

TUGAS AKHIR

**ANALISIS RASIO KEUANGAN SEBAGAI ALAT PENILAIAN UNTUK
MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PADA PT AJIDHARMA CORPORINDO DI
JAKARTA**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian
Program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Industri**



Disusun Oleh :

NAMA : EFI LISTIA YUNI

NIM : 1711014

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA**

JAKARTA

2015

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulisan tugas akhir ini merupakan pemenuhan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan Program Studi D-IV di Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) Kementerian Perindustrian RI, Jurusan Manajemen Bisnis Industri.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, baik yang menyangkut etika penulisan, bahasa, maupun dari segi materi. Sehubungan dengan kekurangan-kekurangan tersebut, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak, sehingga dapat meningkatkan kualitas penulisan di masa yang akan datang.

Selanjutnya pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama pada :

- Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya telah memberi petunjuk sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- Kedua Orang Tua tercinta, kakak saya Tera Nina dan adik-adik saya Trisia, Igam, Nisa atas seluruh doa, motivasi dan dukungan baik moril maupun materiil.
- Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Kementerian Perindustrian RI.
- Bapak P. Immanuel Bangun, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Industri sekaligus dosen pembimbing PKL dan Tugas Akhir saya yang telah memberikan nasehat dan motivasinya.
- Bapak Sony Taufan selaku dosen STMI yang banyak membantu saya selama di STMI.

- Ibu Satyawati selaku pemilik PT Ajidharma Corporindo dan seluruh karyawan di PT Ajidharma Corporindo yang telah mengizinkan dan membimbing saya selama PKL di PT Ajidharma Corporindo.
- Dosen-dosen MBI yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada saya.
- Anjar Kosasih yang telah memberikan saya kasih sayang, doa, suka duka, motivasi, dan dukungannya yang tiada henti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- Patner PKL saya Ary Pujiasti yang bersama-sama berjuang dalam mengerjakan Laporan PKL dan Tugas Akhir ini.
- Trya Lovenia selaku senior saya yang telah mengajarkan saya dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
- Sahabat-sahabat saya Palupi Arkani, Chintya Putri Arista, Christina Lumban Gaol, Grace Haydi, dan Karina Rehulina yang telah membantu saya dalam menyusun Tugas Akhir ini.
- Ayu Rahmawati yang telah berjuang bersama-sama saya dalam menyusun tugas akhir ini.
- Teman-teman dari organisasi yang saya emban HMMBI dan BEM yang telah memberikan saya dukungan.
- Teman-temen seperjuangan MBI 2011 yang memberikan informasi dan masukan yang membangun. Baik kelas pagi maupun kelas malam yang selalu saling membantu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Sahabat sekaligus rekan kerja saya Mutiara Wandaresa dan Elsa Rizky Amelia yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya selama ini.
- All Team BCA Gunung Sahari yang telah memberikan dukungan dan ijinnya selama ini untuk mengerjakan Tugas Akhir.
- dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Jakarta, November 2015

Penulis

ABSTRAK

PT Ajidharma Corporindo adalah perusahaan yang memproduksi produk-produk sanitasi hygiene yaitu sabun cuci tangan dan sabun cuci piring. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh PT Ajidharma Corporindo adalah pencatatan laporan keuangan yang masih sederhana. Pada penelitian ini rumusan masalah adalah Bagaimana kinerja keuangan pada PT Ajidharma Corporindo dinilai dari rasio-rasio keuangan, meliputi rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan profitabilitas. Tujuan dari penelitian ini menilai kinerja keuangan apakah dalam keadaan baik atau tidak ditinjau dari rasio-rasio keuangan. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data laporan keuangan yang terdiri dari Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal dan Neraca dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Berdasarkan pada pengolahan data yang dilakukan menggunakan analisis rasio secara keseluruhan untuk rasio likuiditas yang terdiri dari rasio lancar, rasio cepat, dan rasio kas mempunyai nilai yang baik dengan menggunakan analisis rasio secara *time series*. Untuk rasio solvabilitas yang terdiri dari rasio hutang terhadap modal dan rasio utang terhadap total aktiva mempunyai nilai yang baik dengan menggunakan analisis *time series*. Untuk rasio aktivitas yang terdiri dari rasio perputaran persediaan bahan baku, barang jadi, perputaran piutang, pengumpulan piutang mempunyai nilai baik dengan analisis *time series*. Namun untuk rasio perputaran aktiva tetap dan perputara aktiva dengan analisis *time series* mempunyai nilai buruk. Untuk rasio profitabilitas terdiri dari margin laba kotor, margin laba operasi, margin laba bersih, *Return on Investment* (ROI) atau ROA, *Return on Equity* (ROE) yang mempunyai nilai baik dengan analisis *time series*.

