

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 *Startup*

Pada dasarnya istilah *startup* mengacu pada perusahaan yang belum lama berkembang dan sering berkaitan dengan teknologi. Dapat dikatakan *startup* adalah sebuah bisnis yang didirikan oleh satu orang atau lebih yang ingin fokus mengembangkan produk atau layanan untuk memenuhi permintaan pasar. *Startup* merupakan perusahaan rintisan yang memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar, oleh sebab itu *startup* dinilai dapat menjadi salah satu pilar ekonomi masyarakat di era modern saat ini [6]. Perusahaan-perusahaan *startup* sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan masih dalam fase penelitian dan pengembangan untuk memperoleh pasar yang cocok.

Sebuah bisnis atau usaha dapat disebut sebagai bisnis *startup* apabila memiliki tiga faktor, yaitu [6]:

1. *Founder* (Pendiri)

Founder merupakan individu atau sekelompok orang yang memiliki gagasan awal untuk mendirikan suatu perusahaan atau bisnis. *Founder* berperan penting dalam merancang konsep bisnis, menentukan arah pengembangan perusahaan, serta menetapkan visi, misi, dan tujuan jangka panjang perusahaan. Selain itu, *founder* biasanya terlibat dalam pengambilan keputusan strategis, membangun tim kerja, serta mengembangkan produk atau layanan yang ditawarkan. Pada tahap awal perusahaan, *founder* juga sering menjalankan berbagai fungsi sekaligus, seperti manajemen operasional, pemasaran, hingga pengembangan bisnis. Komitmen, kepemimpinan, serta kemampuan inovasi dari *founder* sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan.

2. Investor

Investor merupakan pihak yang menanamkan modal berupa dana atau aset lainnya ke dalam perusahaan dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa mendatang. Peran investor sangat penting terutama pada tahap awal perkembangan perusahaan, karena modal yang diberikan dapat digunakan untuk operasional, pengembangan produk, pemasaran, serta ekspansi bisnis. Dalam praktiknya, investor dapat berasal dari individu, perusahaan, maupun lembaga investasi. Sebagai imbalan atas modal yang diberikan, investor biasanya memperoleh kepemilikan saham, pembagian keuntungan, atau bentuk keuntungan lain sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui bersama. Selain memberikan dana, beberapa

investor juga dapat memberikan dukungan berupa jaringan bisnis, pengalaman, serta saran strategis untuk membantu perkembangan perusahaan.

3. Produk atau Layanan

Produk atau layanan merupakan hasil produksi baik berupa barang atau jasa yang dijual untuk menjadi sumber pemasukan pada perusahaan dan biasanya produk atau jasa tersebut variasi atau berkembang sesuai mengikuti kebutuhan pasar. Agar dapat bersaing dan tetap relevan, perusahaan perlu terus melakukan inovasi dan pengembangan terhadap produk atau layanan yang dimiliki. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas, menambah fitur baru, menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen, serta mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar. Keberhasilan suatu produk atau layanan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang tepat.

Ciri-ciri perusahaan *startup*, antara lain [7]:

1. Perusahaan yang memiliki pendapatan kurang dari \$100.000 per tahun.
2. Usia perusahaan kurang dari 3 tahun.
3. Jumlah pegawai yang ada kurang dari 20 orang.
4. Perusahaan masih dalam tahap perkembangan.
5. Umumnya perusahaan beroperasi melalui *website*.
6. Perusahaan yang beroperasi dalam bidang teknologi dengan produk yang dihasilkan berupa aplikasi digital.

Perkembangan *startup* di Indonesia bisa dikatakan cukup cepat, setiap tahun ataupun setiap bulan banyak pemilik *startup* baru bermunculan. Indonesia memiliki lebih dari 2.193 *startup* dan menduduki posisi kelima terbanyak di dunia. Ada beberapa contoh perusahaan yang ada di Indonesia, yaitu Tokopedia, Go-jek, HaloDoc, OVO, dan masih banyak lainnya *startup* di Indonesia. [8]:

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan dari jenis *startup*, yaitu sebagai berikut [8]:

Tabel 2. 1 Kelebihan dan Kekurangan *Startup*

Kelebihan	Kekurangan
Kesempatan untuk dapat mempelajari hal baru sangat tinggi bagi pemilik dan karyawan karena sebagian besar tanggung jawab yang telah diberikan harus dikerjakan oleh seseorang atau kelompok yang sama dan	Risiko akan gagal cukup tinggi terutama pada pemilik bisnis jika mereka tidak terjun langsung atau ikut berkontribusi dalam membangun bisnis yang mereka jalani.

dapat berbagi peran dalam menyelesaikan tugas tersebut.	
Bekerja pada perusahaan <i>startup</i> dapat membangun rasa tanggung jawab atas tugas yang telah diberikan, karena tiap tanggung jawab dan pekerjaan saling berhubungan satu sama lain.	Stres kerja yang dihasilkan dari bekerja pada sebuah perusahaan <i>startup</i> sangatlah tinggi karena perusahaan <i>startup</i> cenderung memiliki perputaran atau rotasi kerja yang cepat, sehingga pekerja dituntut untuk dapat terus bekerja. Oleh sebab itu, pekerjaan menjadi berlebihan dengan kompensasi yang tidak sepadan dengan jam kerja.
Tempat kerja yang sangat fleksibel jika dibandingkan dengan jenis perusahaan lainnya, hal ini memungkinkan jam kerja serta daya tekan yang dihasilkan karena pekerjaan menjadi lebih ringan.	Tidak memiliki modal yang cukup sebagai langkah awal untuk mengoperasikan bisnis dapat memungkinkannya kegagalan, maka jenis perusahaan <i>startup</i> cenderung perlu mendapat bantuan dana seperti dari investor.
Dalam skema industri kreatif jenis perusahaan <i>startup</i> dapat mendorong inovasi serta terobosan ide karena dalam <i>startup</i> membutuhkan ide yang inovatif agar mampu bersaing dengan para kompetitor.	Ruang lingkup kerja yang tidak sehat karena cenderung kompetitif dalam memperjuangkan ide hal membuah sebuah batas yang menghalangi terjadinya kerjasama antar karyawan.

Terdapat 6 kasta dalam *startup* yaitu, sebagai berikut [9]:

1. Kecoa (*Cockroach*)

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

2. Kuda Poni (*Ponies*)

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

3. Makhluk Setengah Manusia (*Centaur*s)

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

4. Binatang Mitologi (*Unicorn*)

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

5. Makhluk Sepuluh Kali Lipat (*Decacorn*)

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

6. Makhluk Seratus Kali Lipat (*Hectocorn*)

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

2.2 Agribisnis Peternakan

Pengertian agribisnis telah banyak dikemukakan oleh para ahli sehingga tidak semua pengertian tersebut dikemukakan oleh penulis. Secara etimologi, istilah agribisnis berasal dari bahasa Inggris *agribusiness* yang merupakan gabungan dari kata *agriculture* (pertanian) dan *business* (bisnis) [10]. Agribisnis dapat diartikan sebagai suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi seluruh rangkaian kegiatan produksi, pengolahan hasil, hingga pemasaran yang berkaitan dengan sektor pertanian dalam arti luas. Dalam konteks peternakan, agribisnis peternakan merupakan suatu sistem usaha yang mencakup kegiatan produksi ternak, pengolahan hasil ternak, distribusi, serta lembaga pendukung yang terlibat dalam pengembangan usaha peternakan.

Sistem agribisnis terdiri atas empat subsistem utama, yaitu subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*), subsistem usahatani atau budidaya (*on-farm agribusiness*), subsistem agribisnis hilir (*downstream agribusiness*), serta subsistem jasa layanan pendukung (*supporting institution*) [10]. Jika konsep tersebut dikaitkan dengan agribisnis peternakan, maka kegiatan agribisnis peternakan meliputi subsistem agribisnis peternakan hulu seperti penyediaan pakan ternak, bibit ternak, obat-obatan, vitamin, dan peralatan

peternakan; subsistem usaha budidaya ternak yang meliputi kegiatan pemeliharaan ternak; subsistem hilir berupa pengolahan produk peternakan seperti daging, susu, dan telur; serta subsistem jasa pendukung seperti lembaga pemasaran, perbankan, penyuluhan, dan kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan usaha peternakan.

Sektor peternakan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat serta mendukung ketahanan pangan nasional. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa kebutuhan daging sapi nasional pada tahun 2023 diperkirakan mencapai sekitar 720 ribu ton, sedangkan produksi dalam negeri sekitar 460 ribu ton sehingga masih terjadi defisit yang dipenuhi melalui impor [10]. Kondisi ini menunjukkan bahwa agribisnis peternakan masih memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan di Indonesia. Selain itu, perkembangan subsektor peternakan juga ditunjukkan oleh peningkatan populasi ternak dan produksi komoditas peternakan. Pada tahun 2024, produksi telur ayam ras di Indonesia mencapai sekitar 6,34 juta ton dan diproyeksikan meningkat menjadi sekitar 6,52 juta ton pada tahun 2025 seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat [10].

Di sisi lain, produksi daging ayam ras pedaging pada tahun 2024 tercatat sebesar 3,83 juta ton dan diperkirakan meningkat menjadi sekitar 4,25 juta ton pada tahun 2025. Data tersebut menunjukkan bahwa subsektor peternakan memiliki potensi besar dalam mendukung penyediaan pangan hewani serta meningkatkan perekonomian nasional. Potensi pengembangan agribisnis peternakan juga dapat dilihat dari populasi ternak yang terus meningkat. Pada tahun 2024 populasi sapi potong di Indonesia tercatat sekitar 3,11 juta ekor dan populasi kambing mencapai lebih dari 5 juta ekor, yang menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya [10]. Dengan ketersediaan sumber daya tersebut, pengembangan agribisnis peternakan dapat dilakukan melalui penguatan pada setiap subsistem agribisnis, mulai dari penyediaan sarana produksi, kegiatan budidaya ternak, pengolahan produk peternakan, hingga pemasaran dan industri hilir seperti industri makanan dan industri pengolahan hasil ternak lainnya.

2.3 Peternakan

Peternakan umumnya diartikan sebagai cabang pertanian yang berhubungan dengan domestikasi, pembiakan, dan pemeliharaan hewan ternak. Hal ini dilakukan untuk mencapai berbagai tujuan, diantaranya sebagai sumber pangan, tenaga ternak sebagai pekerja (ternak besar), pupuk, sumber energi terbarukan (biogas) serta sumber barang bernilai guna seperti kulit dan tulang, yang digunakan untuk pakaian dan peralatan. Peternakan juga dapat

menghasilkan pendapatan dan lapangan kerja. Ini merupakan bentuk investasi utama ataupun tabungan serta menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak petani[11]. Ternak juga penting dalam kehidupan sosial dan budaya jutaan petani skala kecil sebagai simbol kekayaan dan digunakan dalam banyak upacara. Meskipun terdapat manfaat-manfaat tersebut, sektor ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap lingkungan, misalnya melalui emisi gas rumah kaca dan amonia. Beberapa peran penting subsektor peternakan adalah menyediakan produksi daging, telur, dan susu untuk mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan sumber protein hewani yang bernilai gizi tinggi dan sebagai bahan baku industri.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah populasi beberapa jenis ternak di Indonesia pada tahun 2024 adalah sebagai berikut [11]:

Tabel 2. 2 Jumlah Ternak Tahun 2024

Jenis Ternak	Jumlah Populasi
Sapi Perah	292.265 ekor
Sapi Potong	3,11 juta ekor
Kerbau	9.934 ekor
Kuda	2.613 ekor
Kambing	5,03 juta ekor
Domba	609.817 ekor
Ayam Ras Kampung	146,469 juta ekor
Ayam Ras Petelur	414,76 juta ekor
Ayam Ras Pedaging	3,15 miliar ekor
Babi	4,115 juta ekor

Data ini menunjukkan bahwa sektor peternakan memiliki peran penting dalam penyediaan sumber pangan hewani bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU Nomor 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan, berikut pengertian peternakan: "Peternakan adalah segala urusan yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit, dan/atau bakalan, pakan, alat, dan mesin peternakan, budi daya ternak, panen, pascapanen, pengolahan, pemasaran, dan pengusahaannya." Perlu dipahami bahwa pengertian peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan. Karena tujuan utama sektor ini adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip manajemen [12].

Manfaat peternakan sangat banyak, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Berikut adalah 9 aspek penting yang terkait dengan manfaat peternakan[13]:

1. Peningkatan pendapatan, Peternakan dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Hasil ternak seperti daging, susu, telur, dan produk olahan lainnya dapat dijual untuk mendapatkan keuntungan. Dengan manajemen yang baik, usaha peternakan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi peternak serta membantu memenuhi kebutuhan hidup keluarga.
2. Penciptaan lapangan kerja, Sektor peternakan membuka banyak peluang kerja, mulai dari peternak, pekerja kandang, pengolah pakan, hingga distribusi dan pemasaran produk ternak. Selain itu, industri pendukung seperti pembuatan pakan, obat hewan, serta pengolahan produk ternak juga membutuhkan tenaga kerja, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran.
3. Sumber pangan hewani, Peternakan menyediakan sumber pangan hewani yang penting bagi manusia, seperti daging, telur, dan susu. Pangan hewani mengandung protein, vitamin, dan mineral yang dibutuhkan tubuh untuk pertumbuhan, menjaga kesehatan, serta meningkatkan kualitas gizi masyarakat.
4. Pengelolaan limbah pertanian, Limbah dari sektor pertanian, seperti jerami padi, dedak, atau sisa tanaman, dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Sebaliknya, kotoran ternak juga dapat digunakan sebagai pupuk organik untuk menyuburkan tanah. Hal ini menciptakan sistem pertanian yang saling mendukung dan lebih ramah lingkungan.
5. Pengurangan emisi gas rumah kaca, Melalui pengelolaan peternakan yang baik, limbah ternak dapat diolah menjadi energi alternatif seperti biogas. Pengolahan ini dapat mengurangi emisi gas rumah kaca yang berasal dari kotoran ternak, sekaligus menghasilkan energi yang bermanfaat bagi rumah tangga atau usaha peternakan.
6. Penguatan hubungan masyarakat, Kegiatan peternakan sering dilakukan secara bersama-sama dalam kelompok atau komunitas peternak. Hal ini dapat mempererat kerja sama, solidaritas, dan hubungan sosial antaranggota masyarakat. Selain itu, kegiatan seperti gotong royong dalam membangun kandang atau mengelola ternak juga memperkuat hubungan sosial.
7. Pelestarian budaya tradisional, Di beberapa daerah, peternakan memiliki nilai budaya yang kuat. Contohnya adalah tradisi beternak hewan tertentu yang diwariskan secara turun-temurun. Selain sebagai sumber ekonomi, kegiatan ini juga membantu menjaga tradisi, adat, dan pengetahuan lokal masyarakat.
8. Sarana rekreasi, Peternakan juga dapat dikembangkan menjadi agrowisata atau wisata edukasi, di mana masyarakat dapat mengunjungi peternakan untuk melihat

langsung proses pemeliharaan hewan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menambah pengetahuan tentang dunia peternakan.

