14.846.193	2	5.718.629
Biaya keuangan	(194.767.542)	2,16,29	(191.175.837)
Bagian laba (rugi) entitas asosiasi	15.603.646	2,11	(535.425)
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	1.495.064.863		917.316.742
Beban pajak penghasilan - neto	(377.147.615)	2,3,30	(246.144.605)
LABA TAHUN BERJALAN	1.117.917.248		671.172.137
PENGHASILAN (RUGI) KOMPREHENSIF LAIN			
Pos yang akan direklasifikasi ke laba rugi:			
Selisih kurs karena penjabaran laporan keuangan	(11.248.988)		10.305.337
Pajak penghasilan terkait pos yang akan direklasifikasi ke laba rugi	2.474.832		(2.745.831)
Pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:			
Pengukuran kembali atas program imbalan pasti	9.639.298	20	(1.178.032)
Pajak penghasilan terkait pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi	(2.622.383)		2.080.735
Bagian pendapatan lain dari entitas asosiasi	78.731		415.989
PENGHASILAN (RUGI) KOMPREHENSIF LAIN TAHUN BERJALAN, NETO SETELAH PAJAK	(1.678.510)		8.878.198

Gambar 2.8 Contoh laporan laba rugi

3. Laporan Perubahan Ekuitas

Menggambarkan perubahan modal yang terjadi sepanjang periode, termasuk keuntungan atau kerugian yang ditahan, penambahan modal, dan pengambilan modal oleh pemilik perusahaan.

Berikut contoh laporan perubahan ekuitas:

PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk DAN ENTITAS ANAKNYA
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS KONSOLIDASIAN
Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2021
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY
For the year ended December 31, 2021
(Expressed in Thousands of Rupiah, unless otherwise stated)

Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk/Equity attributable to Owners of the Parent Company

Catatan/ Notes	Modal Disajikan dan Diperoleh dari Fully Paid Share Capital	Tambahan Modal Disorot - Net/ Additional Paid-in- Capital - Net	Saham Treasuri Treasury Stock	Selisih Transaksi Dengan Pihak Nonpengendali/ Difference in Value from Transactions with Non-controlling Interests	Saldo Laba/Retained Earnings		Selisih Kurs Koreksi Pengukuran Laporan Keuangan/ Difference in Foreign Currency Translation of Financial Statements	Pengukuran Kembali Aksi Program Inisiatif Pihak/ Remeasurements of Defined Benefit Plans	Total/ Total	Kepentingan Nonpengendali/ Non-controlling Interests	Total Ekuitas/ Total Equity	
					Telah Diambilkan Penggunaan/ Appropriated	Belum Diambilkan Penggunaan/ Unappropriated						
Saldo, 1 Januari 2020	1.935.000.000	594.376.207	-	84.626	9.000.000	2.900.437.905	(5.667.670)	10.116.731	4.301.317.971	158.810.816	4.460.127.987	Balance, January 1, 2020
Pembentukan cadangan umum	23	-	-	-	1.000.000	(1.000.000)	-	-	-	-	-	Appropriation of general reserve
Pembelian saham treasuri	21	-	(8.902.005)	-	-	-	-	(8.902.005)	-	-	(8.902.005)	Purchase of treasury stock
Pendirian anak perusahaan	1c	-	-	-	-	-	-	-	13.255.537	13.255.537	13.255.537	Establishment of subsidiaries
Akuisisi kepentingan nonpengendali	1c	-	-	(1.209.067)	-	-	-	-	(1.209.067)	(10.795.699)	(11.994.766)	Acquisition of non-controlling interests
Pemilihan modal saham - entitas anak	-	-	-	6.883	-	-	-	-	6.883	60.682.486	60.682.481	Issuance of share capital - subsidiary
Penurunan modal saham - entitas anak	1c	-	-	-	-	-	-	-	-	(320)	(320)	Capital reduction - subsidiary
Dividen kas - entitas anak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(3.172.729)	(3.172.729)	Cash dividends - subsidiaries
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan	-	-	-	-	-	4.556.636	1.163.427	5.720.063	5.720.063	3.158.132	8.878.195	Other comprehensive income for the year
Laba tahun berjalan	-	-	-	-	-	812.034.825	-	-	812.034.825	58.167.512	870.172.137	Profit for the year
Saldo, 31 Desember 2020	1.935.000.000	594.376.207	(8.902.005)	(1.202.446)	10.000.000	5.201.412.219	(1.116.336)	10.200.158	6.608.796.345	279.291.848	6.887.998.193	Balance, December 31, 2020
Pembentukan cadangan umum	23	-	-	-	1.000.000	(1.000.000)	-	-	-	-	-	Appropriation of general reserve
Pendirian anak perusahaan	1c	-	-	-	-	-	-	-	-	10.845.711	10.845.711	Establishment of subsidiaries
Akuisisi kepentingan nonpengendali	1c	-	-	(50.948.410)	-	-	-	-	(50.948.410)	(98.558.487)	(149.506.897)	Acquisition of non-controlling interests
Pemilihan modal saham - entitas anak	1c	-	3.512.000	2.045.847	-	-	-	-	5.558.847	30.662.472	36.221.021	Issuance of share capital - subsidiary
Penurunan modal saham - entitas anak	1c	-	516.768	-	-	-	-	-	516.768	(8.508.348)	(8.000.101)	Capital reduction - subsidiary
Dividen kas - Perusahaan	22	-	-	-	-	(216.388.741)	-	-	(216.388.741)	(216.388.741)	(216,388,741)	Cash dividends - Companies
Dividen kas - entitas anak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(6,043,171)	(6,043,171)	Cash dividends - subsidiaries
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan	-	-	-	-	-	-	(5,801,434)	6,443,200	1,041,766	(2,720,228)	(1,678,462)	Other comprehensive income for the year
Laba tahun berjalan	-	-	-	-	-	1,012,375,034	-	-	1,012,375,034	125,541,814	1,137,916,848	Profit for the year
Saldo, 31 Desember 2021	1.935.000.000	598,488,173	(8,960,305)	(88,165,219)	11,000,000	5,903,589,103	(6,912,300)	36,123,354	6,138,938,707	321,451,863	6,460,390,570	Balance, December 31, 2021