Kata kunci: laporan keuangan, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 BATASAN MASALAH	6
1.5 MANFAAT PENELITIAN	6
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Laporan Keuangan	9
2.2 Jenis Laporan Keuangan	9
2.3 Tujuan Laporan Keuangan	11
2.4 Sifat Laporan Keuangan	12
2.5 Pihak-Pihak yang Memerlukan Laporan Keuangan.....	12
2.6 Pengertian Analisis Laporan Keuangan	14
2.7 Tujuan dan Manfaat Analisis Laporan Keuangan	15
2.8 Keterbatasan Analisis Laporan Keuangan.....	16
2.9 Analisis rasio keuangan	17
2.10 Keunggulan analisis rasio.....	17
2.11 Keterbatasan analisis rasio.....	18
2.12 Jenis-Jenis Rasio.....	18
2.13 Cara Memahami / Menafsirkan Rasio Keuangan.....	24
2.14 Pengertian Kinerja.....	25
BAB III	26

METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis data yang dibutuhkan.....	26
3.2 Sumber Data	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Metode Pengolahan Data.....	28
3.5 Teknik Analisis.....	28
3.5.1. Rasio Likuiditas (<i>Liquidity Ratios</i>).....	28
3.5.2. Rasio-rasio Hutang (<i>Solvabilitas Ratios</i>).....	29
3.5.3. Rasio Aktivitas.....	30
3.5.4. Rasio-rasio Profitabilitas (<i>Profitability/Rentabilitas Ratios</i>)	31
3.6. Kerangka Pemecahan Masalah.....	33
BAB IV	34
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT Ajidharma Corporindo	34
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	35
4.1.3 Struktur Organisasi	35
4.1.4 Identitas Perusahaan	39
4.2 Bidang Pemasaran	39
4.2.1 Pasar Sasaran	39
4.2.2 Strategi Pemasaran.....	44
4.3 BIDANG PRODUKSI	51
4.3.1 Jenis Proses Produksi Ditinjau dari Segi Proses Menghasilkan Output	51
4.3.2 Sistem Produksi Menurut Tujuan Operasinya	52
4.3.3 Lokasi dan <i>Layout</i> Pabrik	53
4.3.4 Proses Produksi.....	54
4.3.5 Pengemasan :	58
4.3.6 Pengiriman Produk	58
4.4 BIDANG PERSONALIA.....	60
4.4.1 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	60
4.4.2 Gaya Kepemimpinan	64
4.2 Pengolahan Data.....	65

BAB V.....	76
ANALISA DATA	76
5.1 Perhitungan Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, dan Profitabilitas ...	76
5.2. Analisa Data	83
5.2.1. Rasio Likuiditas	84
5.2.2. Rasio Solvabilitas	85
5.2.3. Rasio Aktivitas	86
5.2.4. Rasio Profitabilitas	88
5.3. Aspek produksi.....	89
5.2.3 Aspek pemasaran.....	90
5.4 . Aspek Personalia	91
BAB VI	92
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
6.1 Kesimpulan.....	92
6.1.2 Aspek Produksi, Pemasaran dan Personalia	93
Daftar Pustaka	94

DAFTAR TABEL

Tabel 4-1 Variabel Demografis	41
Tabel 4-2 Variabel Psikografis	42
Tabel 4-3 Uraian produk	46
Tabel 4-4 Bahan Baku Sabun Cuci Piring.....	55
Tabel 4-5 Bahan Baku Sabun Cuci Tangan	55
Tabel 4-6 Biaya Investasi.....	67
Tabel 4-7 Biaya Penyusutan.....	68
Tabel 4-8 Biaya Pemasaran	68
Tabel 4-9 Harga Produk.....	69
Tabel 4-10 Biaya Gaji Karyawan	69
Tabel 4-11 Biaya Listrik, Telepon, Air Pabrik.....	70
Tabel 4-12 Data Penjualan	70
Tabel 4-13 Harga Pokok Penjualan	71
Tabel 4-16 Laporan Laba Rugi.....	72
Tabel 4-17 Laporan Perubahan Laba Ditahan.....	73
Tabel 4-18 Laporan Arus Kas	73
Tabel 4-19 Laporan Neraca Tahun	74
Tabel 4-20 Hasil Perhitungan Rasio.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3-1 kerangka Pemecahan Masalah	33
Gambar 4-2 Struktur Organisasi PT. Ajidharma Corporindo	36
Gambar 4-3 Contoh produk	46
Gambar 4-4 <i>layout</i> pabrik PT Ajidharma Corporindo	54
Gambar 4-5 Mesin Pengaduk (Mixer)	57
Gambar 4-6 Proses Pengadukan (<i>Mixing</i>)	58
Gambar 4-7 Tempat Penyimpanan	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar nasional maupun dipasar internasional. Meningkatnya intensitas persaingan juga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara yang lebih inovasi daripada yang dilakukan para pesaingnya. Saat ini tuntutan konsumen selalu meningkat dan berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi yang mengakibatkan cepatnya perubahan selera konsumen terhadap suatu produk. Semakin kompleks kebutuhan konsumen terhadap produk, maka semakin banyak jenis produk yang diperlukan untuk memenuhi segmentasi pasar sehingga tingkat persaingan dipasaran meningkat.