9. Sarana pendidikan, Peternakan dapat menjadi tempat belajar bagi siswa, mahasiswa, maupun masyarakat umum mengenai cara memelihara hewan, manajemen peternakan, hingga pemanfaatan hasil ternak. Melalui kegiatan ini, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat untuk mengembangkan usaha peternakan di masa depan.

2.4 Business Plan

Business plan atau rencana bisnis merupakan suatu dokumen tertulis yang disusun oleh pelaku usaha untuk menggambarkan secara menyeluruh mengenai rencana pendirian maupun pengembangan suatu usaha [14]. Dokumen ini memuat berbagai unsur penting yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Unsur internal meliputi aspek manajemen, sumber daya manusia, operasional, dan keuangan, sedangkan unsur eksternal mencakup kondisi pasar, pelanggan, pesaing, serta peluang dan tantangan bisnis. Dengan adanya *business plan*, seorang wirausahawan dapat memiliki gambaran yang jelas mengenai arah, strategi, serta langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menjalankan usahanya sehingga kegiatan bisnis dapat berjalan secara lebih terencana dan terarah.

Business plan merupakan dokumen tertulis yang menguraikan ide bisnis berasal dari faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh pada peluncuran bisnis baru karena dapat mempengaruhi masa depan dan pengambilan keputusan perusahaan [15]. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri dan dapat dikendalikan secara langsung oleh perusahaan. Faktor ini berkaitan dengan kemampuan, sumber daya, dan kondisi struktur bisnis. Faktor internal ini menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan (*strength* dan *weakness*) dan sangat berpengaruh pada strategi operasional, *positioning*, serta diferensiasi bisnis. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan dan tidak dapat di kontrol langsung, tetapi dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis dan strategi perencanaan. Faktor eksternal meliputi, kondisi pasar dan tren industri, kebijakan pemerintah atau regulasi, kondisi ekonomi dan daya beli masyarakat, perkembangan teknologi global, dan kompetitor persaingan [16]. Faktor eksternal ini menjadi peluang dan ancaman perusahaan (*opportunity* dan *threat*).

Selain sebagai dokumen perencanaan usaha, *business plan* juga memiliki berbagai fungsi penting dalam menjalankan bisnis. Ada beberapa fungsi *business plan*, yaitu sebagai berikut[17]:

1. Rencana aksi (*Action plan*), Rencana bisnis membantu pengusaha dalam menjalankan dan mengembangkan usaha secara sistematis karena di dalamnya terdapat langkah-langkah strategis yang harus dilakukan. Ketika sebuah usaha menghadapi permasalahan yang kompleks, *business plan* dapat membantu memecah masalah tersebut menjadi bagian-bagian yang lebih kecil sehingga lebih mudah untuk dianalisis dan diselesaikan.
2. Peta jalan (*Road map*) bagi perjalanan bisnis. *Business plan* memberikan gambaran mengenai arah dan tujuan usaha yang ingin dicapai sehingga pemilik usaha dapat tetap fokus pada visi yang telah ditetapkan. Selain itu, rencana bisnis juga memudahkan pihak lain seperti pemasok, mitra bisnis, maupun keluarga dalam memahami tujuan dan strategi usaha yang sedang dijalankan. Dengan adanya dokumen rencana bisnis yang jelas, komunikasi dan koordinasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha juga dapat berjalan dengan lebih baik.
3. Promosi (*Promotion*). Dokumen ini sering digunakan untuk meyakinkan investor, lembaga keuangan, maupun mitra bisnis agar bersedia memberikan dukungan berupa modal atau kerja sama usaha. Melalui *business plan*, pihak luar dapat melihat potensi keuntungan, prospek pasar, serta strategi bisnis yang akan diterapkan oleh perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan tingkat kepercayaan investor, supplier, maupun pelanggan terhadap usaha yang dijalankan.
4. Misi dan tujuan bisnis secara jelas. Misi dan tujuan tersebut akan menjadi pedoman dalam setiap kegiatan operasional perusahaan. Dengan adanya tujuan yang jelas, perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk mencapai target yang telah ditetapkan serta mengevaluasi kinerja usaha secara berkala.

Dalam penyusunannya, *business plan* biasanya mencakup beberapa komponen perencanaan utama, yaitu sebagai berikut [18]:

1. Perencanaan produk atau jasa, berkaitan dengan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen, termasuk karakteristik, keunggulan, serta manfaat yang diberikan kepada pelanggan. Perencanaan ini bertujuan untuk menunjukkan nilai tambah yang dimiliki oleh produk atau jasa sehingga mampu bersaing di pasar.
2. Perencanaan pemasaran, berkaitan dengan target pasar yang ingin dicapai, kebutuhan dan preferensi konsumen, strategi pemasaran yang akan digunakan, serta

jenis pasar yang menjadi sasaran perusahaan. Perencanaan pemasaran sangat penting karena berkaitan langsung dengan upaya perusahaan dalam memperkenalkan produk serta meningkatkan penjualan.

3. Perencanaan manajemen, menjelaskan struktur organisasi perusahaan, pembagian tugas dan tanggung jawab setiap anggota tim, serta latar belakang manajemen yang terlibat dalam pengelolaan usaha. Struktur organisasi yang jelas akan membantu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional secara lebih efektif dan efisien.
4. Perencanaan operasional, menjelaskan proses produksi atau penyediaan jasa, kebutuhan tenaga kerja, penggunaan bahan baku, serta berbagai persyaratan teknis yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan usaha. Perencanaan operasional bertujuan untuk memastikan bahwa proses bisnis dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
5. Perencanaan Keuangan, menjelaskan kebutuhan modal usaha, sumber-sumber pendanaan, serta proyeksi pendapatan, biaya, dan keuntungan yang diharapkan. Selain itu, perencanaan keuangan juga biasanya dilengkapi dengan laporan keuangan proyeksi atau pro forma yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dalam beberapa periode ke depan. Informasi ini sangat penting bagi pemilik usaha maupun investor dalam menilai kelayakan dan potensi keuntungan dari suatu bisnis.

Ada beberapa elemen *business plan* yaitu sebagai berikut [16], [19]:

1. *Executive Summary*

Executive summary merupakan bagian pembuka yang merangkum seluruh isi *business plan* secara singkat namun komprehensif. Bagian ini mencakup gambaran umum mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, target pasar yang dituju, strategi pemasaran yang akan digunakan, serta bagaimana operasional bisnis akan dijalankan. Selain itu, dijelaskan juga profil singkat tim manajemen, kebutuhan pendanaan, serta proyeksi keuntungan yang diharapkan. Dalam beberapa kasus, juga disertakan rencana *exit strategy* bagi investor. Meskipun ditempatkan di awal, *executive summary* biasanya disusun terakhir karena merangkum keseluruhan isi dokumen. Tujuan utamanya adalah memberikan kesan pertama yang kuat dan menarik minat pembaca, khususnya investor, agar tertarik mempelajari bagian selanjutnya.

2. *Business Description*

Business Description menjelaskan secara detail mengenai konsep bisnis yang akan dijalankan. Bagian ini mencakup deskripsi produk atau jasa secara mendalam, termasuk keunggulan kompetitif, nilai tambah, serta aspek inovasi yang ditawarkan kepada pelanggan. Selain itu, dijelaskan pula kondisi industri dan pasar yang menjadi target, seperti ukuran pasar, tren pertumbuhan, serta peluang yang dapat dimanfaatkan. Informasi ini biasanya didukung dengan data atau riset untuk meningkatkan kredibilitas. Bagian ini juga memuat visi, misi, tujuan jangka pendek dan panjang, serta milestone yang ingin dicapai oleh perusahaan. Dengan demikian, pembaca dapat memahami arah pengembangan bisnis dan posisi yang ingin diraih di dalam industri.

3. *Marketing Plan and Strategy*

Marketing Plan and Strategy menguraikan secara rinci bagaimana perusahaan akan menarik, memperoleh, dan mempertahankan pelanggan. Hal ini dimulai dengan identifikasi target pasar berdasarkan segmentasi tertentu, seperti demografis, geografis, atau perilaku konsumen. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap kompetitor baik langsung maupun tidak langsung, termasuk kelebihan dan kelemahan mereka. Bagian ini juga mencakup estimasi pangsa pasar yang ingin dicapai dalam periode tertentu. Strategi pemasaran dijelaskan melalui penetapan harga (*pricing strategy*), metode promosi (*advertising*, digital marketing, dll.), serta saluran distribusi yang akan digunakan. Idealnya, seluruh strategi ini didasarkan pada hasil riset pasar agar lebih realistis dan dapat dipertanggungjawabkan.

4. *Operations and Support*

Operations and Support menjelaskan bagaimana proses bisnis akan berjalan secara operasional sehari-hari. Bagian ini mencakup metode produksi barang atau mekanisme penyediaan jasa, termasuk penggunaan teknologi yang mendukung efisiensi dan kualitas layanan. Selain itu, dijelaskan juga standar kualitas yang ingin dicapai serta sistem pengendalian kualitas yang diterapkan. Kebutuhan sumber daya seperti tenaga kerja, peralatan, dan infrastruktur juga diuraikan secara jelas. Tidak kalah penting, bagian ini membahas sistem layanan pelanggan (*customer support*), pelatihan, serta edukasi bagi pengguna, terutama jika produk atau jasa yang ditawarkan memiliki tingkat kompleksitas tinggi. Kualitas operasional yang baik akan sangat mempengaruhi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.

5. *Management Team*

Management Team berfokus pada sumber daya manusia yang menjalankan bisnis. Di dalamnya dijelaskan profil masing-masing anggota tim inti, termasuk latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, keahlian khusus, serta peran dalam perusahaan. Struktur organisasi juga dapat disertakan untuk memperjelas pembagian tugas dan tanggung jawab. Investor biasanya sangat memperhatikan kualitas tim manajemen karena keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada ide, tetapi juga pada kemampuan tim dalam mengeksekusinya. Oleh karena itu, bagian ini harus mampu menunjukkan kredibilitas, kompetensi, serta jaringan yang dimiliki oleh tim dalam mendukung perkembangan bisnis.

6. *Financial Plans and Projections*

Financial Plans and Projections merupakan bagian yang mengubah konsep bisnis menjadi angka-angka yang terukur. Bagian ini berisi proyeksi laporan keuangan seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas untuk beberapa tahun ke depan. Selain itu, disertakan pula estimasi kebutuhan modal awal, sumber pendanaan, serta rencana penggunaan dana tersebut. Analisis *break-even point* digunakan untuk mengetahui kapan bisnis mulai menghasilkan keuntungan. Proyeksi ini juga dapat mencakup indikator kinerja keuangan seperti margin keuntungan, *return on investment* (ROI), dan pertumbuhan pendapatan. Meskipun proyeksi tidak selalu akurat, proses penyusunannya sangat penting untuk membantu perencanaan bisnis secara lebih terstruktur dan realistis.

7. *Risk and Opportunities*

Risks and opportunities mengidentifikasi berbagai potensi risiko yang dapat mempengaruhi keberlangsungan bisnis, seperti ketidakpastian pasar, perubahan teknologi, persaingan yang semakin ketat, atau kendala operasional. Selain itu, dijelaskan pula peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis. Setiap risiko sebaiknya disertai dengan strategi mitigasi atau rencana cadangan (*contingency plan*) yang menunjukkan kesiapan manajemen dalam menghadapi kemungkinan terburuk. Bagian ini juga dapat mencakup fleksibilitas bisnis atau “*real options*,” yaitu kemampuan perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan kondisi pasar. Investor akan melihat bagian ini sebagai indikator kesiapan dan ketahanan bisnis terhadap ketidakpastian.

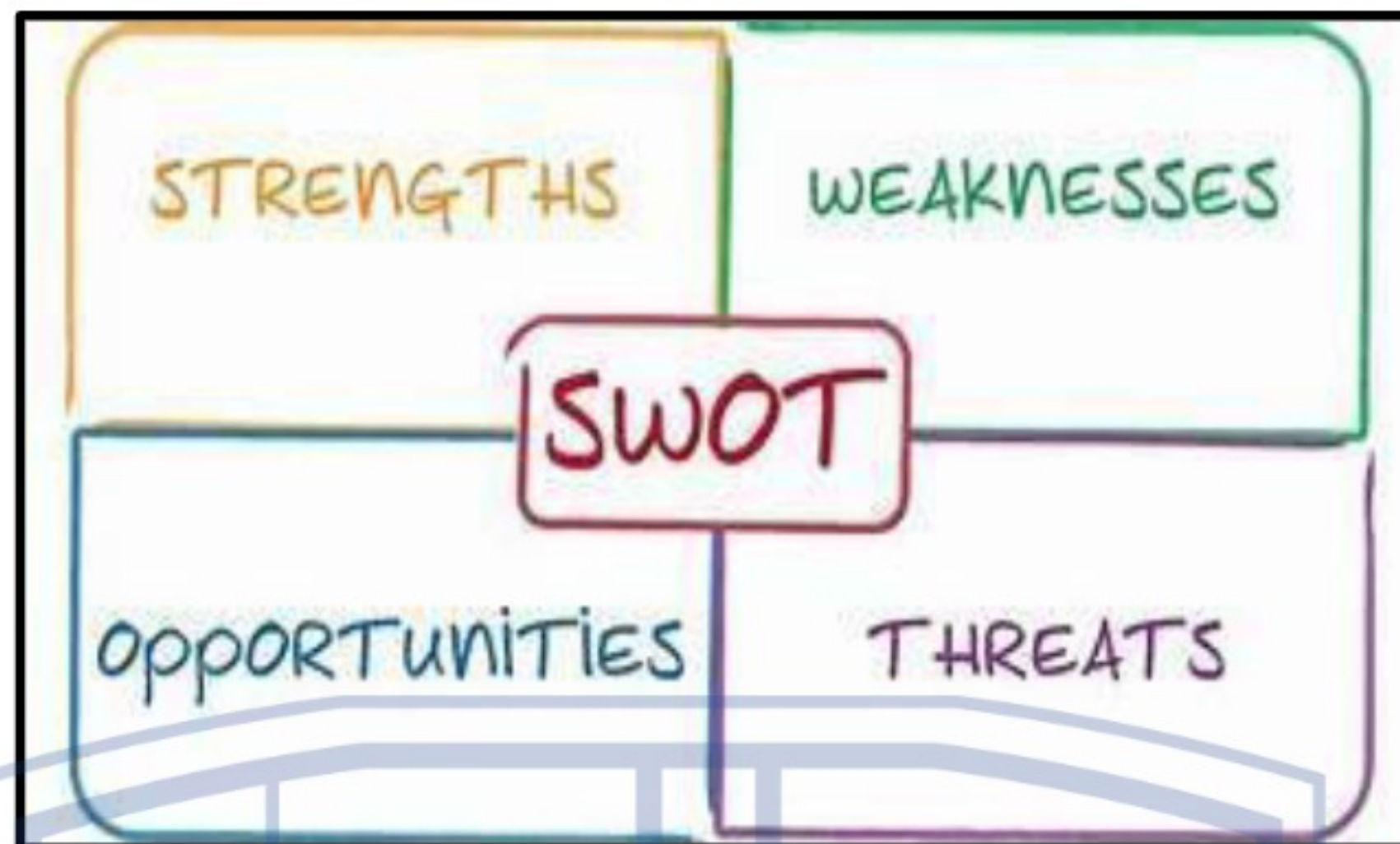
8. Appendix

Appendix atau lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung keseluruhan isi *business plan*. Bagian ini biasanya mencakup detail asumsi yang digunakan dalam proyeksi keuangan, timeline pelaksanaan bisnis, serta milestone yang ingin dicapai dalam periode tertentu. Selain itu, dapat disertakan pula analisis alternatif (*what-if analysis*) untuk menunjukkan dampak perubahan kondisi terhadap kinerja bisnis. Dokumen pendukung lain seperti CV tim manajemen, hasil riset pasar, atau data teknis juga dapat dimasukkan dalam bagian ini. Appendix berfungsi untuk memberikan transparansi dan memperkuat kepercayaan pembaca terhadap isi *business plan*.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk melakukan analisis strategis terhadap suatu organisasi atau bisnis terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi [20]. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah organisasi atau bisnis, sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis. Analisis SWOT juga dapat membantu dalam merumuskan rekomendasi dan strategi untuk mengoptimalkan kinerja organisasi atau bisnis yang sedang diteliti. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, peneliti dapat mengidentifikasi strategi yang dapat membantu organisasi atau bisnis dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang di hadapi, sambil memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang ada.