Gambar 2.9 Contoh laporan perubahan ekuitas

4. Laporan Arus Kas

Menunjukkan aliran kas masuk dan keluar perusahaan selama periode tertentu, yang mencakup aktivitas operasional, investasi, dan pendanaan. Laporan ini penting untuk menilai likuiditas dan kemampuan perusahaan dalam mengelola kas. Berikut contoh laporan arus kas:

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
DAN ENTITAS ANAKNYA
LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASIAN
Untuk tahun yang berakhir pada tanggal
31 Desember 2021
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOWS
For the year ended
December 31, 2021
(Expressed in Thousands of Rupiah,
unless otherwise stated)**

	Tahun yang Berakhir pada tanggal 31 Desember/ Year Ended December 31			
	2021	Catatan/ Notes	2020	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI				CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES
Penerimaan kas dari pelanggan	43.865.964.359		34.020.065.219	Cash receipts from customers
Pembayaran kas kepada pemasok dan karyawan	(42.730.284.495)		(30.696.793.752)	Cash payments to suppliers and employees
Kas yang dihasilkan dari aktivitas operasi	1.135.679.864		3.323.271.467	Cash provided by operating activities
Penerimaan dari (pembayaran untuk):				Cash receipts from (payments for):
Pendapatan bunga	14.846.193		5.718.629	Interest income
Beban bunga	(186.655.231)		(184.250.640)	Interest expenses
Pajak penghasilan	(942.131.683)		(292.034.097)	Income taxes
Kas Neto yang Diperoleh dari Aktivitas Operasi	21.739.143		2.852.706.359	Net Cash Provided by Operating Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI				CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES
Hasil penjualan aset tetap	23.280.783	13	1.114.415	Proceeds from sale of fixed assets
Penerimaan dividen dari entitas asosiasi	18.030.840		-	Dividend received from associated company
Pengembalian penyertaan modal pada entitas asosiasi	5.050.000		-	Capital reduction from associated company
Penerimaan kas dari penjualan kepemilikan entitas asosiasi	5.300.000		-	Cash received from sale of associated company
Penambahan uang jaminan	2.367.621		(10.832.591)	Additions in security deposits
Pembelian aset tetap dan uang muka pembelian aset tetap	(360.508.300)		(303.310.409)	Acquisitions of fixed assets and advances for purchase of fixed assets
Penambahan investasi pada entitas asosiasi	(87.288.705)	11	(7.550.000)	Addition of investment in an associated company
Pembelian aset takberwujud	(82.165.731)	14	(883.989)	Purchases of intangible assets
Penambahan time deposit	(29.732.037)		-	Additions of time deposits
Penambahan aset hak-guna	(8.846.747)		(12.813.733)	Addition of right-of-use assets
Penambahan sewa dibayar di muka	(1.290.222)		(2.970.051)	Additions in prepaid rent
Akuisisi entitas anak dan unit bisnis, setelah dikurangi kas yang diperoleh	-	10	(38.601.300)	Acquisitions of subsidiaries and business unit, net of cash acquired
Pelepasan sebagian kepemilikan pada entitas asosiasi	-	12	516.037	Partial disposal of interest in an associated company
Kas Neto yang Digunakan untuk Aktivitas Investasi	(515.802.498)		(375.131.621)	Net Cash Used in Investing Activities