Dilihat dari sudut pandang yang berbeda dengan keadaan yang sekarang ini penyusun memulai praktek kerja lapangan di salah satu perusahaan sanitasi hygiene yang terdapat di daerah Sunter Jakarta Utara. Sanitasi hygiene menjadi salah satu kebutuhan setiap orang, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun untuk keperluan usaha. Penggunaan sanitasi dalam kehidupan sehari-hari sudah tidak asing lagi, terutama sesuai dengan fungsi utamanya sebagai pembersih kotoran, lemak, pelembut pakaian dan lain-lain. Sanitasi yang digunakan antara lain sabun cuci piring, sabun cuci tangan, pembersih lantai dan pelembut pakaian adalah salah satu produk yang

telah banyak digunakan oleh setiap orang. Seiring dengan perkembangan zaman harapan konsumen terhadap kapasitas produk ini mulai berubah. Hal ini sedikit banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor kebutuhan manusia seperti gaya hidup, kesehatan, maupun kepedulian akan pelestarian lingkungan. Berangkat dari kondisi yang demikian penyusun yang telah melakukan kerja lapangan pada pabrik sanitasi hygiene belajar mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan materi-materi perkuliahan yang ada dengan tuntutan agar mahasiswa bisa menjadi pengusaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Pada umumnya suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba. Laba merupakan hasil yang menguntungkan atas usaha yang dilakukan perusahaan pada suatu periode tertentu. Dengan laba ini dapat digunakan perusahaan untuk tambahan pembiayaan dalam menjalankan usahanya, dan yang terpenting adalah sebagai alat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Laba hanya bisa diperoleh dengan adanya kinerja yang baik dari perusahaan itu sendiri. Untuk itu penilaian terhadap perusahaan sangat penting dan bermanfaat, baik bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yang berkepentingan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Bagi suatu perusahaan kinerja dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menilai keberhasilan usahanya, juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi pihak luar perusahaan dapat digunakan sebagai bahan

pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Untuk mengetahui kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari aspek keuangan dan aspek non keuangan. Dari aspek non-keuangan, kinerja dapat diketahui dengan cara, mengukur tingkat kejelasan pembagian fungsi dan wewenang dalam struktur organisasinya, mengukur tingkat kualitas sumber daya yang dimilikinya, mengukur tingkat kesejahteraan pegawai dan karyawannya, mengukur kualitas produksinya, mengukur tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta dengan mengukur tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial sekitarnya.

Penilaian kinerja melalui aspek non-keuangan relatif lebih sulit dilakukan, karena penilaian dari satu orang berbeda dengan hasil penilaian orang lain. Sehingga dalam penilaian kinerja kebanyakan perusahaan menggunakan aspek keuangan. Analisis keuangan yang sering digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan adalah analisis rasio keuangan. Dengan analisis rasio keuangan akan dapat diketahui tingkat likuiditas, tingkat solvabilitas, tingkat aktivitas dan tingkat profitabilitas perusahaan.

Dengan mengetahui tingkat suatu perubahan, maka akan dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan jaminan harta lancarnya. Tingkat likuiditas ini sangat berguna bagi perusahaan khususnya kreditur yang memberikan kredit jangka pendek. Pada tingkat solvabilitas, akan dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajibannya dengan jaminan harta yang dimilikinya, tingkat solvabilitas ini sangat berguna bagi kreditur, untuk

memberikan kredit jangka pendek maupun jangka panjang. Dan dengan mengetahui profitabilitas, maka akan dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal yang dimilikinya, hal ini sangat penting untuk mengetahui efisiensi suatu perusahaan. Rasio aktivitas dapat digunakan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Jadi dengan mengetahui tingkat likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan aktivitas suatu perusahaan, maka akan dapat diketahui keadaan perusahaan yang bersangkutan, apakah perusahaan tersebut baik atau buruk sehingga dapat diperkirakan tentang kelangsungan hidup perusahaan yang bersangkutan.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan PT Ajidharma Corporindo adalah dalam pencatatan keuangan hanya berdasarkan laporan keuangan yang tidak sesuai standar akuntansi. Sehingga perusahaan tidak mengetahui secara pasti kondisi keuangannya.

Laporan keuangan dirancang untuk pihak-pihak pembuat keputusan, baik didalam maupun diluar perusahaan. Isi laporan adalah mengenai posisi keuangan perusahaan dalam periode tertentu. Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses keuangan dan merupakan bagian terpenting dalam menyampaikan informasi ekonomis suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang memerlukan. Jika di dalam sebuah perusahaan telah terdapat laporan keuangan yang memadai atau sesuai standar maka dapat dianalisis kinerja keuangan keuangannya dengan menggunakan teknik analisis laporan keuangan.

Berdasarkan hal yang telah dikemukakan di atas, maka penulis memilih judul tugas akhir dengan judul **“Analisis Rasio Keuangan sebagai Alat Penilaian untuk Mengukur Kinerja Keuangan pada PT Ajidharma Corporindo”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah-masalah yang akan menjadi pokok pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar tingkat likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas berdasarkan dari laporan keuangan yang disajikan dari tahun 2012-2014
2. Berapa besar perubahan tingkat likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas selama periode 2012-2014.
3. Bagaimana kinerja keuangan PT. Ajidharma Corporindo dari tahun 2012-2014.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui kinerja keuangan agar pemimpin perusahaan dapat mengambil suatu keputusan dalam masalah keuangan di perusahaan PT Ajidharma Corporindo

1.4 BATASAN MASALAH

Untuk membatasi masalah dalam penelitian ini agar pembahasannya terfokus, maka ruang lingkupnya dibatasi dengan menitik beratkan pada laporan keuangan perusahaan berupa neraca dan laporan laba rugi selama 3 tahun yaitu 2012-2014 dengan metode time series analysis dan teknik analisis rasio yang digunakan meliputi rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi PT Ajidharma Corporindo sendiri adalah untuk mengetahui kinerja keuangannya.