Berikut komponen pada SWOT, yaitu *strengths*, *wekaness*, *opportunities*, dan *threats*.



Gambar 2. 1 Komponen SWOT

Gambar di atas merupakan komponen SWOT yang terdiri dari empat faktor, yaitu [20]:

1. *Strengths* (Kekuatan), merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan kompetensi khusus atau keunggulan dalam organisasi itu sendiri. Faktor kekuatan merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki keunggulan dari pesaingnya serta dapat memuaskan pelanggan. Sebagai contoh kekuatan organisasi yang bergrak di bidang penjualan *handphone*. Perusahaan tersebut menjual *handphone* yang khusus memiliki fitur *underwater*. Ponsel yang ia pasarkan mampu bertahan hidup dalam air dengan kedalaman 5 meter. Fitur *underwater* tersebut merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki perusahaan *handphone* tersebut.
2. *Weaknesses* (Kelemahan), merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam sebuah organisasi. Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesuai antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen.
3. *Opportunities* (Peluang), merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan atau organisasi. Beberapa situasi yang dapat menjadi sebuah peluang perusahaan, seperti: kecenderungan pasar menyukai produk tertentu, identifikasi suatu produk yang belum mendapat perhatian pasar, perubahan dalam situasi perdagangan dengan para kompetitor, hubungan dengan konsumen.

4. *Threats* (Ancaman), merupakan kebalikan dari peluang. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berdampak pada penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan.

Ada 3 tingkatan ancaman, yaitu [21]:

- a. Ancaman utama (*major threat*), sebuah ancaman yang memungkinkan terjadinya tinggi dan kemungkinan berdampak besar.
- b. Ancaman moderate (*moderate threat*), merupakan kombinasi tingkat keparahan dan kemungkinan terjadi. Contohnya kemungkinan tingkat keparahan yang tinggi, namun kemungkinan terjadinya rendah, atau sebaliknya.
- c. Ancaman tidak utama (*minor threat*), merupakan jenis ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya juga kecil.

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang memengaruhi keempat faktornya. Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).

Ada beberapa tahapan analisis SWOT adalah sebagai berikut [22]:

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

Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*threat*)

yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan. Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu [23]:

1. Faktor Eksternal. Faktor ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O and T). dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
2. Faktor Internal. Faktor ini mempengaruhi terbentuknya *strength* and *weaknesses* (S dan W) dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, dimana hal ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT [24].

Berikut dijelaskan komponen matriks SWOT dalam tabel:

Tabel 2. 3 Matriks SWOT

	<i>Strength</i> (S)	<i>Weakness</i> (W)
	Daftar semua kekuatan/kelebihan yang dimiliki	Daftar semua kekurangan/kelemahan yang dimiliki
<i>Opportunities</i> (O)	Strategi (S-O) Gunakan semua kekuatan	Strategi (W-O) Atasi semua kelemahan

Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
<i>Threats</i> (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman	Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Tabel di atas merupakan Matriks SWOT. Berikut penjelasan untuk masing-masing strategi pada matriks SWOT adalah sebagai berikut [24]:

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*), Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.
2. Strategi ST (*Strenght – Threat*), Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan- kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman- ancaman yang ada.
3. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*) , Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness – Threat*), Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Berikut contoh analisis dan matriks SWOT:

Tabel 2. 4 Contoh Analisis dan Matriks SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	<i>Strengths</i> (S) 1. Tim R&D berkualitas dan inovasi produk kuat. 2. Kualitas produk tinggi dan reputasi yang solid di pasaran. 3. Kemitraan strategis dengan pemasok. 4. Efisiensi operasional yang tinggi	<i>Weakness</i> (W) 1. Ketergantungan pada beberapa pemasok utama. 2. Kurangnya kehadiran <i>online</i> yang kuat 3. Proses produksi rentan gangguan
<i>Opportunities</i> (O)	SO (<i>Strengths- Opportunities</i>)	WO (<i>Weakness- Opportunities</i>)

1. Peningkatan permintaan produk ramah lingkungan. 2. Pertumbuhan pasar global. 3. Teknologi baru untuk inovasi produk	Memanfaatkan kekuatan inovasi produk untuk mengembangkan peluang pasar global dan produk ramah lingkungan	Memanfaatkan inovasi produk dan reputasi untuk meningkatkan kehadiran <i>online</i> dan memanfaatkan peluang pasar
<i>Threats</i> (T) 1. Persaingan industri ketat 2. Perubahan regulasi limbah elektronik. 3. Ketidakstabilan mata uang	ST (<i>Strengths-Threats</i>) Menggunakan efisiensi operasional untuk menghadapi persaingan dan perubahan regulasi	WT (<i>Weakness-Threats</i>) Mengurangi ketergantungan pemasok dan memperkuat proses produksi untuk menghadapi ancaman

Tabel di atas merupakan contoh analisis dan matriks SWOT. yang digunakan untuk menganalisis kondisi perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan). Kekuatan perusahaan terlihat dari tim R&D yang berkualitas, inovasi produk yang kuat, kualitas produk yang tinggi, reputasi yang baik di pasar, kemitraan strategis dengan pemasok, serta efisiensi operasional yang tinggi. Sementara itu, kelemahan perusahaan meliputi ketergantungan pada beberapa pemasok utama yang dapat mengganggu pasokan, kurangnya kehadiran *online* yang kuat dalam pemasaran produk, serta proses produksi yang masih rentan terhadap gangguan.

Selain faktor internal, terdapat juga faktor eksternal yang terdiri dari *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Peluang yang dimiliki perusahaan antara lain meningkatnya permintaan pasar terhadap produk elektronik ramah lingkungan, pertumbuhan pasar global terutama di negara-negara berkembang, serta ketersediaan teknologi baru yang dapat memperluas lini produk. Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman berupa persaingan yang ketat di industri elektronik, perubahan regulasi terkait pengelolaan limbah elektronik, serta ketidakstabilan nilai mata uang di pasar internasional. Melalui matriks SWOT tersebut, perusahaan dapat menyusun strategi seperti SO, WO, ST, dan WT, yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, serta meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman [24]. Analisis ini membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar.

2.6 Marketing Mix

Dalam dunia bisnis, strategi pemasaran tidak hanya berbicara soal produk bagus atau harga kompetitif. Keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada bagaimana perusahaan mampu memahami kebutuhan konsumen, menyesuaikan strategi, dan menciptakan pengalaman yang bernilai. Di sinilah *Marketing mix* 7P menjadi salah satu kerangka paling populer dan terbukti efektif.

Awalnya, teori ini dikenal dengan *Marketing mix* 4P yang hanya meliputi *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*. Seiring perkembangan bisnis dan bertambah kompleksnya kebutuhan pasar, konsep ini berkembang menjadi 7P dengan tambahan *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* [25]. Perluasan ini membuat strategi pemasaran lebih relevan dengan bisnis modern, terutama di era digital. *Marketing mix* adalah kombinasi variabel pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Neil Borden pada 1953, lalu dipopulerkan oleh Jerome McCarthy dalam bentuk 4P [25].

Ada beberapa peran *marketing mix* dalam dunia *marketing*, yaitu:

1. Mengarahkan strategi pemasaran – membantu perusahaan fokus pada elemen yang memengaruhi keputusan konsumen.
2. Meningkatkan daya saing – dengan memahami keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk, layanan, atau pengalaman.
3. Membantu segmentasi pasar – tiap elemen 7P bisa disesuaikan dengan target pasar tertentu.
4. Menciptakan konsistensi brand – integrasi antar elemen membuat citra brand lebih kuat dan konsisten.
5. Menjaga kepuasan pelanggan – memastikan konsumen merasa diperhatikan, dilayani, dan mendapatkan nilai tambah.

Ada beberapa komponen *marketing mix* 7P, yaitu sebagai berikut :



Gambar 2. 2 7P Marketing Mix

Gambar di atas merupakan *Marketing Mix 7P*. Berikut penjelasan masing-masing penjelasan setiap elemen *7P marketing mix*, yaitu [25]:

1. *Product* (Produk). Produk adalah inti dari marketing mix. Bisa berupa barang fisik maupun jasa. Produk yang baik harus memenuhi kebutuhan pasar, memiliki keunikan, dan memberikan manfaat nyata.
2. *Price* (Harga). Harga menentukan persepsi konsumen terhadap nilai produk. Strategi harga bisa berupa *penetration pricing* (murah untuk masuk pasar), *premium pricing* (mahal untuk eksklusivitas), atau *discount strategy*. Penentuan harga juga harus mempertimbangkan daya beli konsumen dan kompetisi.
3. *Place* (Tempat). Tempat atau saluran distribusi adalah cara produk sampai ke tangan konsumen. Di era digital, distribusi tidak hanya melalui toko fisik, tapi juga *marketplace*, *e-commerce*, hingga media sosial. Aksesibilitas dan ketersediaan produk menjadi kunci.
4. *Promotion* (Promosi). Promosi mencakup semua cara komunikasi untuk menarik perhatian konsumen: iklan, konten digital, kampanye media sosial, influencer marketing, hingga program loyalitas. Tujuannya membangun kesadaran, memengaruhi keputusan, dan meningkatkan penjualan.
5. *People* (Orang). Dalam pemasaran jasa maupun produk, orang memainkan peran besar. Karyawan, tim penjualan, hingga *customer service* adalah representasi brand.

Pelayanan yang ramah, profesional, dan kompeten meningkatkan kepercayaan konsumen.

6. *Process* (Proses). Proses adalah cara perusahaan memberikan layanan kepada pelanggan. Proses yang cepat, sederhana, dan transparan meningkatkan kepuasan. Misalnya, sistem checkout yang mudah di *e-commerce*, atau layanan pengiriman yang tepat waktu.
7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Elemen ini penting terutama bagi bisnis jasa. Konsumen butuh bukti nyata untuk menilai kualitas. Bisa berupa desain toko, kemasan produk, *website* profesional, hingga *review* pelanggan. Semua menjadi indikator kredibilitas brand.

Berikut contoh *marketing mix* 7P pada Starbucks[26]: Starbucks adalah perusahaan multinasional asal Seattle yang bergerak di bidang kedai kopi (*coffeehouse chain*). Perusahaan ini terkenal sebagai salah satu jaringan kopi terbesar di dunia, dengan ribuan gerai di berbagai negara.

Tabel 2. 5 Contoh *Marketing Mix* 7P pada Starbucks

7P Marketing Mix	Keterangan
<i>Product</i> (Produk)	Produk utama yang ditawarkan oleh Starbucks adalah minuman kopi premium dengan berbagai varian rasa dan ukuran. Menu yang tersedia sangat beragam, mulai dari espresso, cappuccino, latte, americano, hingga minuman berbasis kopi dengan tambahan sirup, susu, atau <i>whipped cream</i> . Selain kopi, Starbucks juga menyediakan minuman non-kopi seperti teh, cokelat, frappuccino, serta makanan pendamping seperti roti, sandwich, dan pastry. Starbucks juga sering menghadirkan menu musiman atau edisi terbatas untuk menarik minat pelanggan dan menjaga inovasi produk.
<i>Price</i> (Harga)	Strategi harga yang digunakan oleh Starbucks adalah <i>premium pricing</i> , yaitu harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan kedai kopi biasa. Harga ini mencerminkan kualitas bahan baku, standar penyajian, pelayanan, serta pengalaman yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan harga yang lebih tinggi, Starbucks membangun citra sebagai brand kopi premium dan eksklusif.
<i>Place</i> (Tempat)	Gerai Starbucks biasanya berada di lokasi strategis, seperti mall, pusat kota, bandara, kawasan perkantoran, dan area dengan mobilitas

	masyarakat tinggi. Lokasi yang mudah diakses memudahkan pelanggan untuk menikmati kopi di sela aktivitas mereka. Selain gerai fisik, Starbucks juga memanfaatkan layanan pemesanan <i>online</i> dan <i>delivery</i> melalui aplikasi maupun platform pemesanan makanan.
<i>Promotion</i> (Promosi)	Promosi yang dilakukan oleh Starbucks banyak menggunakan strategi digital marketing, seperti promosi di media sosial, email marketing, dan kampanye <i>online</i>. Starbucks juga memiliki program loyalitas pelanggan melalui aplikasi, di mana pelanggan dapat mengumpulkan poin setiap kali melakukan pembelian. Selain itu, Starbucks sering melakukan kolaborasi dengan brand lain atau menghadirkan produk edisi khusus untuk meningkatkan daya tarik konsumen.
<i>People</i> (Orang)	Karyawan Starbucks, terutama barista, dilatih secara profesional untuk memberikan pelayanan yang ramah dan berkualitas. Mereka tidak hanya meracik kopi, tetapi juga berinteraksi dengan pelanggan sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal. Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor penting yang membuat pelanggan merasa nyaman dan ingin kembali.
<i>Process</i> (Proses)	Proses pelayanan di Starbucks dirancang agar cepat, efisien, dan konsisten. Pelanggan dapat memesan langsung di kasir atau melalui aplikasi <i>mobile</i>. Setelah itu, pesanan diproses oleh barista sesuai standar operasional yang telah ditetapkan. Proses ini memastikan kualitas minuman tetap konsisten di setiap gerai Starbucks.
<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	Bukti fisik yang menjadi ciri khas Starbucks adalah desain interior kafe yang nyaman dan estetik, logo yang ikonik, serta kemasan cup yang khas. Salah satu ciri unik Starbucks adalah menuliskan nama pelanggan pada cup kopi, yang memberikan kesan personal. Selain itu, suasana kafe yang nyaman membuat Starbucks sering dijadikan tempat untuk bekerja, belajar, atau bersantai.