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
DAN ENTITAS ANAKNYA
LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASIAN (lanjutan)
Untuk tahun yang berakhir pada tanggal
31 Desember 2021
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF
CASH FLOWS (continued)
For the year ended December 31, 2021
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	Tahun yang Berakhir pada tanggal 31 Desember/ Year Ended December 31			
	2021	Catatan/ Notes	2020	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN				CASH FLOWS FROM FINANCING ACTIVITIES
Penerimaan dari:				Proceeds from:
Utang bank jangka pendek	621.145.793		-	Short-term bank loans
Utang bank jangka panjang	357.518.226		-	Long-term bank loans
Setoran modal ke entitas anak dari kepentingan nonpengendali	59.066.732	1c	73.947.018	Capital contribution to subsidiaries from non-controlling interests
Pembayaran untuk:				Payments for:
Liabilitas sewa	(400.542.619)	15	(265.062.085)	Lease liabilities
Dividen kas	(219.398.741)	23	-	Cash dividends
Akuisisi kepentingan nonpengendali	(166.507.897)		(11.994.767)	Acquisition of non-controlling interests
Dividen kas untuk kepentingan nonpengendali	(9.043.171)		(3.172.729)	Dividend paid to non-controlling interest
Penurunan modal saham - entitas anak	(5.990.181)		(300)	Capital reduction - Subsidiary
Utang pembiayaan konsumen	(547.234)	38	(735.848)	Consumer financing payables
Utang bank jangka pendek	-		(1.085.669.030)	Short-term bank loans
Saham treasury	-	21	(8.960.935)	Treasury stocks
Kas Neto yang Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Pendanaan	235.700.908		(1.301.648.676)	Net Cash Provided by (Used in) Financing Activities
(PENURUNAN) KENAIKAN NETO KAS DAN SETARA KAS	(258.362.447)		1.175.925.062	NET (DECREASE) INCREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS
Efek neto perubahan kurs mata uang terhadap kas dan setara kas	(107.177)		4.199.245	Net effect of changes in exchange rates on cash and cash equivalents
KAS DAN SETARA KAS AWAL TAHUN	675.732.727		(504.391.580)	CASH AND CASH EQUIVALENTS AT BEGINNING OF YEAR
KAS DAN SETARA KAS AKHIR TAHUN	417.263.103		675.732.727	CASH AND CASH EQUIVALENTS AT END OF YEAR
KAS DAN SETARA KAS AKHIR TAHUN TERDIRI DARI:				CASH AND CASH EQUIVALENTS AT END OF YEAR CONSIST OF:
Kas dan setara kas	520.695.374	4	2.002.049.759	Cash and cash equivalents
Cekuan	(103.432.271)	16	(1.326.317.032)	Overdrafts
KAS DAN SETARA KAS AKHIR TAHUN	417.263.103		675.732.727	CASH AND CASH EQUIVALENTS AT END OF YEAR

Informasi tambahan atas transaksi non-kas disajikan pada Catatan 38.

Supplementary information on non-cash transactions are disclosed in Note 38.

Gambar 2.10 contoh laporan arus kas

5. Catatan atas Laporan Keuangan

Memberikan penjelasan tambahan dan informasi rinci terkait angka-angka dalam laporan keuangan utama, termasuk kebijakan akuntansi dan rincian transaksi yang signifikan. Berikut contoh laporan catatan atas laporan keuangan

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
DAN ENTITAS ANAKNYA
CATATAN ATAS LAPORAN
KEUANGAN KONSOLIDASIAN
Tanggal 31 Desember 2021 dan
untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**

**PT ERAJAYA SWASEMBADA Tbk
AND ITS SUBSIDIARIES
NOTES TO THE CONSOLIDATED
FINANCIAL STATEMENTS
As of December 31, 2021 and
for the year then ended
(Expressed in Thousands of Rupiah,
unless otherwise stated)**

1. UMUM (lanjutan)

1. GENERAL (continued)

c. Susunan Entitas Anak (lanjutan)

c. Subsidiaries' Structure (continued)

Laporan keuangan konsolidasian mencakup akun-akun entitas anak, dimana Perusahaan mempunyai pengendalian, baik langsung maupun tidak langsung, sebagai berikut (lanjutan)

The consolidated financial statements include the accounts of subsidiaries, which the Company has control either directly or indirectly as follows: (continued)