2. Bagi Penulis

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman, dan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Pembaca

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi bagi para akademisi dalam menyusun tugas akhir.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Laporan Keuangan

Pada umumnya laporan keuangan terdiri atas tiga hal utama, yaitu neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan modal. Dalam perkembangannya laporan keuangan ditambah dengan satu laporan lagi, yaitu laporan arus kas. Dalam pengertian sederhana laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam periode tertentu. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Biasanya laporan keuangan dibuat per periode, misalnya 3 bulan atau 6 bulan untuk kepentingan internal perusahaan, atau 1 tahun sekali untuk laporan yang lebih luas.

Laporan keuangan menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan. Dalam praktiknya dikenal beberapa macam laporan keuangan seperti :

1. Neraca
2. Laporan laba rugi
3. Laporan perubahan modal
4. Laporan catatan atas laporan keuangan
5. Laporan arus kas

2.2 Jenis Laporan Keuangan

1. Neraca

Laporan Neraca adalah laporan keuangan yang menunjukkan posisi keuangan (Aktiva, Hutang, dan Modal) pada suatu saat tertentu biasanya dihitung pada akhir periode. Untuk kelompok aktiva diklasifikasikan dari tingkat likuiditasnya yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap. Sedangkan untuk

hutang dibagi menurut jangka waktunya yaitu hutang jangka dan hutang jangka pendek. Komponen terakhir dari suatu neraca adalah modal.

Dalam neraca disajikan berbagai informasi yang berkaitan dengan komponen yang ada di neraca. Secara lengkap informasi yang disajikan dalam neraca meliputi :

1. Jenis-jenis aktiva atau harta (assets) yang dimiliki.
2. Jumlah rupiah masing-masing jenis aktiva.
3. Jenis-jenis kewajiban atau hutang (liability).
4. Jumlah rupiah masing-masing jenis kewajiban.
5. Jenis-jenis modal.
6. Jumlah rupiah masing-masing jenis modal.

2. Laporan Rugi Laba

Laporan Laba Rugi adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba (atau rugi) bersih.

Seperti halnya neraca, laporan laba rugi memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan. Adapun informasi yang disajikan perusahaan dalam laporan laba rugi meliputi :

1. Jenis-jenis pendapatan yang diperoleh dalam satu periode.
2. Jumlah rupiah dari masing-masing jenis pendapatan.
3. Jumlah keseluruhan pendapatan.
4. Jenis-jenis biaya atau beban dalam suatu periode.
5. Jumlah rupiah masing-masing biaya atau beban yang dikeluarkan.
6. Jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan.
7. Hasil usaha yang diperoleh dengan mengurangi jumlah pendapatan dengan biaya. Selisih ini disebut laba atau rugi.

3. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal menggambarkan jumlah modal yang dimiliki perusahaan saat ini. Kemudian, laporan ini juga menunjukkan perubahan modal serta sebab-sebab berubahnya modal. Informasi yang diberikan dalam laporan perubahan modal meliputi:

1. Jenis-jenis dan jumlah modal yang ada saat ini
2. Jumlah rupiah tiap jenis modal
3. Jumlah rupiah modal yang berubah
4. Seba-sebab berubahnya modal
5. Jumlah rupiah modal sesudah perubahan

4. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang (kas) perusahaan. Arus kas masuk berupa pendapatan atau pinjaman dari pihak lain, sedangkan arus kas keluar merupakan biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Baik arus kas masuk maupun arus kas keluar dibuat untuk periode tertentu.

5. Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan

Laporan catatan atas laporan keuangan adalah laporan yang dibuat berkaitan dengan laporan keuangan yang disajikan. Laporan ini memberikan informasi tentang penjelasan yang dianggap perlu atas laporan keuangan yang ada sehingga menjadi jelas sebab penyebabnya. Tujuannya adalah agar pengguna laporan keuangan dapat memahami jelas data yang disajikan.

2.3 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan disusunnya laporan keuangan adalah :

Menurut Dr. Kasmir tujuan pembuatan dan penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi pada aktiva, pasiva dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.
8. Informasi keuangan lainnya.

2.4 Sifat Laporan Keuangan

Dalam praktiknya, sifat laporan keuangan dibuat:

- Bersifat historis
Artinya bahwa laporan keuangan dibuat dan disusun dari data masa lalu atau masa yang sudah lewat dari masa sekarang misalnya laporan keuangan disusun berdasarkan data 1 atau 2 atau beberapa tahun kebelakang (tahun atau periode sebelumnya)
- Menyeluruh
Bersifat menyeluruh maksudnya laporan keuangan dibuat selengkap mungkin. Artinya, Laporan keuangan disusun sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

2.5 Pihak-Pihak yang Memerlukan Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2011:120) laporan keuangan merupakan komoditi yang bermanfaat dan dibutuhkan, karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan para pemakainya dalam dunia

bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan. Dengan membaca laporan keuangan dengan tepat, seseorang dapat melakukan tindakan ekonomi menyangkut lembaga perusahaan yang dilaporkan dan diharapkan akan menghasilkan keuntungan baginya.