Strategi 7P *Marketing Mix* yang diterapkan oleh Starbucks tidak hanya berfokus pada produk kopi, tetapi juga pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan, mulai dari kualitas produk, pelayanan, suasana tempat, hingga interaksi dengan pelanggan.

2.7 Flowchart

Flowchart adalah representasi visual dari suatu proses, sistem, atau algoritma yang digambarkan menggunakan simbol-simbol standar untuk menunjukkan urutan langkah-langkah, keputusan, input, dan output yang terjadi dalam suatu alur [27]. *Flowchart* menyajikan logika proses secara linier dan terstruktur, sehingga mudah dipahami oleh berbagai pihak baik teknis maupun non-teknis. Dalam konteks pengembangan perangkat lunak, *flowchart* berfungsi sebagai *blueprint* awal untuk menjabarkan bagaimana sistem bekerja sebelum masuk ke fase penulisan kode atau implementasi.

Ada beberapa fungsi utama *flowchart* dalam dunia teknis, yaitu sebagai berikut [27]:

1. Menyederhanakan kompleksitas proses, artinya *Flowchart* memecah proses yang kompleks menjadi langkah-langkah logis yang mudah dianalisis.
2. Meningkatkan komunikasi tim, artinya Dengan visualisasi yang jelas, *flowchart* membantu tim lintas fungsi (developer, QA, analyst) memahami alur kerja tanpa ambiguitas.
3. Mendukung dokumentasi teknis, artinya *Flowchart* menjadi bagian penting dari dokumentasi sistem atau proyek untuk referensi di masa mendatang.
4. Membantu dalam *debugging* dan *troubleshooting*, artinya Dengan melihat *flowchart*, tim dapat lebih cepat menemukan titik kesalahan dalam alur proses atau logika program.
5. Menjadi panduan dalam penulisan kode, artinya *Flowchart* berperan sebagai dasar pemrograman, terutama saat menyusun struktur pengkondisian (*if-else*), perulangan, atau percabangan logika.

Flowchart terdiri dari lima jenis, masing-masing jenis memiliki karakteristik dalam penggunaannya. Berikut adalah jenis-jenisnya [27]:

1. *Flowchart* Dokumen

Flowchart dokumen (*document flowchart*) atau bisa juga disebut dengan *paperwork flowchart*. *Flowchart* dokumen berfungsi untuk menelusuri alur form dari satu bagian ke bagian yang lain, termasuk bagaimana laporan diproses, dicatat, dan disimpan.

2. *Flowchart* Program

Flowchart ini menggambarkan secara rinci prosedur dari proses program. *Flowchart* program terdiri dari dua macam, antara lain: *flowchart* logika program (*program logic flowchart*) dan *flowchart* program komputer terinci (*detailed computer program flowchart*).

3. *Flowchart* Proses

Flowchart proses adalah cara penggambaran rekayasa industrial dengan cara merinci dan menganalisis langkah-langkah selanjutnya dalam suatu prosedur atau sistem.

4. *Flowchart* Sistem

Flowchart sistem adalah *flowchart* yang menampilkan tahapan atau proses kerja yang sedang berlangsung di dalam sistem secara menyeluruh. Selain itu *flowchart* sistem juga menguraikan urutan dari setiap prosedur yang ada di dalam sistem.

5. *Flowchart* Skematik

Flowchart ini menampilkan alur prosedur suatu sistem, hampir sama dengan *flowchart* sistem. Namun, ada perbedaan dalam penggunaan simbol-simbol dalam menggambarkan alur. Selain simbol-simbol, *flowchart* skematik juga menggunakan gambar-gambar komputer serta peralatan lainnya untuk mempermudah dalam pembacaan *flowchart* untuk orang awam.

Langkah-langkah membuat *flowchart* yang baik (*best practices*), yaitu [28]:

1. Menentukan tujuan *flowchart*, apa yang ingin divisualisasikan
2. Mengidentifikasi proses atau alur yang relevan
3. Menyusun langkah-langkah secara logis dan berurutan
4. Menggunakan simbol standar secara konsisten
5. Menjaga alur tetap sederhana dan mudah dibaca
6. Melibatkan tim untuk validasi
7. Memperbarui jika ada perubahan proses

Ada beberapa *tools* yang dapat digunakan dalam pembuatan *flowchart*, yaitu [29]:

1. Visual Paradigm, adalah *software* yang digunakan untuk membuat berbagai jenis diagram, seperti *flowchart*, UML diagram, ERD, dan diagram sistem lainnya. *Tools* ini sering digunakan oleh pengembang perangkat lunak dan analis sistem karena menyediakan fitur lengkap untuk perancangan sistem, pemodelan proses bisnis, dan dokumentasi proyek.
2. Lucidchart, merupakan aplikasi berbasis web (*online*) yang memudahkan pengguna membuat *flowchart*, diagram jaringan, dan berbagai diagram visual lainnya. Kelebihan Lucidchart adalah tampilannya yang sederhana dan mudah digunakan, serta memungkinkan kolaborasi secara *real-time*. Pengguna dapat bekerja bersama dalam satu diagram melalui internet sehingga cocok digunakan untuk kerja tim atau pembelajaran.
3. Microsoft Visio, adalah *software* dari Microsoft yang dirancang khusus untuk membuat berbagai jenis diagram, termasuk *flowchart*, diagram organisasi, diagram

jaringan, dan peta proses bisnis. Visio memiliki banyak *template* dan simbol standar yang memudahkan pengguna dalam membuat diagram yang rapi dan profesional. *Tools* ini banyak digunakan di perusahaan maupun institusi pendidikan untuk dokumentasi proses bisnis dan sistem informasi.

4. PlantUML/MermaidJS, merupakan *tools* yang digunakan untuk membuat diagram menggunakan kode atau teks. Pengguna cukup menuliskan perintah tertentu, kemudian sistem akan secara otomatis menghasilkan diagram seperti *flowchart*, *sequence diagram*, atau diagram lainnya. *Tools* ini biasanya digunakan oleh programmer atau *developer* karena mudah diintegrasikan dengan dokumentasi proyek dan sistem pengembangan perangkat lunak.
5. Draw.io/diagrams.net, adalah aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membuat *flowchart*, diagram sistem, diagram jaringan, dan berbagai diagram lainnya. *Tools* ini dapat digunakan secara *online* maupun *offline* dan memiliki banyak *template* serta simbol yang memudahkan pengguna dalam membuat diagram. Karena gratis dan mudah digunakan, Draw.io sering dipakai oleh mahasiswa, pelajar, maupun profesional.

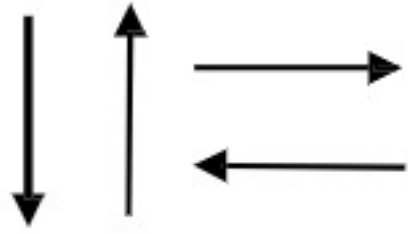
Ada beberapa kesalahan dalam pembuatan *flowchart* [30]:

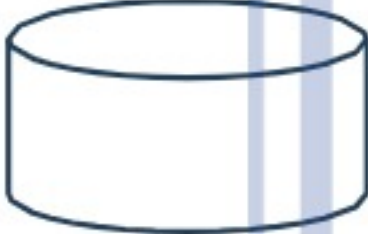
1. Terlalu rumit atau penuh, *flowchart* yang terlalu kompleks akan menyulitkan pembaca.
2. Tidak konsisten dalam menggunakan simbol sehingga mengurangi kejelasan proses.
3. Langkah-langkah yang terlalu umum atau tidak jelas.
4. Tidak memiliki titik awal dan akhir yang jelas, sehingga tidak menunjukkan jelas dari mana proses dimulai dan bagaimana berakhir.
5. Tidak diperbarui saat proses berubah.

Pada pembuatan *flowchart* menggunakan simbol-simbol. Pada dasarnya simbol-simbol dalam *flowchart* memiliki arti yang berbeda-beda. Berikut adalah simbol-simbol yang sering digunakan dalam proses pembuatan *flowchart* [31]. Berikut simbol-simbol yang digunakan untuk pembuatan *flowchart*:

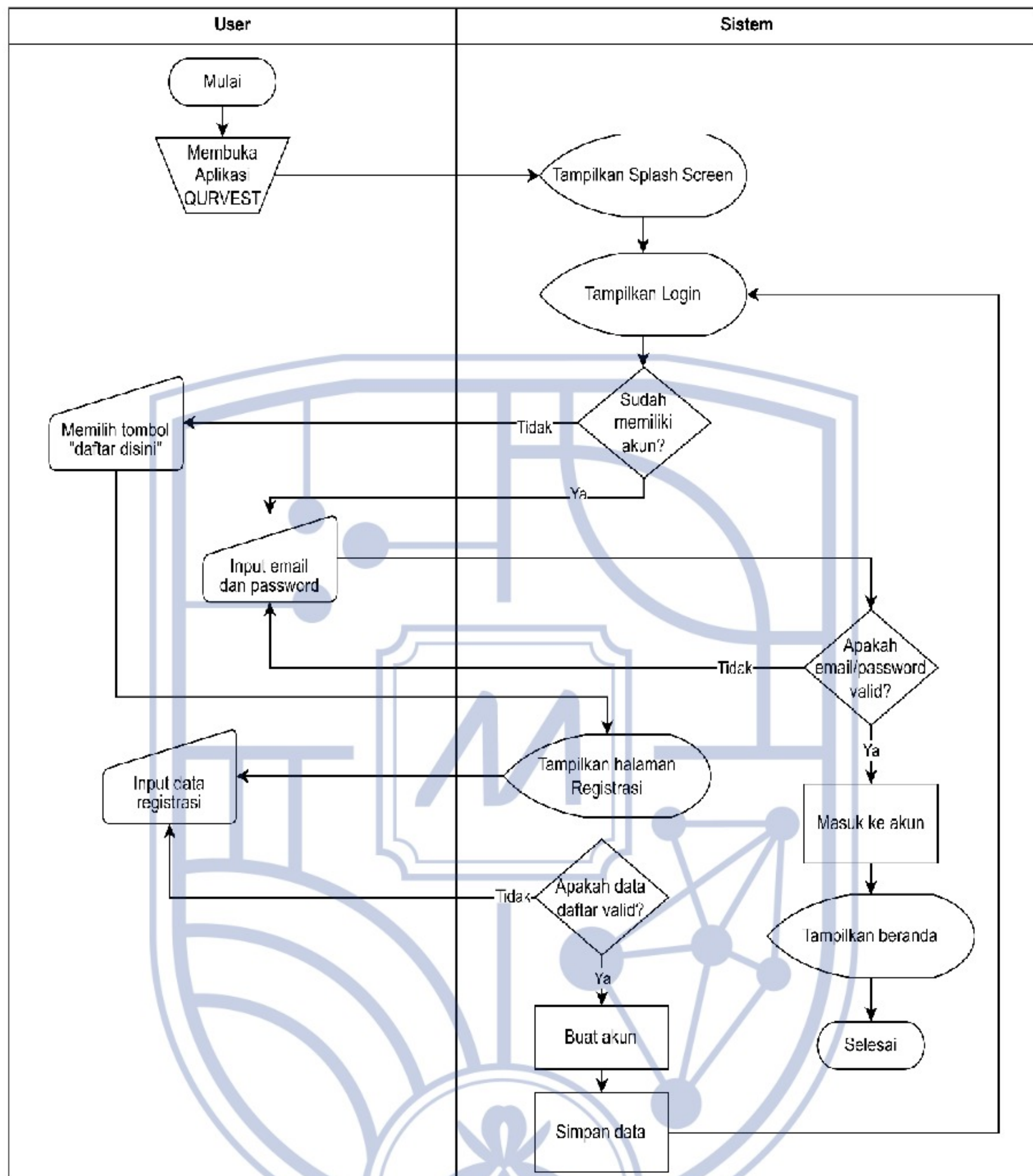
Tabel 2. 6 Simbol *Flowchart*

Simbol	Nama Simbol	Penjelasan
	<i>Terminator</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan awal (<i>start</i>) dan akhir (<i>stop</i>) dari suatu proses dalam <i>flowchart</i> . Simbol ini menandai titik dimulainya suatu alur kerja serta titik berakhirnya proses.

	<i>Direction</i>	Simbol berupa garis panah yang digunakan untuk menghubungkan satu simbol dengan simbol lainnya serta menunjukkan arah aliran proses dalam suatu sistem atau program.
	<i>Processing</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan proses pengolahan data atau kegiatan yang dilakukan oleh sistem atau komputer, seperti perhitungan, pengolahan informasi, atau eksekusi perintah.
	<i>Decision</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan pengambilan keputusan berdasarkan suatu kondisi tertentu. Biasanya memiliki dua atau lebih cabang alur seperti ya/tidak atau true/false.
	<i>Input-Output</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan proses pemasukan data (<i>input</i>) atau keluaran data (<i>output</i>) dalam suatu sistem tanpa bergantung pada jenis perangkat yang digunakan.
	<i>Connector (On-Page)</i>	Simbol yang digunakan untuk menghubungkan bagian alur <i>flowchart</i> yang terpisah dalam halaman yang sama, sehingga diagram menjadi lebih rapi dan tidak terlalu banyak garis yang saling bersilangan.
	<i>Connector (Off-Page)</i>	Simbol yang digunakan untuk menghubungkan simbol dalam halaman berbeda. Label dari simbol ini dapat menggunakan huruf atau angka.
	<i>Manual Input</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan proses input data yang dilakukan secara manual oleh pengguna, misalnya melalui keyboard atau perangkat input lainnya.

	<i>Manual Operation</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan proses atau kegiatan yang dilakukan secara manual oleh manusia, bukan oleh sistem atau komputer.
	<i>Display</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan hasil keluaran yang ditampilkan melalui perangkat output, seperti monitor, layar komputer, printer, atau perangkat tampilan lainnya.
	<i>Storage</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan proses penyimpanan data dalam media penyimpanan, seperti <i>database</i> , <i>hard disk</i> , atau media penyimpanan lainnya.
	<i>Document</i>	Simbol yang digunakan untuk menunjukkan dokumen atau laporan yang dihasilkan oleh sistem, baik dalam bentuk cetak (<i>hardcopy</i>) maupun file digital.

Berikut contoh *flowchart* proses registrasi dan *login* pengguna dalam sebuah aplikasi QURVEST, dengan pembagian peran antara *user* dan sistem (*swimlane diagram*).



Gambar 2. 3 Contoh *Flowchart Registrasi dan Login* Aplikasi QURVEST

Gambar di atas merupakan *flowchart* yang menggambarkan alur proses registrasi dan *login* pengguna pada aplikasi QURVEST yang dibagi ke dalam dua peran, yaitu *user* dan sistem. Proses dimulai ketika *user* membuka aplikasi, kemudian sistem menampilkan splash screen yang dilanjutkan dengan halaman *login*. Pada tahap ini, sistem melakukan pengecekan apakah pengguna sudah memiliki akun. Jika pengguna sudah memiliki akun, maka pengguna diminta untuk memasukkan email dan password, kemudian sistem akan memvalidasi data tersebut. Apabila email dan password tidak valid, pengguna akan diminta

untuk menginput ulang. Sebaliknya, jika data valid, pengguna berhasil masuk ke dalam akun dan sistem akan menampilkan halaman beranda sebagai akhir dari proses.