Entitas Anak	Tempat Kedudukan Entitas	Tahun Beroperasi Secara Komersial Start of Commercial Operations	Persentase Kepemilikan Percentage of Ownership		Total Aset Sebelum Eliminasi Total Assets Before Eliminations		Subsidiaries
			2021	2020	2021	2020	
Erjaya Holding Pte Ltd (“EH”)	Singapore	2018	100,00	100,00	305.513.150	153.863.186	Erjaya Holding Pte Ltd (“EH”)
PT Indonesia Ocean Technology (“IODT”)	Jakarta	2018	99,99	99,99	1.117.670	1.026.784	PT Indonesia Ocean Technology (“IODT”)
PT Era Raja Nusantara (“ERN”)	Jakarta	2020	99,99	99,99	161.562.287	5.879.803	PT Era Raja Nusantara (“ERN”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
PT Data Cita Mandiri (“DCM”) ¹	Jakarta	2018	99,99	99,99	1.249.386.073	1.034.420.293	PT Data Cita Mandiri (“DCM”) ¹
PT Nusa Abadi Sukses Abadi (“NUSA”)	Jakarta	2017	99,99	99,99	334.571.823	477.353.521	PT Nusa Abadi Sukses Abadi (“NUSA”)
CG Computers Sdn. Bhd. (“CG”) ²	Malaysia	1986	68,00	49,00	1.078.916.486	680.781.886	CG Computers Sdn. Bhd. (“CG”) ²
PT Prakasa Prima Sejahtera (“PPS”)	Jakarta	2010	85,00	85,00	104.562.873	184.885.843	PT Prakasa Prima Sejahtera (“PPS”)
PT Prima Pustaka Pratama (“PPP”)	Jakarta	2010	99,99	99,99	170.208.643	33.311.508	PT Prima Pustaka Pratama (“PPP”)
PT Cita Kreasia Inovasi (“CKI”)	Jakarta	2018	97,00	97,00	730.384	3.286.426	PT Cita Kreasia Inovasi (“CKI”)
PT Madoi Sinergi Naga (“MSN”)	Jakarta	2017	99,99	99,99	138.053.759	140.663.338	PT Madoi Sinergi Naga (“MSN”)
PT Era Raja Elektronik (“ERA RAJA ELEKTRONIK”)	Jakarta	2021	99,04	-	51.003	-	PT Era Raja Elektronik (“ERA RAJA ELEKTRONIK”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
PT Multi Media Solusi (“MMS”)	Jakarta	2004	99,00	99,00	267.488.328	254.676.187	PT Multi Media Solusi (“MMS”)
PT Cera Media Telekomunikasi (“CMT”)	Jakarta	2003	99,00	99,00	18.108.838	15.397.308	PT Cera Media Telekomunikasi (“CMT”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
PT Ungen Advanced Solutions (“UAS”)	Jakarta	2017	55,00	55,00	713.228.163	101.868.187	PT Ungen Advanced Solutions (“UAS”)
PT Surya Astra Mediacore (“SAM”)	Jakarta	2017	55,04	55,04	66.217.717	167.010.888	PT Surya Astra Mediacore (“SAM”)
PT Era Prima Media (“EPM”)	Jakarta	2020	99,00	99,00	241.084	293.080	PT Era Prima Media (“EPM”)
PT Jagat Lintas Lestari (“JLL”)	Jakarta	2018	85,00	85,00	5.018.051	81.731.332	PT Jagat Lintas Lestari (“JLL”)
PT Era Prima Indonesia (“EPI”)	Surabaya	-	-	-	-	-	PT Era Prima Indonesia (“EPI”)
PT Asia Abnagar Technology Indonesia (“AAIT”)	Jakarta	2018	98,67	98,67	1.888.165	3.981.333	PT Asia Abnagar Technology Indonesia (“AAIT”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
Switch Concept Sdn. Bhd. (“SCS”)	Malaysia	2007	100,00	100,00	27.098.387	30.076.286	Switch Concept Sdn. Bhd. (“SCS”)
Utara Republik Sdn. Bhd. (“URS”)	Malaysia	2019	99,00	99,00	13.807.237	18.370.883	Utara Republik Sdn. Bhd. (“URS”)
Malaya Pustaka Malaysia Sdn. Bhd. (“MPM”)	Malaysia	2012	100,00	100,00	88.735.284	34.601.818	Malaya Pustaka Malaysia Sdn. Bhd. (“MPM”)
JAK Software Sdn. Bhd. (“JSB”)	Malaysia	2018	99,00	99,00	188.422	187.324	JAK Software Sdn. Bhd. (“JSB”)
Tekno Sdn. Bhd. (“Tchano”)	Malaysia	2017	100,00	100,00	4.584	1.755	Tekno Sdn. Bhd. (“Tchano”)
Switch Malaysia Sdn. Bhd. (“SMS”)	Malaysia	2021	100,00	-	6.833	-	Switch Malaysia Sdn. Bhd. (“SMS”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
PT Satria Manajemen Perdana Indonesia (“SMP”)	Jakarta	2017	68,60	68,60	1.086	1.170	PT Satria Manajemen Perdana Indonesia (“SMP”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
Erjaya Holding Pte Ltd (“EH”)	Singapore	2020	100,00	100,00	63.098.088	66.360	Erjaya Holding Pte Ltd (“EH”)
PT Mitra Energi Asia (“MEA”)	Jakarta	2020	51,00	51,00	167.596.763	26.417.838	PT Mitra Energi Asia (“MEA”)
PT Era Raja Pemasaran (“ERP”)	Jakarta	2021	75,00	-	87.735.284	-	PT Era Raja Pemasaran (“ERP”)
Indirect ownership							
Indirect ownership							
Era Property Holding Pte. Ltd. (“EPH”)	Singapore	2020	50,00	50,00	118.278.110	130.909.809	Era Property Holding Pte. Ltd. (“EPH”)
Erjaya Digital Pte. Ltd. (“EDP”)	Singapore	2021	100,00	-	183.277.823	-	Erjaya Digital Pte. Ltd. (“EDP”)
Erjaya Pte. Ltd.	Singapore	2021	65,00	-	18.267.273	-	Erjaya Pte. Ltd.
Indirect ownership							
Indirect ownership							
PT Era Raja Elektronik (“ERA RAJA ELEKTRONIK”)	Jakarta	2020	99,99	99,99	67.814.038	27.870.686	PT Era Raja Elektronik (“ERA RAJA ELEKTRONIK”)