Diantaranya pihak yang membutuhkan laporan keuangan antara lain:

1. Pemilik Perusahaan

Melalui laporan keuangan perusahaan, pemilik perusahaan akan mengetahui bagaimana kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan yang dimilikinya. Sehingga hal ini bisa menjadi alat untuk mengetahui prestasi para karyawan serta untuk menentukan pengembangan perusahaan di masa yang akan datang. Dari laporan keuangan perusahaan ini pula, pemilik bisa mengetahui perkiraan laba yang akan diperolehnya dalam jangka waktu tertentu.

2. Investor

Investor ingin mengetahui kondisi keuangan perusahaan, asset, utang, modal, biaya, dan laba. Ia juga ingin melihat prestasi perusahaan dalam pengelolaan manajemen yang diberikan amanah. Ia juga ingin mengetahui jumlah dividen yang akan diterima, jumlah pendapatan persaham, jumlah laba yang ditahan. Juga mengetahui perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu.

3. Analisis Pasar Modal

Analisis pasar modal selalu melakukan baik analisis tajam dan lengkap terhadap laporan keuangan perusahaan yang go public maupun yang berpotensi masuk pasar modal. Ia ingin mengetahui nilai perusahaan, kekuatan dan posisi keuangan perusahaan.

4. Manajer

Laporan keuangan merupakan alat pertanggung jawaban dari jajaran manajemen perusahaan kepada pemilik perusahaan. Dari laporan keuangan dapat diketahui hal-hal sebagai berikut :

- a. Mengetahui efektivitas biaya dari berbagai aktivitas perusahaan.
- b. Mengetahui efisiensi dari setiap divisi perusahaan

- c. Sebagai alat ukur kinerja dari masing tiap individu yang sudah diberikan tanggung jawab serta wewenang.
- d. Media untuk menentukan perlu atau tidaknya sebuah kebijakan baru dalam periode yang akan datang.
- e. Media untuk memperkirakan seberapa besarnya reward yang akan diterima dari pemilik perusahaan atas kinerja yang telah dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

5. Karyawan dan Serikat Pekerja

Karyawan perlu mengetahui kondisi keuangan perusahaan untuk menetapkan apakah ia masih terus bekerja disitu atau pindah. Ia juga perlu mengetahui hasil usaha perusahaan supaya ia bisa menilai apakah penghasilan yang diterimanya adil atau tidak.

6. Pemerintah

Besar pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada pemerintah bisadiketahui dari laporan keuangan yang diberikan kepada pemerintah. Sehingga pemerintah bisa menetapkan besaran pajak yang akan diterima oleh perusahaan sebagai dasar pembuatan perencanaan kebijakan dan proses pembangunan.

7. Masyarakat

Bagi masyarakat pada umumnya, laporan keuangan perusahaan bisa menjadi dasar untuk mengetahui pertumbuhan perusahaan. Sehingga akan diketahui mengenai jumlah pekerja yang ada dalam sebuah perusahaan. Demikian juga bagi mereka yang sedang melaukan proses penelitian di bidang keuangan bisa mendapatkan informasinya dari hal ini.

2.6 Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Setelah laporan keuangan disusun berdasarkan data yang relevan serta dilakukan dengan prosedur akuntansi dan penilaian yang benar, akan terlihat kondisi keuangan perusahaan. Agar laporan keuangan dapat dipahami dan dimengerti oleh berbagai pihak perlu diperlukan analisis laporan keuangan. Tujuannya agar dapat mengetahui posisi keuangan

perusahaan saat ini. Hasil analisis laporan keuangan juga akan memberikan informasi tentang kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga manajemen dapat memperbaiki kelemahan dan meningkatkan kekuatan.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2011:190) analisis Laporan Keuangan terdiri dari dua kata Analisis dan Laporan Keuangan. Untuk menjelaskan pengertian kata ini maka kita dapat menjelaskannya dari arti masing-masing kata. Kata analisis adalah memecahkan atau menguraikan sesuatu unit menjadi berbagai unit terkecil. Sedangkan laporan keuangan adalah Neraca, Laba/Rugi, dan Arus Kas (Dana). Kalau dua pengertian ini digabungkan maka makna dari analisa laporan keuangan adalah menguraikan pos-pos laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau yang mempunyai makna antara satu dengan yang lain baik antara data kuantitatif maupun data nonkuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat.