Namun, jika pengguna belum memiliki akun, maka pengguna dapat memilih tombol “daftar di sini” yang akan mengarahkan ke halaman registrasi. Pada halaman tersebut, pengguna diminta untuk menginput data pendaftaran, kemudian sistem akan melakukan validasi terhadap data yang dimasukkan. Jika data tidak valid, pengguna harus menginput ulang data registrasi. Jika data valid, sistem akan membuat akun baru dan menyimpan data pengguna, kemudian mengarahkan kembali ke proses *login*. Dengan demikian, *flowchart* ini menunjukkan alur autentikasi pengguna yang mencakup proses *login*, registrasi, validasi data, hingga pengguna berhasil mengakses halaman utama aplikasi.

2.8 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas perusahaan dalam suatu periode tertentu. Laporan ini disusun berdasarkan standar akuntansi yang berlaku, seperti Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) [32]. Melalui laporan keuangan, pemilik usaha dapat mengetahui apakah perusahaan mengalami keuntungan, kerugian, atau kondisi keuangan yang stabil. Laporan keuangan digunakan sebagai dasar dalam proses analisis keuangan, perencanaan strategis, evaluasi kinerja, hingga pengambilan keputusan penting seperti ekspansi usaha, pemberian kredit, atau penentuan nilai saham.

Laporan keuangan merupakan struktur yang menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah entitas. Tujuan umum dari laporan keuangan adalah untuk kepentingan umum dalam penyajian informasi mengenai posisi keuangan (*financial position*), kinerja keuangan (*financial performance*), dan arus kas (*cash flow*) dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para penggunanya. Untuk dapat mencapai tujuan ini, laporan keuangan menyediakan informasi mengenai elemen dari entitas yang terdiri dari aset, kewajiban, *networth*, beban, dan pendapatan (termasuk *gain* dan *loss*), perubahan ekuitas dan arus kas. Informasi tersebut diikuti dengan catatan, akan membantu pengguna memprediksi arus kas masa depan.

Adapun tujuan laporan keuangan adalah sebagai berikut [32]:

1. Informasi posisi laporan keuangan yang dihasilkan dari kinerja dan aset perusahaan sangat dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan, sebagai bahan evaluasi dan

perbandingan untuk melihat dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya.

2. Informasi keuangan perusahaan diperlukan juga untuk menilai dan meramalkan apakah perusahaan di masa sekarang dan di masa yang akan datang sehingga akan menghasilkan keuntungan yang sama atau lebih menguntungkan.
3. Informasi perubahan posisi keuangan perusahaan bermanfaat untuk menilai aktivitas investasi, pendanaan dan operasi perusahaan selama periode tertentu. Selain untuk menilai kemampuan perusahaan, laporan keuangan juga bertujuan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Laporan keuangan memiliki karakteristik kualitatif yang melekat pada informasi akuntansi yang diberikan. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia, laporan keuangan yang baik, setidaknya harus memiliki empat karakteristik kualitatif pokok yaitu; dapat dipahami, relevan, keandalan, dan dapat diperbandingkan. Adapun penjelasan dari masing-masing karakteristik laporan keuangan tersebut adalah sebagai berikut [33]:

1. Dapat dipahami, Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pengguna. Untuk maksud ini, pengguna diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi dan bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan ketekunan yang wajar. Namun demikian, informasi kompleks yang seharusnya dimasukkan dalam laporan keuangan tidak dapat dikeluarkan hanya atas dasar pertimbangan bahwa informasi tersebut terlalu sulit untuk dapat dipahami oleh pemakai tertentu.
2. Relevan, Agar bermanfaat, informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan kalau dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pengguna dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan, atau mengoreksi, hasil evaluasi pengguna masa lalu. Informasi posisi keuangan dan kinerja di masa lalu sering kali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja masa depan dan hal-hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai.
3. Keandalan, Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan penggunaannya sebagai penyajian yang tulus atau jujur (*faithful representation*) dari yang seharusnya disajikan atau secara wajar diharapkan dapat disajikan. Informasi mungkin relevan

tetapi jika hakikat atau penyajiannya tidak dapat diandalkan maka penggunaan informasi tersebut secara potensial dapat menyesatkan.

4. Dapat dibandingkan, Pengguna harus dapat memperbandingkan laporan keuangan entitas antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan (tren) posisi dan kinerja keuangan. Pengguna juga harus dapat memperbandingkan laporan keuangan antar entitas untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan secara relatif. Oleh karena itu, pengukuran dan penyajian dampak keuangan, transaksi, dan peristiwa lain yang serupa harus dilakukan secara konsisten untuk perusahaan bersangkutan, antar periode perusahaan yang sama dan untuk perusahaan yang berbeda.

Laporan keuangan memiliki berbagai fungsi penting bagi perusahaan, antara lain [33]:

1. Mengetahui kondisi keuangan perusahaan, laporan keuangan membantu perusahaan mengetahui kondisi keuangan secara menyeluruh, termasuk aset, kewajiban, dan modal.
2. Mengukur kinerja bisnis, dengan melihat laporan laba rugi, perusahaan dapat mengetahui apakah bisnis mengalami keuntungan atau kerugian dalam periode tertentu.
3. Membantu pengambilan keputusan, informasi dalam laporan keuangan digunakan oleh manajemen untuk menentukan strategi bisnis yang tepat.
4. Memenuhi kewajiban administrasi dan pajak, Laporan keuangan sering menjadi dokumen penting dalam proses pelaporan pajak maupun pengajuan pembiayaan.

Berikut adalah langkah-langkah dalam cara membuat laporan keuangan, antara lain [34]:

1. Mengumpulkan data keuangan - Pastikan semua transaksi keuangan telah dicatat dengan benar.
2. Membuat jurnal umum - Catat setiap transaksi dalam jurnal umum sesuai prinsip akuntansi.
3. Menyusun buku besar - Rekap transaksi dari jurnal umum ke dalam akun-akun buku besar.
4. Menyusun neraca saldo - Buat neraca saldo untuk memastikan keseimbangan antara debit dan kredit.
5. Menyusun laporan keuangan - Susun laporan laba rugi, neraca, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas sesuai standar akuntansi.

6. Menganalisis dan menyajikan laporan - Lakukan analisis terhadap laporan keuangan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

Meskipun laporan keuangan penting, banyak perusahaan mengalami kendala dalam penyusunan laporan keuangan, seperti[33] :

1. Pencatatan transaksi yang tidak lengkap.
2. Kesalahan dalam perhitungan akuntansi.
3. Kurangnya pemahaman tentang standar akuntansi,
4. Keterbatasan sumber daya akuntansi.

Laporan keuangan terdiri dari beberapa jenis, yaitu [35]:

1. Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)

Laporan laba rugi dikenal sebagai laporan pendapatan atau laporan *profit and loss*. laporan jenis ini menyajikan ringkasan dari pendapatan perusahaan, biaya operasional, dan laba bersih selama periode waktu tertentu, biasanya satu tahun fiskal. Laporan ini memberikan gambaran tentang seberapa baik perusahaan telah menghasilkan laba atau mengalami kerugian selama periode tersebut. Dalam laporan laba rugi, pendapatan perusahaan dicatat terlebih dahulu, kemudian dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Hasil pengurangan ini disebut dengan laba kotor. Laba kotor dikurangi dengan biaya-biaya operasional dan biaya-biaya lainnya, seperti bunga dan pajak, untuk menghasilkan laba bersih.

Terdapat dua jenis laporan laba rugi yang biasa digunakan oleh bisnis, yaitu *single step* dan kedua adalah *multiple step*, berikut ini adalah penjelasannya [35]:

- a. Laporan laba rugi *single step*

Laporan laba rugi *single step* (langkah tunggal) adalah salah satu format laporan laba rugi yang paling sederhana. Format laporan laba rugi *single step* terdiri dari dua bagian utama, yaitu:

- 1) Pendapatan: Bagian ini mencantumkan semua pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan selama periode tertentu. Ini bisa termasuk penjualan produk atau jasa, bunga atas investasi, dan lain sebagainya.
- 2) Biaya: Bagian ini mencantumkan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama periode tertentu, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya sewa, biaya pemasaran, dan lain sebagainya.

Setelah semua biaya dikurangkan dari total pendapatan, maka akan didapatkan laba bersih atau rugi bersih. Format laporan laba rugi *single step* tidak memberikan informasi rinci tentang struktur biaya atau sumber pendapatan perusahaan, Namun dapat memberikan

gambaran sederhana tentang kinerja keuangan perusahaan. Format ini cocok untuk perusahaan kecil dengan struktur biaya yang sederhana. Berikut ini adalah rumus laporan laba rugi *single step*:

$$\text{Penghasilan Bersih} = (\text{Pendapatan} + \text{Keuntungan}) - (\text{Beban} + \text{Kerugian}) \quad (2.8.1)$$

b. Laporan laba rugi *multiple step*

Laporan laba rugi *multiple step* menyajikan informasi tentang pendapatan, biaya, laba, dan rugi suatu perusahaan dalam periode tertentu, seperti bulan atau tahun. Laporan laba rugi *multiple step* dibedakan dari laporan laba rugi *single step* karena menggunakan beberapa tahapan atau langkah dalam menghitung laba atau rugi perusahaan. Dalam laporan laba rugi *multiple step*, pendapatan dan biaya dihitung dalam beberapa tahap. Seperti pendapatan operasi dan biaya operasi, dan kemudian dikurangi dengan beban non-operasional dan penghasilan non-operasional. Dengan menggunakan pendekatan ini, laporan laba rugi *multiple step* dapat memberikan informasi yang lebih detail tentang kinerja keuangan suatu perusahaan. Laporan laba rugi *multiple step* menggunakan tiga formula akuntansi yang berbeda untuk mengetahui nilai akhir pada laba bersih.

Berikut ini adalah rumus perhitungan laporan laba rugi *multiple step*.

- 1) Laba Kotor = Penjualan Bersih – Biaya Barang Terjual (2.8.2)

Harga pokok penjualan dikurangi dari penjualan bersih. Sehingga akan memberikan laba kotor.

- 2) Pendapatan Operasi = Laba Kotor – Beban Operasi (2.8.3)

Biaya operasional dikurangi dari laba kotor. Sehingga akan memberi Anda penghasilan operasional.

- 3) Penghasilan Bersih = Penghasilan Operasi + Item Non Operasi (2.8.4)

Pendapatan operasional ditambahkan ke pendapatan non-operasional bersih, keuntungan, beban dan kerugian. Angka terakhir ini akan memberikan laba bersih atau rugi bersih bisnis untuk periode pelaporan.

PT ANDIRA AGRO Tbk LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2025 STATEMENT OF INCOME AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME For the year then ended December 31, 2025				
	Catatan/ Notes	2 0 2 5 Rp	2 0 2 4 Rp	
Pendapatan	3r,25	246,430,143,605	196,741,616,114	Revenue
Beban pokok pendapatan	3r,26	(249,960,074,156)	(208,702,867,471)	Cost of service
Rugi kotor		(3,529,930,551)	(11,961,251,357)	Loss profit
Beban usaha:				Operating expenses:
Beban umum dan administrasi	3r,27	(23,994,214,869)	(22,745,625,824)	General and administrative expenses
Rugi usaha		(27,524,145,420)	(34,706,877,181)	Operating loss
Pendapatan (beban) lain-lain:				Other income (expenses):
Pendapatan lain-lain	28	13,984,520,448	24,615,682,971	Miscellaneous Income
Pendapatan keuangan	29	57,889,543	78,221,588	Financial income
Keuntungan (kerugian) dari perubahan nilai wajar produk agrikultur	3k	620,211,000	99,346,000	Gain (loss) arising from change in fair value of agricultural product
Beban bunga	30	(12,099,979,470)	(12,664,927,763)	Interest expense
Beban keuangan	31	(17,419,644)	(87,073,682)	Financial expense
Pendapatan (beban) lainnya - bersih	32	1,834,103	(49,959,376)	Others income (expense) - Net
Rugi sebelum pajak penghasilan		(24,977,089,440)	(22,715,587,443)	Loss before income tax
Pajak penghasilan:				Income tax:
Pajak kini	19a	—	—	Current tax:
Pajak tangguhan	19c	(15,991,047,155)	(334,483,628)	Deferred tax
Rugi bersih		(40,968,136,595)	(23,050,071,071)	Net loss
Penghasilan komprehensif lain		(181,710,905)	89,400,078	Other comprehensive Income
Jumlah rugi komprehensif		(41,149,847,500)	(22,960,670,993)	Total comprehensive loss

Gambar 2. 4 Contoh Laporan Laba Rugi PT. Andira Agro Tbk

Gambar tersebut merupakan Laporan Laba Rugi PT. Andira Agro Tbk untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2025 dan 2024. Laporan ini menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang mencakup pendapatan, beban, serta laba atau rugi yang diperoleh selama satu tahun. Pada tahun 2025, perusahaan mencatat pendapatan sebesar Rp246.430.143.605, namun setelah dikurangi beban pokok pendapatan dan berbagai beban usaha seperti biaya administrasi serta beban lainnya, perusahaan mengalami rugi bersih sebesar Rp40.968.136.595. Setelah memperhitungkan penghasilan komprehensif lain, total rugi komprehensif tahun 2025 mencapai Rp41.149.847.500. Sementara pada tahun 2024, perusahaan juga mengalami rugi komprehensif sebesar Rp22.960.670.993, sehingga dapat disimpulkan bahwa kerugian perusahaan pada tahun 2025 meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

2. Laporan Neraca (*Balance Sheet*)

Neraca adalah jenis laporan keuangan yang mencantumkan aset, kewajiban, dan ekuitas pemilik perusahaan pada suatu titik waktu tertentu. Laporan neraca biasanya disusun dengan menggunakan format yang berisi dua kolom utama, yaitu sisi kiri yang mencantumkan aset dan sisi kanan yang mencantumkan kewajiban dan ekuitas. Dalam hal ini aset dibagi menjadi dua bagian, yaitu: Aset lancar, aset yang diharapkan akan dikonversi menjadi uang tunai dalam waktu singkat dan Aset tetap, aset yang dimiliki perusahaan untuk jangka waktu yang lebih lama. Kewajiban juga dibagi menjadi dua bagian, yaitu: Kewajiban lancar, kewajiban yang harus diselesaikan dalam waktu singkat dan Kewajiban jangka panjang, kewajiban yang jatuh tempo dalam waktu lebih dari satu tahun.