¹ Testat dari kepemilikan langsung Perusahaan sebesar 68,60% dan kepemilikan tidak langsung melalui SAR, TAM dan DCM masing-masing sebesar 23,98%, 20,27% dan 7,80%
Compared the direct ownership by the Company of 68.60% and direct ownership through SAR, TAM and DCM amounted to 23.98%, 20.27% and 7.80%, respectively.

² Testat dari kepemilikan langsung Perusahaan sebesar 23,33% dan kepemilikan tidak langsung melalui DCM sebesar 66,66%
Compared the direct ownership by the Company of 23.33% and indirect ownership through DCM of 66.66%.

³ Testat dari kepemilikan tidak langsung melalui DCM dan SAR masing-masing sebesar 49,00% dan 51,00%
Compared the indirect ownership through DCM and SAR amounted to 49.00% and 51.00%, respectively.

Gambar 2.11 contoh catatan atas laporan keuangan

Berikut Adalah manfaat Laporan Keuangan, antara lain [29]:

1. Membantu Pengambilan Keputusan pihak Manajemen

Laporan keuangan memberikan informasi keuangan yang penting kepada manajemen untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, merencanakan anggaran, dan mengambil keputusan strategis demi kemajuan usaha. Informasi yang akurat membantu manajemen membuat keputusan yang tepat dan efektif.

2. Menilai Kinerja Perusahaan

Dengan laporan keuangan, pihak internal maupun eksternal dapat menilai kinerja keuangan perusahaan melalui indikator seperti profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Ini penting untuk mengetahui apakah perusahaan berjalan sesuai rencana dan target yang ditetapkan.

3. Meningkatkan Kepercayaan Pemangku Kepentingan

Penyajian laporan keuangan yang transparan dan akurat dapat meningkatkan kepercayaan investor, kreditur, dan pihak terkait lainnya terhadap kondisi keuangan perusahaan, sehingga dapat mendorong investasi dan kemitraan bisnis.

4. Menjadi Dasar Evaluasi dan Perencanaan Bisnis

Laporan keuangan memberikan data untuk analisis tren dan prediksi kondisi finansial di masa depan, membantu perencanaan bisnis dan pengembangan strategi agar perusahaan tetap kompetitif.

2.9 Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan adalah metode evaluasi kinerja keuangan perusahaan dengan membandingkan berbagai pos dalam laporan keuangan menggunakan rasio-rasio tertentu. Rasio keuangan umum yang digunakan mencakup likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan aktivitas, yang masing-masing memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, risiko keuangan jangka panjang, efisiensi penggunaan aset, dan keuntungan operasional. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan perusahaan serta membantu pengambilan keputusan strategis bagi manajemen dan investor.

Analisis rasio memungkinkan evaluasi berbagai aspek keuangan seperti tingkat likuiditas yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka dekat, solvabilitas untuk menilai kemampuan melunasi kewajiban jangka panjang, serta profitabilitas yang menunjukkan efisiensi dalam menghasilkan laba dari aset dan pendapatan. Rasio-rasio ini memberikan indikator penting bagi kesehatan keuangan perusahaan dan membantu dalam perbaikan kinerja di masa depan [30].