2.7 Tujuan dan Manfaat Analisis Laporan Keuangan

Menurut Dr. Kasmir secara umum dikatakan bahwa tujuan dan manfaat analisis laporan keuangan adalah :

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal, maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk periode tertentu.
2. Untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan apa saja yang dimiliki perusahaan.
3. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan ke depan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
4. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal.
5. Sebagai pembandingan dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

2.8 Keterbatasan Analisis Laporan Keuangan

Dalam prinsip-prinsip akuntansi (menurut Ikatan Akuntansi Indonesia Jakarta 1974:14) sifat dan keterbatasan laporan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Laporan keuangan bersifat historis, yaitu merupakan laporan atas kejadian yang telah lewat. Karenanya, laporan keuangan tidak dapat dianggap sebagai satu-satunya sumber informasi dalam proses pengambilan keputusan ekonomi.
2. Laporan keuangan bersifat umum, disajikan untuk semua pemakai dan bukan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pihak tertentu saja misalnya pajak, bank.
3. Proses penyusunan laporan keuangan tidak luput dari penggunaan taksiran dan berbagai pertimbangan.
4. Akuntansi hanya melaporkan informasi yang material. Demikian pula, penerapan prinsip akuntansi terhadap suatu fakta atau pos tertentu mungkin tidak dilaksanakan jika hal ini tidak dianggap material terhadap kelayakan laporan keuangan.
5. Laporan keuangan bersifat konservatif dalam menghadapi ketidakpastian. Bila terdapat beberapa kemungkinan kesimpulan tidak pasti mengenai penilaian suatu pos, maka lazimnya dipilih alternatif yang dihasilkan laba bersih atau nilai aktiva yang paling kecil.
6. Laporan keuangan lebih menekankan pada makna ekonomis suatu peristiwa/transaksi daripada bentuk hukumnya (*formalitas*), (*substance over form*).
7. Laporan keuangan disusun dengan menggunakan istilah-istilah teknis, dan pemakai laporan keuangan diasumsikan memahami bahasa teknis akuntansi dan sifat dari informasi akuntansi yang dilaporkan.
8. Adanya berbagai alternatif metode akuntansi yang dapat digunakan menimbulkan variasi dalam pengukuran sumber-sumber ekonomis dan tingkat kesuksesan antar perusahaan.

9. Informasi yang bersifat kualitatif dan fakta yang tidak dapat dikuantifikasikan umumnya diabaikan.

2.9 Analisis rasio keuangan

Pengertian rasio keuangan menurut James C Van Horne merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi yang diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Dari hasil rasio keuangan ini akan terlihat kondisi kesehatan perusahaan yang bersangkutan. Jadi rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada dalam laporan keuangan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.

2.10 Keunggulan analisis rasio

Menurut Sofya Syafri Harahap (2011:298) analisis rasio ini memiliki keunggulan dibanding teknik analisis lainnya. Keunggulan tersebut adalah:

1. Rasio merupakan angka-angka atau ikhtisar statistik yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan,
2. Merupakan pengganti yang lebih sederhana dari informasi yang disajikan laporan keuangan yang sangat rinci dan rumit,
3. Mengetahui posisi perusahaan di tengah industri lain,
4. Sangat bermanfaat untuk bahan dalam mengisi model-model pengambilan keputusan dan model prediksi,
5. Lebih mudah memperbandingkan perusahaan dengan perusahaan lain atau melihat perkembangan perusahaan secara periodic,
6. Lebih mudah melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi di masa yang akan datang.

2.11 Keterbatasan analisis rasio

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2011:298) disamping keunggulan yang dimiliki analisis rasio, teknik ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang harus disadari sewaktu penggunaannya agar kita tidak salah dalam penggunaannya.

Adapun keterbatasan analisis rasio itu adalah:

1. Kesulitan dalam memilih rasio yang tepat yang dapat digunakan untuk kepentingan pemakainya
2. Keterbatasan yang dimiliki akuntansi atau laporan keuangan juga menjadi keterbatasan teknik seperti:
 - a. Bahan perhitungan rasio atau laporan keuangan itu banyak mengandung taksiran yang dapat dinilai bias atau subjektif,
 - b. Nilai yang terkandung dalam laporan keuangan dan rasio adalah nilai perolehan (*cost*) bukan harga pasar,
 - c. Klasifikasi dalam laporan keuangan bisa berdampak pada angka rasio,
 - d. Metode pencatatan yang tergambar dalam standar akuntansi bisa diterapkan berbeda oleh perusahaan yang berbeda.
3. Jika data untuk menghitung rasio tidak tersedia, akan menimbulkan kesulitan menghitung rasio
4. Sulit jika data yang tersedia tidak sinkron
5. Data perusahaan yang dibandingkan bisa saja teknik dan standar akuntansi yang dijalankan tidak sama. Oleh karenanya jika dilakukan perbandingan bisa menimbulkan kesalahan.

2.12 Jenis-Jenis Rasio

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2011:259) umumnya rasio yang dikenal dan populer adalah: rasio-rasio likuiditas, rasio-rasio solvabilitas, dan rasio-rasio profitabilitas. Namun sebenarnya banyak lagi rasio yang dapat dihitung dari laporan keuangan yang dapat memberikan informasi bagi analis misalnya: rasio-rasio aktivitas, rasio-rasio pasar modal, rasio-rasio pertumbuhan dan sebagainya.