$$\text{Aset} = \text{Kewajiban} + \text{Ekuitas} \dots\dots\dots(2.8.5)$$

PT ANDIRA AGRO Tbk					
LAPORAN POSISI KEUANGAN					
31 Desember 2025					
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION					
December 31, 2025					
ASET		ASSETS			
	Catatan/ Notes	2 0 2 5	2 0 2 4		
		Rp	Rp		
ASET LANCAR				CURRENT ASSETS	
Kas dan setara kas	3c,3g,4	1,397,423,688	15,819,383,293	Cash and cash equivalents	
Piutang usaha	3h,5	1,124,048,438	410,698,060	Trade receivables	
Piutang lain-lain	6	12,578,830,224	—	Other receivables	
Persediaan	3m,7	12,674,286,754	13,379,967,364	Inventories	
Uang muka dan biaya dibayar dimuka	3l,8	491,764,852	1,732,142,763	Advance and prepaid expenses	
Produk agrikultur	3k,9	7,648,798,000	7,028,587,000	Agricultural product	
Pajak dibayar dimuka		—	120,148,707	Prepaid tax	
Jumlah aset lancar		35,915,151,956	38,490,927,187	Total current assets	
ASET TIDAK LANCAR				NON – CURRENT ASSETS	
Tanaman menghasilkan	3j,10	63,634,273,804	71,694,560,519	Mature plantations	
Aset tetap	3o,11	182,527,424,548	207,652,089,041	Fixed assets	
Aset pajak tangguhan	3f,19d	3,732,427,422	19,672,222,783	Deferred tax assets	
Beban ditangguhkan hak atas tanah	3n,12	10,594,307,199	12,499,386,385	Deferred cost of land rights	
Aset lain-lain	13	167,820,000	151,380,000	Other assets	
Jumlah aset tidak lancar		260,656,252,973	311,669,638,728	Total non-current assets	
JUMLAH ASET		296,571,404,929	350,160,565,915	TOTAL ASSETS	

PT ANDIRA AGRO Tbk
LAPORAN POSISI KEUANGAN (Lanjutan)
31 Desember 2025

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION (Continued)
December 31, 2025

LIABILITAS DAN EKUITAS

LIABILITIES AND EQUITY

	Catatan/ Notes	2025 Rp	2024 Rp	
LIABILITAS JANGKA PENDEK				SHORT-TERM LIABILITIES
Utang usaha	3q,14	14,331,207,191	12,374,181,688	Trade payables
Utang lain-lain	3q,15	720,000	426,736,562	Other payables
Biaya yang masih harus dibayar	16	1,092,646,571	2,581,742,174	Accrued expenses
Pendapatan ditangguhkan	17	6,876,582,754	9,979,764,357	Deferred revenue
Pendapatan diterima dimuka	18	10,880,383,000	10,900,566,500	Unearned revenue
Utang pajak	19b	811,269,942	233,059,095	Taxes payable
Utang sewa pembiayaan	3t,20	116,310,000	1,597,731,037	Lease payables
Pinjaman bank	21	4,998,493,740	12,000,000,000	Bank loans
Jumlah liabilitas jangka pendek		39,107,613,198	50,093,781,413	Total current liabilities
LIABILITAS JANGKA PANJANG				LONG-TERM LIABILITIES
Utang sewa pembiayaan	3t,20	—	116,310,021	Lease Payables
Pinjaman bank	21	135,674,270,840	136,174,270,000	Bank loans
Kewajiban imbalan pasca kerja	3s,22	3,160,695,919	3,997,532,009	Employee benefits
		138,834,966,759	140,288,112,030	
Jumlah liabilitas		177,942,579,957	190,381,893,443	Total liabilities
EKUITAS				EQUITY
Modal saham				Share capital
Modal dasar				Authorized capital
4.000.000.000 saham:				4,000,000,000 share:
20.000.000.000 dengan				20,000,000,000 with
nilai nominal Rp 20 per				par value ldr 20 per
lembar saham				shares
Ditempatkan dan disetor				Issued and fully paid-up
Penuh 9.350.000.000				capital 9,350,000,000
saham	23	187,000,000,000	187,000,000,000	shares
Tambahan modal disetor	24	48,929,000,000	48,929,000,000	Additional paid in capital
Laba komprehensif lain		4,263,942,324	4,445,653,229	Other comprehensive income
Saldo rugi		(121,564,117,352)	(80,595,980,757)	Retained loss
Jumlah ekuitas		118,628,824,972	159,778,672,472	Total equity
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS		296,571,404,929	350,160,565,915	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Gambar 2. 5 Contoh Laporan Neraca Keuangan PT. Andira Agro Tbk

Gambar tersebut merupakan Laporan Posisi Keuangan (Neraca) milik PT Andira Agro Tbk per 31 Desember 2025 dengan perbandingan tahun 2024. Laporan ini menunjukkan posisi keuangan perusahaan yang terdiri dari aset, liabilitas, dan ekuitas. Pada tahun 2025, total aset perusahaan tercatat sebesar Rp296.571.404.929, menurun dibandingkan tahun 2024 sebesar Rp350.160.565.915. Aset tersebut terdiri dari aset lancar seperti kas, piutang, persediaan, serta produk agrikultur, dan aset tidak lancar seperti tanaman menghasilkan, aset tetap, serta aset pajak tangguhan. Di sisi lain, perusahaan

memiliki liabilitas jangka pendek dan jangka panjang yang pada tahun 2025 berjumlah Rp177.942.579.957, lebih rendah dibandingkan tahun 2024 sebesar Rp190.381.893.443. Sementara itu ekuitas perusahaan pada tahun 2025 tercatat Rp118.628.824.972, juga menurun dari tahun 2024 sebesar Rp159.778.672.472. Secara keseluruhan, laporan ini menunjukkan bahwa posisi aset, liabilitas, dan ekuitas perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2025 dibandingkan tahun 2024.

3. Laporan Arus Kas (*Cash Flow Statement*)

Laporan arus kas adalah jenis laporan keuangan yang akan mencatat semua arus kas masuk dan keluar perusahaan selama periode waktu tertentu. Format laporan keuangan ini akan mencatat semua aktivitas arus kas perusahaan, termasuk: penerimaan kas dari penjualan, pembayaran kas kepada pemasok, investasi dalam aset baru, pembayaran dividen kepada pemegang saham, serta kegiatan pendanaan seperti pinjaman atau pembayaran utang. Laporan ini membantu para investor, analis keuangan, dan manajemen perusahaan untuk memahami bagaimana perusahaan menghasilkan dan menggunakan uang tunai selama periode tersebut.

Arus kas umumnya terdiri dari tiga bagian utama:

- a) Arus Kas Operasi, mencakup semua arus kas yang berkaitan dengan operasi inti perusahaan, seperti penjualan dan pembelian barang atau jasa.

$$\text{Arus Kas Operasi} = \text{Pendapatan} - (\text{Gaji} + \text{Bahan Baku} + \text{Biaya Operasional}) \dots\dots\dots (2.8.6)$$

- b) Arus Kas Investasi, mencakup arus kas yang berkaitan dengan investasi dalam aset tetap, investasi jangka pendek, dan investasi lainnya.

$$\text{Arus Kas Investasi} = (\text{Penjualan Aset} + \text{Hasil Investasi} - \text{Pembelian Aset} - \text{Investasi Baru}) \dots\dots\dots (2.8.7)$$

- c) Arus Kas Pendanaan, mencakup arus kas yang berkaitan dengan penggalangan dana dari sumber-sumber eksternal seperti penerbitan saham atau pinjaman.

$$\text{Arus Kas Pendanaan} = \text{Penerbitan Saham} + \text{Pinjaman Baru} - \text{Pembayaran Utang} - \text{Dividen} \dots\dots\dots (2.8.8)$$

PT ANDIRA AGRO Tbk
LAPORAN ARUS KAS
 Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2025

STATEMENT OF CASH FLOWS
 For the year then ended December 31, 2025

	2025	2024	
	Rp	Rp	
Arus kas dari aktivitas operasi			Cash flows from operating activities
Penerimaan kas dari pelanggan	243,165,190,488	216,906,810,616	Cash received from customers
Pembayaran kas pada pemasok	(209,070,708,681)	(192,710,622,408)	Cash paid to suppliers
Pembayaran kas pada karyawan	(13,212,913,832)	(9,364,820,271)	Cash paid to employees
Pembayaran beban usaha	(19,877,914,275)	(18,185,040,447)	Payment of operating expense
Penerimaan penghasilan bunga	57,889,543	78,221,588	Receipts of interest income
Pembayaran pajak	—	(2,861,407,346)	Payment of taxes
Pembayaran beban keuangan	(12,099,979,470)	(12,752,001,445)	Payment of financing charges
Penerimaan lainnya – bersih	579,104,624	42,635,239,616	Other receipts – net
Jumlah kas bersih yang diperoleh dari (digunakan) untuk aktivitas operasi	(10,459,331,603)	23,746,379,903	Net cash provided by (used for) operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi			Cash flows from investing activities
Pembelian aset tetap	(1,663,414,501)	(4,772,185,972)	Purchase of fixed assets
Pelepasan aset tetap	—	—	Disposal fixed assets
Penambahan aset lain-lain	6,781,496,178	426,736,562	Additional of other assets
Jumlah kas bersih yang diperoleh (digunakan untuk) aktivitas investasi	5,118,081,677	(4,345,449,410)	Net cash provided by (used in) investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan			Cash flows from financing activities
Pembayaran utang bank	(7,501,505,420)	(10,446,117,094)	Payment of bank loan
Pembayaran utang pembiayaan	(1,597,731,057)	(1,518,428,137)	Payment of lease payable
Jumlah kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(9,099,236,477)	(11,964,545,231)	Net cash used for financing activities
Kenaikan kas dan setara kas	(14,440,486,403)	7,436,385,262	Decrease cash and cash equivalent
Kas dan setara kas pada awal tahun	15,819,383,293	8,364,784,764	Cash and cash equivalents at beginning of the year
Dampak selisih kurs	18,526,798	18,213,267	Exchange rate
Kas dan setara kas pada akhir tahun	1,397,423,688	15,819,383,293	Cash and cash equivalents at the end of the year

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan

The accompanying notes are an integral part of

Gambar 2. 6 Contoh Laporan Arus Kas PT. Andira Agro Tbk

Gambar tersebut menunjukkan Laporan Arus Kas PT Andira Agro Tbk untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2025 yang membandingkan kinerja arus kas tahun 2025 dan 2024. Laporan arus kas ini dibagi menjadi tiga aktivitas utama, yaitu aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan. Pada tahun 2025, aktivitas operasi menghasilkan arus kas bersih negatif sebesar Rp10.459.331.603, sedangkan pada tahun 2024 masih positif sebesar Rp23.746.379.903. Aktivitas investasi pada tahun 2025 menghasilkan arus kas bersih positif sebesar Rp5.118.081.677, sementara aktivitas pendanaan menunjukkan arus kas keluar sebesar Rp9.099.236.477 karena pembayaran utang dan kewajiban pembiayaan. Secara keseluruhan, kas dan setara kas perusahaan pada tahun 2025 mengalami penurunan sebesar Rp14.440.486.403, sehingga saldo kas akhir tahun menjadi Rp1.397.423.688, lebih rendah dibandingkan tahun 2024.

4. Laporan Perubahan Modal (*Statement of Changes in Equity*)

Nama lain dari jenis ini adalah laporan perubahan ekuitas yang umumnya menunjukkan perubahan dalam ekuitas pemilik perusahaan selama periode tertentu. Format laporan perubahan modal berisi informasi tentang sumber modal, penggunaan modal, laba bersih, dan distribusi *dividen* selama periode tersebut. Laporan perubahan modal biasanya terdiri dari beberapa bagian, yaitu [35]:

- a) Modal Awal, yaitu Bagian ini menunjukkan modal perusahaan pada awal periode akuntansi yang dilaporkan.
- b) Investasi Tambahan, Jika ada tambahan modal yang diinvestasikan oleh pemilik atau pemegang saham, bagian ini mencatat jumlah investasi tersebut.
- c) Laba atau Rugi Bersih, Bagian ini mencerminkan laba bersih atau rugi bersih yang dihasilkan selama periode akuntansi. Laba bersih dapat berasal dari pendapatan operasional maupun sumber lain, sedangkan rugi bersih merupakan hasil dari pendapatan yang lebih rendah dari biaya dan beban.
- d) Laba Ditahan: Jika perusahaan memutuskan untuk mempertahankan sebagian dari laba bersihnya, bagian ini menunjukkan jumlah laba yang ditahan untuk periode berikutnya.
- e) *Dividen*, Jika perusahaan membagikan dividen kepada pemilik atau pemegang saham, bagian ini mencatat jumlah dividen yang dibayarkan.
- f) Transaksi Modal Lainnya, Bagian ini mencakup transaksi modal lainnya yang tidak termasuk dalam kategori di atas, seperti perubahan akibat restrukturisasi modal, *repurchase* saham, atau peningkatan atau pengurangan modal yang disebabkan oleh faktor lainnya.
- g) Modal Akhir, Bagian ini menunjukkan modal akhir perusahaan setelah memperhitungkan semua perubahan yang terjadi selama periode akuntansi yang dilaporkan.

Laporan perubahan ekuitas sangat penting bagi pemangku kepentingan, seperti investor, kreditor, dan pemilik perusahaan, Karena memberikan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan dan aktivitas investasi yang dilakukan selama periode tertentu. Dengan memeriksa laporan ini, *stakeholder* dapat memahami bagaimana modal perusahaan berubah selama periode tertentu dan memperkirakan kinerja keuangan perusahaan di masa depan.

$$\text{Modal Akhir} = \text{Modal Awal} + \text{Investasi Pemilik} + \text{Laba Bersih} - \text{Prive} \dots \dots \dots (2.8.9)$$

PT ANDIRA AGRO Tbk LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2025 STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY For the year then ended December 31, 2025						
	Modal saham / Share capital	Tambahan modal disetor / Additional paid in capital	Laba ditahan / Retained Earnings	Komponen ekuitas lainnya / Other component of equity	Jumlah ekuitas / Total equity	
	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp	
Saldo 31 Desember 2023	187,000,000,000	48,929,000,000	(57,545,909,686)	4,356,253,151	182,739,343,465	Balance as of December 31, 2023
Jumlah penghasilan komprehensif	—	—	—	89,400,078	89,400,078	Total comprehensive income
Rugi tahun berjalan	—	—	(23,050,071,071)	—	(23,050,071,071)	Loss for the year
Saldo 31 Desember 2024	187,000,000,000	48,929,000,000	(80,595,980,757)	4,445,653,229	159,778,672,472	Balance as of December 31, 2024
Jumlah penghasilan komprehensif	—	—	—	(181,710,905)	(181,710,905)	Total comprehensive income
Rugi tahun berjalan	—	—	(40,968,136,595)	—	(40,968,136,595)	Loss for the year
Saldo 31 Desember 2025	187,000,000,000	48,929,000,000	(121,564,117,352)	4,263,942,324	118,628,824,972	Balance as of December 31, 2025

Gambar 2. 7 Contoh Laporan Perubahan Ekuitas PT. Andira Agro Tbk

Gambar di atas merupakan contoh Laporan Perubahan Ekuitas PT Andira Agro Tbk menunjukkan perubahan jumlah ekuitas perusahaan dari tahun 2023 hingga 2025 yang terdiri dari modal saham, tambahan modal disetor, laba ditahan, dan komponen ekuitas lainnya. Modal saham perusahaan tetap sebesar Rp187.000.000.000 dan tambahan modal disetor sebesar Rp48.929.000.000 selama periode tersebut. Pada tahun 2024, perusahaan mengalami rugi tahun berjalan sebesar Rp23.050.071.071, sehingga jumlah ekuitas menurun dari Rp182.739.343.465 pada tahun 2023 menjadi Rp159.778.672.472 pada tahun 2024. Selanjutnya pada tahun 2025 perusahaan kembali mengalami rugi sebesar Rp40.968.136.595, yang menyebabkan laba ditahan semakin berkurang dan total ekuitas turun menjadi Rp118.628.824.972. Secara keseluruhan, laporan ini menunjukkan bahwa penurunan ekuitas perusahaan terutama disebabkan oleh kerugian yang terjadi selama dua tahun berturut-turut, meskipun nilai modal saham dan tambahan modal disetor tidak mengalami perubahan.