Analisis Rasio keuangan memiliki manfaat penting yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai aspek pengelolaan perusahaan, antara lain [31]:

1. Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan

Analisis rasio memberikan gambaran menyeluruh mengenai kemampuan perusahaan menghasilkan laba, mengelola biaya, dan menggunakan aset secara efisien. Contohnya adalah rasio profitabilitas seperti *margin* laba bersih dan Return on Assets (ROA) yang menunjukkan efisiensi operasional dan keuntungan dari setiap rupiah pendapatan.

2. Mengukur Likuiditas dan Solvabilitas

Rasio likuiditas seperti *current ratio* dan *quick ratio* menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, sedangkan solvabilitas mengukur kemampuan membayar utang jangka panjang. Hal ini penting untuk memastikan perusahaan tidak mengalami kesulitan keuangan.

3. Membantu Pengambilan Keputusan Manajemen dan Investasi

Dengan menganalisis rasio keuangan, manajemen dan investor dapat membuat keputusan strategis berdasarkan data yang objektif, seperti meningkatkan efisiensi operasional dan perencanaan keuangan untuk masa depan perusahaan.

4. Mengidentifikasi Kelebihan dan Kekurangan Perusahaan

Rasio keuangan memungkinkan identifikasi area yang perlu diperbaiki dan keunggulan yang dapat diperkuat dalam perusahaan, sehingga dapat dirancang strategi perbaikan dan pengembangan bisnis yang terukur.

5. Memantau Perubahan Kinerja Antar Periode

Analisis rasio dapat digunakan untuk membandingkan kinerja keuangan antar periode waktu yang berbeda, sehingga membantu dalam memantau tren dan stabilitas perusahaan dari waktu ke waktu.

6. Meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan Stakeholder

Dengan menyediakan laporan yang terukur dan jelas, analisis rasio membantu meningkatkan kepercayaan investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya terhadap perusahaan.

2.9.1 Jenis-Jenis Analisis Rasio Keuangan

Analisis Rasio keuangan memiliki jenis-jenis yang digunakan oleh perusahaan. Secara umum, yaitu [32]:

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Rasio-rasio umum dalam kategori ini adalah:

a. *Current Ratio* (Rasio lancar)

Rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (utang lancar) dengan aset lancar yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menggunakan aset yang cepat dicairkan seperti kas, piutang, dan persediaan untuk membayar utang yang segera jatuh tempo. Rumus yang di gunakan Adalah sebagai berikut:

$$\text{Current Rasio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.1)$$

b. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang paling cepat untuk di cairkan menjadi uang tunai. Rumus yang di gunakan Adalah sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.2)$$

c. *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Rasio likuiditas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya (utang lancar) hanya dengan menggunakan kas dan setara kas yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus yang di gunakan Adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Rasio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.3)$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, apabila perusahaan harus dilikuidasi atau dibubarkan. Rasio ini menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dapat menutupi total utangnya, serta menggambarkan tingkat kemandirian keuangan dan risiko kebangkrutan suatu perusahaan. Berikut beberapa rasio solvabilitas yaitu:

a. *Total Debt to Assets Ratio* (Rasio hutang terhadap aktiva)

Total Debt to Assets Ratio (Rasio hutang terhadap aktiva) Adalah salah satu rasio solvabilitas yang digunakan untuk mengukur seberapa besar total aset perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio ini menunjukkan proporsi antara total utang (baik jangka

pendek maupun jangka panjang) dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Rumus yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.4)$$

b. *Total Debt to Equity Ratio* (Rasio hutang terhadap modal)

Total Debt to Equity Ratio (Rasio hutang terhadap modal) adalah salah satu rasio solvabilitas yang digunakan untuk mengukur seberapa besar total utang perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri (ekuitas) yang dimiliki oleh pemilik perusahaan. Rumus yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.5)$$

3. Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (keuntungan) dari penjualan, aset, maupun modal yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk memperoleh keuntungan selama periode tertentu. Berikut beberapa rasio profitabilitas yaitu:

a. *Net Profit Margin* (Rasio Laba Bersih)

Net Profit Margin (Rasio Laba Bersih) adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan dari setiap rupiah penjualan setelah dikurangi seluruh biaya operasional, bunga, dan pajak. Rumus yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.6)$$

b. *Return on Equity* (Tingkat Pengembalian Ekuitas)

Return on Equity (Tingkat Pengembalian Ekuitas) adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari modal sendiri (ekuitas) yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Rumus yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.7)$$

c. *Return of Investment* (Tingkat Pengembalian Investasi)

Return of Investment (Tingkat Pengembalian Investasi) rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar keuntungan (laba) yang diperoleh dari suatu investasi dibandingkan dengan biaya investasi yang dikeluarkan. Rumus yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Return of Investment} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Investasi}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.8)$$

2.9.2 Contoh Studi Kasus Perhitungan Rasio Keuangan

Berdasarkan laporan posisi keuangan PT. SARASWATI GRIYA LESTARI Tbk untuk periode 2023-2024, berikut adalah analisis rasio keuangan Perusahaan [32].