Seorang penulis J. Courties, melihat tiga aspek penting dalam menganalisa laporan keuangan, yaitu sebagai berikut:

1. Profitabilitas. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang digambarkan oleh *Return On Investment* (ROI). Ia melihat ROI ini digambarkan lebih rinci lagi oleh rasio *Profit Margin* dan *Capital Turnover*.
2. *Management performance* adalah rasio yang dapat menilai prestasi manajemen. Ia melihat dari segi kebijakan kredit, persediaan, dan struktur harta dan modal.
3. *Solvency*. Kemampuan perusahaan melunasi kewajibannya. *Solvency* ini digambarkan oleh arus kas baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Bambang Riyanto (2001:332) adapun jenis rasio keuangan yang sering digunakan adalah:

1. Rasio-rasio Likuiditas (*Liquidity Ratios*)
2. Rasio-rasio Aktivitas (*Activity Ratios*)
3. Rasio-rasio Utang (*Debt Ratios*)
4. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratios*)

Berikut ini penjelasan mengenai rasio-rasio, yaitu:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratios*)

Rasio likuiditas atau rasio kelancaran menunjukkan tingkat kelancaran suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini menggambarkan tentang seberapa mampu perusahaan membayar semua kewajibannya yang jatuh tempo dalam waktu kurang dari satu tahun. Biasanya rasio-rasio dalam kelompok ini berkaitan dengan unsur aset lancar dan kewajiban lancar.

Jenis-jenis rasio likuiditas antara lain:

- a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya (utang lancar). Rasio ini diukur sebagai perbandingan antara aset lancar dan utang lancar. Idealnya rasio ini adalah lebih besar dari 1 atau 100%, karena pada besaran

tersebut jumlah aset lancar yang dijadikan dasar dalam pemenuhan utang lancarnya masih lebih tinggi. Artinya dengan rasio yang lebih tinggi dari 1 atau 100%, perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo. Dalam hal ini perusahaan dikatakan likuid.

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b. Rasio Kas (Cash Ratio)

Rasio kas adalah rasio yang mencerminkan seberapa baik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancarnya jika dibandingkan dengan besaran nilai kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi. Semakin tinggi aliran kas dari aktivitas operasi yang diperoleh, semakin baik pengelolaan perusahaan tas komponen-komponen penghasil kas.

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat adalah rasio yang menunjukkan likuid tidaknya perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Ukuran likuid tidaknya suatu perusahaan jika dilihat dari rasio ini ditunjukkan oleh besaran yang dihitung yaitu jika mendekati 1 atau lebih tinggi dari 1 atau 100% maka perusahaan dikatakan sangat likuid, karena secara ekonomis

perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa mengganggu akun-akun lain.

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aktiva Lancar - Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

2. Rasio-rasio Hutang (*Solvabilitas Ratios*)

Rasio ini menggambarkan seberapa besar kemampuan hutang dalam membiayai kegiatan perusahaan. Selain itu juga untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajibannya jika perusahaan dilikuidasi. Disebut juga *leverage ratio*.

a. Rasio Utang Atas Aktiva (*Debt To Asset Ratio*)

Rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi oleh aktiva. Makin besar rasionya menunjukkan ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya.

$$\text{Rasio Utang Atas Aktiva} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

b. Rasio Hutang Atas Modal (*Debt To Equity Ratio*)

Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal dari pemilik perusahaan dapat menutupi hutang-hutang pada pihak luar. Semakin kecil rasio semakin baik.

$$\text{Rasio Utang Atas Modal} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas dapat digunakan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Beberapa jenis rasio aktivitas sebagai berikut:

a. Perputaran Persediaan (*inventory turnover ratio*)

Rasio ini berfungsi untuk mengukur berapa kali terjadi perputaran dana mulai dari kas ke inventory dan kembali menjadi kas dalam setahun.

$$\text{Rasio Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}} \times 100\%$$

b. Perputaran Aktiva Tetap (*fix asset turnover*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur apakah perusahaan sudah menggunakan kapasitas aktiva tetap sepenuhnya atau belum.

$$\text{Rasio Perputaran Aktiva tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100\%$$

c. Perputaran Total Aktiva (*total asset turnover*)

Rasio ini berfungsi mengukur kemampuan total asset untuk menghasilkan jumlah penjualan dalam satu periode tertentu.

$$\text{Rasio Perputaran Total Aktiva} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

4. Rasio-rasio Profitabilitas (*Profitability/Rentabilitas Ratios*)

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal dan lain-lain. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan laba terhadap penjualan bersih dalam periode yang bersangkutan.

a. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Rasio ini menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan.

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b. Margin Laba Operasi (*Operating Profit Margin*)

Rasio ini menggambarkan laba operasi yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan.

$$\text{Margin Laba Operasi} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

d. Rasio Laba Bersih Terhadap Total Aktiva (*Return On Asset /ROA*)

Mengukur kemampuan seluruh aktiva perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak (*Earning After Text/EAT*) dalam satu periode tertentu.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

e. Rasio Laba Bersih Terhadap Modal Sendiri (*Return On Equity/ROE*)

Rasio ini menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih jika diukur dari modal pemilik. Semakin besar semakin bagus.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

2.13 Cara Memahami / Menafsirkan Rasio Keuangan

Dalam melakukan analisis rasio keuangan ini, metode teknik yang digunakan, yaitu:

A. Metode Runut Waktu (*Time-Series*)

Analisis Runut Waktu (*Time-Series*) adalah membandingkan masing-masing rasio pada tahun tertentu dengan rasio-rasio sejenis pada tahun-tahun sebelumnya dari perusahaan itu sendiri.