5. Catatan atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan adalah informasi tambahan yang disertakan dalam *financial record* suatu perusahaan atau organisasi. Catatan-catatan ini memberikan penjelasan dan informasi tambahan mengenai item-item dalam laporan keuangan. Di dalamnya mencakup detail tentang metode akuntansi yang digunakan, seperti:

1. Penjelasan tentang metode akuntansi yang digunakan
2. Informasi tentang aset, kewajiban, ekuitas, pendapatan, dan biaya

3. Peristiwa yang tidak biasa, kemungkinan risiko, dan komitmen yang relevan
4. Kebijakan akuntansi yang diterapkan oleh perusahaan atau organisasi
5. Informasi tentang perubahan signifikan yang terjadi dalam struktur perusahaan atau organisasi.

PT ANDIRA AGRO Tbk CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN (Lanjutan) 31 Desember 2025			
NOTES TO FINANCIAL STATEMENT (Continued) December 31, 2025			
4. KAS DAN SETARA KAS	2025 Rp	2024 Rp	4. CASH AND CASH EQUIVALENTS
Kas kecil	55,000,000	55,000,000	Cash in hand
Bank:			Banks:
<u>Akun IDR:</u>			<u>IDR account:</u>
PT Bank Permata, Tbk	36,580,421	15,268,046,958	PT Bank Permata, Tbk
PT Bank Mandiri (Persero), Tbk	3,064,868	127,384,509	PT Bank Mandiri (Persero), Tbk
PT Bank Mega, Tbk	100,431,595	911,727	PT Bank Mega, Tbk
PT Bank China Construction Bank Indonesia, Tbk	1,103,171,642	132,391,106	PT Bank China Construction Bank Indonesia, Tbk
PT Bank Panin, Tbk	—	59,792,793	PT Bank Panin, Tbk
PT Bank Central Asia, Tbk	99,175,162	82,242,433	PT Bank Central Asia, Tbk
<u>Akun USD:</u>			<u>USD account:</u>
PT Bank China Construction Bank Indonesia, Tbk	—	84,781,165	PT Bank China Construction Bank Indonesia, Tbk
<u>Akun JPY:</u>			<u>JPY account:</u>
PT Bank Panin, Tbk	—	8,832,602	PT Bank Panin, Tbk
Jumlah bank	1,342,423,688	15,764,383,293	Total Bank
Jumlah kas dan setara kas	1,397,423,688	15,819,383,293	Total cash and cash equivalent
5. PIUTANG USAHA	2025 Rp	2024 Rp	5. TRADE RECEIVABLES
PT Sinar Alam Permai	1,124,048,438	410,698,060	PT Sinar Alam Permai
Cadangan kerugian piutang tak tertagih	—	—	Allowance for impairment losses
Jumlah piutang usaha – bersih	1,124,048,438	410,698,060	Total accounts receivable – net
Umur piutang usaha dihitung sejak tanggal faktur adalah sebagai berikut:			The aging of account receivables which was computed based on the date of invoice is as follows:

Gambar 2. 8 Contoh Laporan Catatan atas Laporan Keuangan PT. Andira Agro

Catatan atas laporan keuangan PT Andira Agro Tbk menjelaskan rincian kas dan setara kas serta piutang usaha pada tahun 2025 dan 2024. Pada tahun 2025, perusahaan memiliki kas kecil sebesar Rp55.000.000 dan saldo bank pada beberapa rekening dengan total Rp1.342.423.688, sehingga jumlah kas dan setara kas sebesar Rp1.397.423.688. Nilai ini menurun dibandingkan tahun 2024 yang memiliki total kas dan setara kas sebesar Rp15.819.383.293. Penurunan ini menunjukkan berkurangnya likuiditas perusahaan pada tahun 2025. Selain itu, pada bagian piutang usaha, perusahaan memiliki piutang kepada PT Sinar Alam Permai sebesar Rp1.124.048.438 pada tahun 2025, meningkat dibandingkan

tahun 2024 sebesar Rp410.698.060. Tidak terdapat cadangan kerugian piutang tak tertagih, sehingga jumlah tersebut merupakan nilai bersih piutang usaha yang tercatat dalam laporan keuangan. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa meskipun kas perusahaan menurun, nilai piutang usaha justru meningkat pada tahun 2025.

2.9 Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Rasio ini dihitung berdasarkan data yang terdapat dalam laporan keuangan, seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas [36]. Rasio keuangan memberikan informasi yang penting mengenai aspek-aspek tertentu dari keuangan perusahaan, seperti profitabilitas, likuiditas, efisiensi, dan solvabilitas. Dalam dunia keuangan, rasio keuangan menjadi alat yang penting untuk mengevaluasi kinerja dan kesehatan keuangan perusahaan. Rasio keuangan ini dihitung berdasarkan data dan komponen yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan. Dengan menggunakan rasio keuangan, kita dapat menilai kinerja perusahaan secara internal, membandingkan kinerja perusahaan antara periode waktu tertentu, serta melakukan perbandingan dengan perusahaan lain di industri yang sama.

Analisis rasio keuangan (*financial ratio analysis*) adalah alat untuk mengukur kinerja perusahaan berdasarkan data perbandingan yang ditulis dalam laporan keuangan seperti laporan neraca, laba rugi, dan arus kas dalam satu periode tertentu. Hal ini biasanya dilakukan oleh akuntan pada akhir periode perusahaan dalam satu tahun. Hasil analisis kemudian dilaporkan kepada pihak manajemen sebagai pedoman informasi untuk menentukan keputusan atau kebijakan perusahaan di periode selanjutnya. Analisis keuangan juga berada dalam *balanced scorecard*, yaitu alat untuk mengukur kinerja perusahaan, seberapa efektif strategi yang telah digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif [36]. Kegiatan ini bukan hanya ditujukan kepada pihak manajemen, namun juga pihak lain seperti investor ataupun kreditor.

Analisis rasio keuangan memiliki manfaat lainnya yaitu [37]:

1. Mengukur kinerja keuangan, Rasio keuangan memberikan gambaran yang jelas terkait kinerja keuangan suatu perusahaan, termasuk diantaranya menyangkut keuntungan, likuiditas, solvabilitas, dan efisiensi operasional. Dengan melakukan evaluasi rasio keuangan dari waktu ke waktu, pihak manajemen dan investor dapat mengidentifikasi masalah yang mungkin muncul dan berpotensi mempengaruhi kesehatan keuangan perusahaan.

2. Menentukan kemampuan membayar hutang. Salah satu jenis rasio keuangan seperti rasio solvabilitas memberikan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjang, salah satunya tentu saja utang. Dengan melihat rasio ini, pihak manajemen perusahaan dan investor dapat melihat risiko keuangan yang ada.
3. Membandingkan kinerja perusahaan dengan kompetitor, Rasio keuangan berfungsi sebagai pembanding perusahaan satu dengan yang lainnya atau kompetitor di bidang yang sama. Dengan begitu, para investor atau analis dapat membandingkan bagaimana kinerja suatu perusahaan secara finansial, apakah tergolong positif atau justru sebaliknya.
4. Sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan, Data yang tersaji pada rasio keuangan dapat membantu pihak manajemen dalam mengambil keputusan bisnis serta mengevaluasi kinerja perusahaan. Dengan begini pihak manajemen dapat mengambil keputusan untuk langkah selanjutnya yang berguna bagi keberlangsungan perusahaan.
5. Membantu memprediksi kinerja di masa depan, Melalui adanya rasio keuangan, pihak manajemen dan investor akan sangat diuntungkan. Sebab, mereka bisa dengan mudah memprediksi kinerja masa depan perusahaan dari berbagai data yang tersaji. Hal ini dapat membantu para investor maupun calon investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik dan meminimalkan risiko keuangan.

Beberapa langkah dalam menganalisis rasio keuangan, yaitu [37]:

1. Mengumpulkan data dari laporan keuangan termasuk data dari neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas.
2. Menghitung rasio menggunakan rumus yang sesuai untuk menghitung rasio dari data keuangan yang telah dikumpulkan.
3. Membandingkan hasil rasio dengan data historis atau rata-rata industri untuk mendapatkan gambaran mengenai posisi perusahaan.
4. Menganalisis hasil rasio, misalnya apakah perusahaan memiliki likuiditas yang cukup, tingkat utang yang aman, atau profitabilitas yang memadai.

Ada 4 jenis rasio keuangan, yaitu: rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.

2.9.1 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah salah satu jenis rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya, dengan menggunakan aset likuid atau aset yang mudah dikonversi menjadi uang tunai [37]. Jenis rasio ini memberikan gambaran tentang sejauh mana perusahaan mampu untuk membayar utang dan kewajiban jangka pendeknya dalam jangka waktu tertentu tanpa mengganggu operasional bisnisnya. Rasio likuiditas sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Cara pengukurannya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek).

Beberapa tujuan dan manfaat rasio likuiditas, antara lain[38]:

- a) Mengukur kekuatan perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang yang akan segera jatuh tempo.
- b) Mengetahui kapasitas perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan total asset lancar.
- c) Mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan asset sangat lancar.
- d) Menaksir skala uang kas perusahaan dalam membayar utang jangka pendek.
- e) Perencanaan finansial di masa depan terutama yang berhubungan dengan perencanaan kas dan kewajiban jangka pendek.
- f) Mengetahui keadaan dan posisi likuiditas perusahaan masing-masing periode dengan membandingkannya.

Rasio likuiditas memiliki beberapa jenis yang dipakai dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek [38]:

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo dengan menggunakan total asset lancar yang ada. Rasio lancar menggambarkan jumlah ketersediaan asset lancar yang dimiliki dibandingkan dengan total kewajiban lancar.

Rumus:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \dots\dots\dots (2.9.1.1)$$

Contoh Soal: Sebuah perusahaan memiliki aset lancar sebesar Rp 120.000.000 dan kewajiban lancar sebesar Rp 80.000.000, maka *current ratio* nya..?

Maka :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Rp } 120.000.000}{\text{Rp } 80.000.000} = 1,5$$

Artinya, setiap Rp 1 kewajiban lancar dijamin oleh Rp 1,5 aset lancar.

2. Rasio Cepat (*Quick Ratio* atau *Acid Test Ratio*)

Skala likuiditas perusahaan yang lebih teliti terdapat pada ratio yang disebut rasio sangat lancar, dimana persediaan dan persekot biaya dikeluarkan dari total aktiva lancar, dan hanya menyisakan aktiva lancar yang likuid saja yang kemudian dibagi dengan kewajiban lancar.

Rumus:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Surat Berharga} + \text{Piutang}}{\text{Kewajiban Lancar}} \quad (2.9.1.2)$$

Contoh Soal:

Diketahui:

Kas = Rp 30.000.000

Surat Berharga = Rp 20.000.000

Piutang = Rp 50.000.000

Kewajiban Lancar = Rp 80.000.000

Maka *quick ratio*...?

$$\text{Quick Ratio} = \frac{(\text{Rp } 30.000.000 + \text{Rp } 20.000.000 + \text{Rp } 50.000.000)}{\text{Rp } 80.000.000} = 1,25$$

Artinya, perusahaan memiliki Rp 1,25 aset likuid untuk setiap Rp 1 kewajiban lancar.

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Merupakan perbandingan dari kas yang ada diperusahaan dan di bank dengan total hutang lancar. Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan uang kas dan surat berharga yang mudah diperdagangkan, yang tersedia di dalam perusahaan.

Rumus:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}} \quad (2.9.1.3)$$

Contoh Soal:

Sebuah perusahaan memiliki kas dan setara kas sebesar Rp 40.000.000 dan kewajiban lancar Rp 80.000.000, maka *cash ratio*... ?

Maka :

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Rp } 40.000.000}{\text{Rp } 80.000.000} = 0,5$$

Artinya, hanya 50% kewajiban lancar yang langsung dibayar dengan kas yang tersedia.

2.9.2 Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah suatu alat analisis keuangan yang berfungsi untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya. Rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan memiliki sumber daya finansial yang cukup untuk membayar utang-utangnya dan menjaga kelangsungan operasionalnya dalam jangka waktu yang lebih panjang [39]. Dalam konteks bisnis, solvabilitas berarti kemampuan perusahaan untuk menghadapi kewajiban finansialnya, seperti pembayaran utang atau hutang jangka panjang, tanpa harus mengganggu operasional bisnisnya atau mengalami kesulitan likuiditas. Rasio solvabilitas memberikan gambaran tentang risiko potensial yang mungkin dihadapi perusahaan jika terjadi perubahan ekonomi yang tidak terduga atau tantangan bisnis lainnya. Rasio solvabilitas menjadi panduan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan keuangan, seperti mengevaluasi potensi pengambilan utang baru, merencanakan pengelolaan utang yang efektif, dan mengidentifikasi risiko-risiko potensial terkait solvabilitas.

Menghitung rasio solvabilitas memiliki sejumlah manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Berikut ini adalah beberapa manfaat utama dari menghitung dan menganalisis rasio solvabilitas [40]:

1. **Pemantauan Kesehatan Keuangan.** Rasio solvabilitas membantu perusahaan dalam memantau kesehatan keuangan mereka secara teratur. Dengan menganalisis rasio-rasio ini secara berkala, manajemen dapat mengidentifikasi tren atau perubahan yang mungkin terjadi dalam kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya.
2. **Identifikasi Risiko Potensial.** Rasio solvabilitas membantu dalam mengidentifikasi risiko-risiko potensial terkait kemampuan perusahaan dalam membayar utang-utang jangka panjangnya. Dengan menganalisis rasio ini, perusahaan dapat mengantisipasi dan mengelola risiko-risiko yang dapat mempengaruhi solvabilitas dan kelangsungan bisnis.
3. **Pengambilan Keputusan Finansial.** Informasi dari rasio ini dapat membantu manajemen dalam memutuskan apakah akan mengambil utang baru, merencanakan pengembangan bisnis, atau melakukan investasi jangka panjang lainnya.
4. **Penilaian Terhadap Pinjaman dan Kredit.** Institusi keuangan, seperti bank dan lembaga pemberi kredit, sering menggunakan rasio solvabilitas sebagai salah satu faktor penilaian dalam memberikan pinjaman atau kredit kepada perusahaan. Rasio solvabilitas yang baik dapat meningkatkan reputasi keuangan perusahaan dan

meningkatkan kemungkinan untuk mendapatkan pinjaman dengan suku bunga yang lebih baik.