PT SARASWATI GRIYA LESTARI Tbk DAN ENTITAS ANAKNYA			
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN			
Pada Tanggal 30 Juni 2024 dan 31 Desember 2023			
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)			
	Catatan	30 Juni 2024	31 Desember 2023
ASET			
ASET LANCAR			
Kas dan bank	2f,4	711,460,237	939,366,876
Piutang usaha - pihak ketiga	5	77,181,522	60,084,564
Piutang lain - lain pihak ketiga	6	3,386,301,142	3,386,301,142
Uang muka dan biaya dibayar di muka	2i,7	1,627,190,418	1,627,190,418
Jumlah Aset lancar		5,802,133,319	6,012,943,000
ASET TIDAK LANCAR			
Aset tetap - setelah dikurangi akumulasi penyusutan	2j,8	157,173,429,739	157,292,150,480
Aset pajak tangguhan - bersih	2q	2,603,281,196	2,593,760,741
Investasi pada entitas asosiasi	9	244,150,238,442	244,150,238,442
Uang muka pembelian tanah	10	26,000,000,000	26,000,000,000
Aset hak guna	2i,11	7,037,106,120	7,204,265,892
Jumlah Aset Tidak Lancar		436,964,055,497	437,240,415,555
JUMLAH ASET		442,766,188,816	443,253,358,555

PT SARASWATI GRIYA LESTARI Tbk DAN ENTITAS ANAKNYA
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN
Pada Tanggal 30 Juni 2024 dan 31 Desember 2023
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

	Catatan	30 Juni 2024	31 Desember 2023
LIABILITAS DAN EKUITAS			
LIABILITAS JANGKA PENDEK			
Pinjaman bank jangka pendek	12	1,876,580,051	1,859,151,834
Utang usaha - pihak ketiga	13	26,507,210,990	26,507,210,990
Utang lain-lain			
Pihak ketiga	14	17,693,763,442	17,693,763,442
Beban masih harus dibayar	16	8,134,747,951	8,130,935,748
Utang pajak	17	7,723,191,336	7,724,274,663
Liabilitas jangka panjang yang jatuh tempo dalam satu tahun			
Utang lain-lain - pihak ketiga	15	400,000,000	400,000,000
Pinjaman bank	18	1,545,366,159	1,545,366,159
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek		63,880,859,930	63,860,702,836
LIABILITAS JANGKA PANJANG			
Utang lain-lain - pihak ketiga			
Pihak ketiga		-	-
Pihak Berelasi		4,046,174,465	3,129,342,219
Liabilitas jangka panjang setelah dikurangi bagian yang jatuh tempo dalam satu tahun			
Pinjaman bank	18	8,681,667,119	8,721,667,119
Liabilitas imbalan kerja karyawan	19	1,163,003,053	1,117,224,681
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang		13,890,844,636	12,968,234,019
JUMLAH LIABILITAS		77,771,704,566	76,828,936,855
EKUITAS			
Ekuitas yang Dapat Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk			
Modal saham - nilai nominal Rp 100 per saham			
Modal dasar -			
12.000.000.000 saham			
Modal ditempatkan dan disetor penuh -			
3.550.001.452 saham	20	355,000,145,200	355,000,145,200
Tambahan modal disetor	21	35,088,926,344	35,088,926,344
Defisit		(25,419,036,004)	(24,019,037,944)
Sub-jumlah		364,670,035,540	366,070,033,600
Kepentingan non-pengendali	22	324,448,710	354,388,100
JUMLAH EKUITAS		364,994,484,250	366,424,421,700
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS		442,766,188,816	443,253,358,555

Lihat catatan atas laporan keuangan konsolidasian yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian secara keseluruhan

Gambar 2.12 Laporan Neraca keuangan PT. SARASWATI GRIYA LESTARI Tbk

1. Rasio Likuiditas

a. Current Ratio

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.9)$$

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Rp } 59.312.578}{\text{Rp } 28.369.283} \times 100\% = 0,21\%$$

Current Ratio sebesar 0,21 (21%) menunjukkan bahwa kondisi likuiditas perusahaan sangat buruk. Perusahaan tidak memiliki cukup aset lancar untuk menutupi utang jangka pendek,

sehingga perlu segera meningkatkan kas, mempercepat penagihan piutang, atau mengurangi kewajiban jangka pendek agar kondisi keuangannya kembali stabil.

b. *Quick Ratio*

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.10)$$

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Rp } 59.312.578 - 47.456.225}{\text{Rp } 28.369.283} \times 100\% = 0,41\%$$

Quick Ratio sebesar 0,41 (41%) menunjukkan bahwa perusahaan belum memiliki kemampuan likuiditas yang memadai untuk melunasi utang jangka pendek tanpa menjual persediaan. Kondisi ini menunjukkan risiko keuangan jangka pendek yang cukup tinggi, sehingga perusahaan perlu meningkatkan kas, mempercepat penagihan piutang, atau mengurangi kewajiban jangka pendek agar posisi likuiditasnya lebih aman.

c. *Cash Ratio*

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.11)$$

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Rp } 4.169.740}{\text{Rp } 28.369.283} \times 100\% = 0,14\%$$

Cash Ratio sebesar 0,14 (14%) menunjukkan bahwa perusahaan hanya mampu menutupi sebagian kecil kewajiban jangka pendeknya dengan kas yang tersedia. Kondisi ini menggambarkan tingkat likuiditas yang sangat lemah, sehingga perusahaan perlu meningkatkan saldo kas, mempercepat arus kas masuk, dan mengatur ulang kewajiban jangka pendek agar keuangannya lebih stabil dan aman.

2. Rasio Solvabilitas

a. *Total Debt to Assets Ratio*

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.12)$$

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Rp } 30.676.095}{\text{Rp } 89.964.369} \times 100\% = 0,34\%$$

Debt to Assets Ratio sebesar 0,34 (34%) menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan stabil, dengan tingkat ketergantungan terhadap utang yang rendah. Ini menandakan risiko kebangkrutan kecil dan kemampuan membayar utang baik, meskipun perusahaan mungkin bisa memanfaatkan sedikit lebih banyak leverage (utang) untuk mempercepat pertumbuhan jika diperlukan.

b. Total Debt to Equity Ratio

$$\text{Debt to Equity Rasio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.13)$$

$$\text{Debt to Equity Rasio} = \frac{\text{Rp } 30.676.095}{\text{Rp } 59.288.274} \times 100\% = 0,51\%$$

Debt to Equity Ratio sebesar 0,51 (51%) menunjukkan bahwa struktur keuangan perusahaan berada dalam kondisi sehat dan seimbang. Perusahaan tidak terlalu bergantung pada utang, sehingga memiliki risiko kebangkrutan yang rendah dan kemampuan membayar utang yang baik. Nilai ini menggambarkan stabilitas keuangan yang kuat, namun perusahaan masih memiliki ruang untuk menggunakan pembiayaan utang secara strategis jika ingin mempercepat pertumbuhan bisnis.

3. Rasio Profitabilitas

a. Net Profit Margin

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.14)$$

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 5.605.321}{\text{Rp } 72.512.363} \times 100\% = 0,07\%$$

Net Profit Margin sebesar 0,07% menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang sangat rendah. Kondisi ini menandakan bahwa pendapatan hampir seluruhnya habis untuk menutup biaya, sehingga hanya sedikit laba yang tersisa. Perusahaan perlu meningkatkan efisiensi, menekan biaya, dan memperbaiki strategi harga agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih optimal dan menjaga keberlanjutan usaha.

b. Return on Equity

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.15)$$

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Rp 5.605.321}}{\text{Rp 59.288.274}} \times 100\% = 0,09\%$$

Return on Equity sebesar 0,09% menunjukkan bahwa perusahaan hanya menghasilkan laba sangat kecil dari modal yang dimiliki. Kondisi ini menggambarkan kinerja keuangan yang kurang efisien dan profitabilitas yang lemah. Perusahaan perlu meningkatkan efektivitas penggunaan modal dan memperbaiki strategi bisnis agar dapat memberikan pengembalian yang lebih tinggi bagi pemegang saham di masa depan.

c. *Return of Investment*

$$\text{Return of Investment} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Investasi}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.16)$$

$$\text{Return of Investment} = \frac{\text{Rp 5.605.321}}{\text{Rp 13.543.123}} \times 100\% = 0,41\%$$

Return on Investment sebesar 0,41% menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan dari dana yang diinvestasikan. Kondisi ini mencerminkan efisiensi penggunaan modal yang rendah dan profitabilitas yang lemah. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan produktivitas, memperbaiki strategi bisnis, dan mengoptimalkan penggunaan investasi agar tingkat pengembalian bisa meningkat di masa mendatang.