5. Komunikasi dengan Stakeholder. Rasio solvabilitas memberikan cara objektif untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti investor, analis keuangan, dan pemegang saham. Data rasio solvabilitas yang baik dapat memberikan keyakinan kepada stakeholder bahwa perusahaan memiliki struktur keuangan yang kokoh.
6. Perencanaan Keuangan. Dengan mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang, manajemen dapat merencanakan strategi keuangan yang sesuai, termasuk pengelolaan utang, alokasi sumber daya, dan diversifikasi portofolio.
7. Pemantapan Reputasi. Rasio solvabilitas yang baik dapat memperkuat reputasi perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya. Ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan pada kemampuan perusahaan untuk bertahan dan tumbuh dalam jangka panjang.
8. Penilaian Performa Keuangan. Rasio solvabilitas juga dapat digunakan untuk menilai performa keuangan perusahaan secara keseluruhan. Rasio-rasio ini memberikan informasi tentang sejauh mana perusahaan mengelola struktur keuangannya dengan baik.

Terdapat beberapa rasio solvabilitas yang umumnya digunakan, di antaranya adalah [39], [40]:

1. Rasio Utang Terhadap Ekuitas (*Debt-to-Equity Ratio*)

Rasio ini mengukur seberapa besar utang yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan ekuitasnya. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar ketergantungan perusahaan pada utang.

Rumus:

$$\text{Debt} - \text{to} - \text{Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (2.9.2.1)$$

Contoh Soal:

PT Maju Jaya memiliki total utang sebesar Rp 200.000.000 dan total ekuitas sebesar Rp 100.000.000. Maka *Debt-to-Equity Ratio*?

$$\text{Debt} - \text{to} - \text{Equity Ratio} = \frac{\text{Rp } 200.000.000}{\text{Rp } 100.000.000} = 2,0$$

Artinya, setiap Rp1 modal sendiri, perusahaan memiliki Rp2 utang.

2. Rasio Cakupan Bunga (*Interest Coverage Ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar bunga atas utangnya dari laba operasional. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban bunga.

Rumus:

$$\text{Interest Coverage Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Total Bunga yang Dibayar}} \quad (2.9.2.2)$$

Contoh Soal:

Sebuah perusahaan memiliki EBIT sebesar Rp 50.000.000 dan beban bunga Rp 10.000.000. Maka *Interest Coverage Ratio*...?

$$\text{Interest Coverage Ratio} = \frac{\text{Rp 50.000.000}}{\text{Rp 10.000.000}} = 5 \text{ kali}$$

Artinya, perusahaan mampu membayar bunga 5 kali dari laba operasionalnya.

3. Rasio Total Utang Terhadap Total Aset (*Total Debt to Total Asstes Ratio*)

Rasio ini mengukur seberapa besar proporsi total utang perusahaan terhadap total asetnya. Rasio ini memberikan gambaran tentang sejauh mana aset perusahaan “dibiayai” oleh utang.

Rumus:

$$\text{Total Debt to Total Asstes Ratio Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \quad (2.9.2.3)$$

Contoh Soal:

Total utang perusahaan Rp 300.000.000 dan total aset Rp 600.000.000. Maka *Total Debt to Total Asstes Ratio*

$$\text{Total Debt to Total Asstes Ratio Ratio} = \frac{\text{Rp 300.000.000}}{\text{Rp 600.000.000}} = 0,5 \text{ atau } 50\%$$

Artinya, 50% aset perusahaan dibiayai oleh utang.

4. Rasio Cakupan Utang (*Debt Coverage Ratio*)

Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka panjangnya dari arus kas operasional.

Rumus:

$$\text{Debt Coverage Ratio} = \frac{\text{Arus Kas Operasional}}{\text{Pembayaran Utang Jangka Panjang}} \quad (2.9.2.4)$$

Contoh Soal:

Arus kas operasional sebesar Rp 120.000.000 dan pembayaran utang jangka panjang Rp 40.000.000. Maka *Debt Coverage Ratio*.....?

$$\text{Debt Coverage Ratio} = \frac{\text{Rp 120.000.000}}{\text{Rp 40.000.000}} = 3 \text{ kali}$$

Artinya, Perusahaan mampu menutup kewajiban utang 3 kali dari arus kasnya.

5. Rasio Hutang Jangka Panjang Terhadap Modal Kerja Bersih (*Long-Term Debt to Net Working Capital Ratio*)

Rasio ini menghubungkan antara hutang jangka panjang dengan modal kerja bersih, yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka panjang dari sumber daya operasional yang tersedia.

Rumus:

$$\text{Long - Term Debt to Net Working Capital Ratio} = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{(\text{Akriva Lanjar}-\text{Utang Lanjar})} \dots\dots\dots$$

(2.9.2.5)

Contoh Soal:

Utang jangka panjang Rp 150.000.000, aktiva lancar Rp 300.000.000, dan utang lancar Rp 100.000.000. Maka *Long-Term Debt to Net Working Capital Ratio* ... ?

$$\text{Long - Term Debt to Net Working Capital Ratio} = \frac{\text{Rp 150.000.000}}{(\text{Rp 300.000.000}-\text{Rp 100.000.000})} = 0,75$$

Artinya, Utang jangka panjang sebesar 75% dari modal kerja bersih.

2.9.3 Rasio Aktivitas

Pengertian Rasio Aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan. Rasio aktivitas juga digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Dari hasil pengukuran dengan rasio aktivitas akan terlihat apakah perusahaan lebih efisien dan efektif dalam mengelola aset yang dimilikinya atau mungkin justru sebaliknya [41]. Dalam praktiknya rasio aktivitas yang digunakan perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai.

Berikut ini adalah beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan dari penggunaan rasio aktivitas menurut antara lain [41]:

1. Untuk mengukur berapa kali penagihan piutang selama satu periode atau berapakah dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
2. Untuk menghitung hari rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*), dimana hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
3. Untuk menghitung berapa hari rata-rata sedian tersimpan dalam gudang.
4. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan (*working capital turn over*)

5. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
6. Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Berikut ada beberapa jenis rasio aktivitas sebagai berikut [41] :

1. Perputaran Total Aset (*Total Asset Turn Over*)

Perputaran total aset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan total aset yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan atau dengan kata lain untuk mengukur berapa jumlah penjualan yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara besarnya penjualan (tunai maupun kredit) dengan rata-rata total aset. Yang dimaksud dengan rata-rata total aset adalah total aset awal tahun ditambah total aset akhir tahun lalu dibagi dengan dua.

Rumus:

$$\text{Total Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \dots\dots\dots(2.9.3.1)$$

Contoh Soal:

Jika suatu perusahaan memiliki penjualan Rp500.000.000 dan total aset Rp250.000.000, maka *Total Asset Turn Over*..... ?

$$\text{Total Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp 500.000.000}}{\text{Rp 250.000.000}} = 2 \text{ Kali}$$

Artinya setiap Rp1 aset mampu menghasilkan Rp2 penjualan.

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

Perputaran modal kerja merupakan rasio yang mengukur atau menilai keefektifan modal perusahaan selama periode tertentu. Seberapa banyak modal kerja berputar selama satu atau suatu periode. Pengukurannya dengan membandingkan penjualan dengan modal kerja atau modal kerja rata-rata. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara besarnya penjuala (tunai maupun kredit) dengan rata-rata aset lancar. Yang dimaksud dengan rata-rata aset lancar adalah aset lancar awal tahun ditambah aset lancar akhir tahun lalu dibagi dua.

Rumus:

$$\text{Working Capital Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Rata-Rata}} \dots\dots\dots(2.9.3.2)$$

Contoh Soal:

Penjualan bersih = Rp400.000.000

Modal kerja rata-rata = Rp100.000.000

$$\text{Working Capital Turn Over} = \frac{\text{Rp } 400.000.000}{\text{Rp } 100.000.000} = 4 \text{ Kali}$$

Artinya modal kerja berputar 4 kali dalam satu periode.

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

Perputaran aktiva tetap merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan aset tetap yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan, atau dengan kata lain untuk mengukur seberapa efektif kapasitas aset tetap turut berkontribusi menciptakan penjualan (tunai maupun kredit) dengan rata-rata aset tetap. Yang dimaksud dengan rata-rata aset tetap adalah aset tetap awal tahun ditambah aset tetap akhir tahun lalu dibagi dengan dua.

Rumus:

$$\text{Fixed Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan (sales)}}{\text{Total Aktiva Tetap}} \quad (2.9.3.3)$$

Contoh Soal:

Penjualan = Rp600.000.000

Aktiva tetap = Rp300.000.000

$$\text{Fixed Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp } 600.000.000}{\text{Rp } 300.000.000} = 2 \text{ Kali}$$

Artinya setiap Rp1 aktiva tetap menghasilkan Rp2 penjualan.

4. Perputaran Persediaan (*Inventory Turn Over*)

Inventory Turn Over merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam persediaan akan berputar dalam satu periode atau berapa lama (dalam hari) rata-rata persediaan tersimpan digudang hingga akhirnya terjual. Rasio ini menunjukkan kualitas persediaan barang dagang dan kemampuan manajemen dalam melakukan aktivitas penjualan. Dengan kata lain, rasio ini menggambarkan seberapa cepat persediaan barang dagang berhasil dijual kepada pelanggan.

Rumus:

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Harga Pokok Barang yang Dijual}}{\text{Persediaan}} \quad (2.9.3.4)$$

Contoh Soal:

Harga pokok penjualan = Rp200.000.000

Persediaan = Rp50.000.000

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Rp } 200.000.000}{\text{Rp } 50.000.000} = 4 \text{ Kali}$$

Artinya persediaan berputar 4 kali dalam satu tahun.

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

Account Receivable Turn Over merupakan rasio yang memberikan informasi mengenai kualitas piutang perusahaan (piutang dagang). Piutang yang dimiliki perusahaan mempunyai hubungan erat dengan volume penjualan kredit [42], [43].

Rumus yang digunakan:

$$\text{Account Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-Rata Piutang}} \dots\dots\dots(2.9.3.5)$$

Contoh Soal:

Penjualan kredit = Rp300.000.000

Rata-rata piutang = Rp75.000.000

$$\text{Account Receivable Turn Over} = \frac{\text{Rp 300.000.000}}{\text{Rp 75.000.000}} = 4 \text{ Kali}$$

Artinya piutang dapat tertagih 4 kali dalam satu periode.

2.9.4 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas atau *profitability ratio* adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset, dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. [44].

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas adalah [45]:

1. Mengetahui tingkat kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam satu periode tertentu.
2. Membandingkan dan menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari dana yang tertanam dalam total aset dan total ekuitas.
5. Mengetahui tingkat laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
6. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
7. Mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih, mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih, dan mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam rasio profitabilitas antara lain [44], [45]:

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

Net Profit Margin atau margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Margin laba bersih ini disebut juga *profit margin ratio*. Salah satu manfaat rasio profitabilitas adalah untuk mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* semakin baik operasi suatu perusahaan.

Rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \quad (2.9.4.1)$$

Contoh Soal :

Pendapatan Penjualan Bersih (*Net Sales*) = Rp27.063.310.000.000.

Laba Bersih setelah Pajak (*Net Profit after Tax*) = Rp2.064.650.000.000.

Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)....?

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Rp 2.064.650.000.000}}{27.063.310.000.000} = 7,63\%$$

2. Return on Asset (ROA)

Tingkat pengembalian aset merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total aset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini.

Rumus :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \quad (2.9.4.2)$$

Contoh Soal:

Diketahui: laba bersih perusahaan sebesar Rp180.000.000 dan total aset Rp20.000.000, maka hitunglah ROA perusahaan.

ROA = Laba Bersih : Total Aset

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Rp 180.000.000}}{\text{Rp 20.000.000}} = 9\%$$

3. Return on Equity (ROE)

Return on Equity Ratio (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. ROE dihitung dari penghasilan (*income*) perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan oleh para pemilik perusahaan (pemegang saham biasa dan pemegang saham preferen). Return on equity menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya (*net worth*), sehingga tingkat

keuntungan diukur dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan. ROE yaitu rentabilitas modal sendiri atau yang disebut rentabilitas usaha.

Rumus :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \quad (2.9.4.3)$$

Contoh Soal :

Berdasarkan laporan keuangan yang diterbitkan per tanggal 31 Desember 2017, PT Megah Sejahtera yang bergerak di sektor konstruksi memiliki laba bersih setelah pajak sebesar Rp500 juta, total ekuitas para pemegang saham adalah sebanyak Rp800 juta.

Berapakah rasio pengembalian ekuitas atau Return of Equity (ROE) PT Megah Sejahtera?

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Rp 500.000.000}}{\text{Rp 800.000.000}} = 62,5\%$$

4. *Earnings Per Share of Common Stock*

Earning per share merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. Manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat memperhatikan *earning per share* karena menjadi indikator keberhasilan perusahaan.

Rumus :

$$\text{Earning Per Share of Common Stock} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Dividen Saham}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \quad (2.9.4.4)$$

Contoh Soal:

Perusahaan Setia Merdeka mempunyai saham yang beredar sebanyak 1 juta lembar pada tahun 2017, Laba bersih setelah pajak adalah Rp1 miliar.

Perusahaan Setia Merdeka kemudian memutuskan untuk membagikan 10% dividen atau sekitar Rp100 juta kepada pemegang sahamnya.

Berapakah Earning Per Share (EPS) atau Laba per lembar sahamnya ...?

$$\text{Earning Per Share of Common Stock} = \frac{(\text{Rp 1.000.000.000} - \text{Rp 100.000.000})}{1.000.000} = 900$$

5. *Return on Capital Employed (ROCE)*

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

Rumus :

$$\text{Return on Capital Employed} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (2.9.4.5)$$

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

Return on Sales adalah merupakan rasio profitabilitas yang menampilkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pembayaran biaya-biaya variabel produksi seperti upah pekerja, bahan baku, dan lain-lain sebelum dikurangi pajak dan bunga. Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan yang juga disebut *margin operasional* (operating margin) atau Margin pendapatan operasional (*operating income margin*).

Rumus:

$$\text{Return of Sales Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.9.4.6)$$

Contoh Soal:

PT Megah Sejahtera menghasilkan Laba sebelum Pajak dan Bunga sebesar Rp100 juta sedangkan Penjualan adalah sebesar Rp1,5 miliar.

Berapakah Return on Sales atau tingkat pengembalian Penjualan PT Megah Sejahtera...?

$$\text{Return of Sales Ratio} = \frac{\text{Rp } 100.000.000}{\text{Rp } 1.500.000.000} \times 100\% = 6,7\%$$