2.14 Pengertian Kinerja

Kinerja (Prestasi Kerja) adalah suatu hasil kerja yang dicapai dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya berdasarkan atas kecakapan dan kesungguhan waktu. (Maluyu.S.P Hasibuan 2001: 34)

Kinerja merupakan perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karya sesuai dengan perannya dalam perusahaan. (Veizal Rivai 2004 : 309)

Kinerja Keuangan merupakan gambaran setiap hasil ekonomi yang mampu diraih oleh perusahaan pada periode tertentu melalui aktivitas – aktivitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara efisien dan efektif yang dapat diukur perkembangannya dengan mengadakan analisis terhadap data-data keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan. (Yunanto Adi Kusumo)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis data yang dibutuhkan.

- a. Berdasarkan cara memperolehnya :
 1. *Data Primer* adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Cara mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan wawancara.
 2. *Data Sekunder* adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Dalam hal ini data sekunder yang diperoleh yaitu salah satunya buku
- b. Berdasarkan sumber datanya :
 1. *Data Internal* adalah data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Misal : data keuangan, data pegawai, data produksi, dsb.
 2. *Data Eksternal* adalah data yang menggambarkan situasi serta kondisi yang ada di luar organisasi. Contohnya adalah data jumlah penggunaan suatu produk pada konsumen, tingkat preferensi pelanggan, persebaran penduduk menurut tingkat ekonominya, dan lain sebagainya.
- c. Berdasarkan jenis datanya :
 1. *Data Kuantitatif* adalah data yang dipaparkan dalam bentuk angka-angka. Misalnya adalah jumlah pembeli saat hari raya idul adha, tinggi badan siswa kelas 3 ips 2, dan lain-lain.
 2. *Data Kualitatif* adalah data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna. Contohnya seperti persepsi konsumen terhadap barang hasil produksi, pengertian dari para ahli dan lain-lain.

Untuk melakukan penelitian kinerja yang ada pada perusahaan PT Ajidharma Corporindo memerlukan data laporan keuangan yang terdiri dari laporan rugi laba dan neraca serta data sekunder lainnya dari buku-buku sebagai referensi tambahan.

3.2 Sumber Data

Data yang digunakan untuk melakukan penelitian bersumber dari perusahaan yang selanjutnya data tersebut diolah menjadi bentuk laporan keuangan karena PT Ajidharma Corporindo tidak terdapat laporan keuangan yang sesuai standar.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen yang ada di perusahaan. Dokumen berupa daftar pengeluaran dan pendapatan yang disusun oleh PT Ajidharma Corporindo selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2014.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku ilmiah dan lain sebagainya yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Metode ini dilakukan dengan membaca buku-buku atau literature yang berkaitan dengan peyusunan tugas akhir.

c. Wawancara

Wawancara atau interview adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan dengan cara mengkonfirmasi kepada pihak keuangan tentang data keuangan yang dibutuhkan.

3.4 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini mengolah data keuangan yang diperoleh kedalam bentuk laporan keuangan melalui Microsoft Excel dan kemudian dihitung rasio keuangan secara manual .

3.5 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan yaitu :

3.5.1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratios*)

Rasio likuiditas atau rasio kelancaran menunjukkan tingkat kelancaran suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini menggambarkan tentang seberapa mampu perusahaan membayar semua kewajibannya yang jatuh tempo dalam waktu kurang dari satu tahun. Biasanya rasio-rasio dalam kelompok ini berkaitan dengan unsur aset lancar dan kewajiban lancar.

Jenis-jenis rasio likuiditas antara lain:

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya (utang lancar). Rasio ini diukur sebagai perbandingan antara aset lancar dan utang lancar.. idelanya rasio ini adalah lebih besar dari 1 atau 100%, karena pada besaran tersebut jumlah aset lancar yang dijadikan dasar dalam pemenuhan utang lancarnya masih lebih tinggi. Artinya dengan rasio yang lebih tinggi dari 1 atau 100%, perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo. Dalam hal ini perusahaan dikatakan likuid.

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b. Rasio Kas (Cash Ratio)

Rasio kas adalah rasio yang mencerminkan seberapa baik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancarnya jika dibandingkan dengan besaran nilai kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi. Semakin tinggi aliran kas dari aktivitas operasi yang diperoleh, semakin baik pengelolaan perusahaan tas komponen-komponen penghasil kas.

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat adalah rasio yang menunjukkan likuid tidaknya perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Ukuran likuid tidaknya suatu perusahaan jika dilihat dari rasio ini ditunjukkan oleh besaran yang dihitung yaitu jika mendekati 1 atau lebih tinggi dari 1 atau 100% maka perusahaan dikatakan sangat likuid, karena secara ekonomis perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa mengganggu akun-akun lain.

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aktiva Lancar - Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

3.5.2. Rasio-rasio Hutang (*Solvabilitas Ratios*)

Rasio ini menggambarkan seberapa besar kemampuan hutang dalam membiayai kegiatan perusahaan. Selain itu juga untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajibannya jika perusahaan dilikuidasi. Disebut juga *leverage ratio*.

a. Rasio Utang Atas Aktiva (*Debt To Asset Ratio*)

Rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi oleh aktiva. Makin besar rasionya menunjukkan ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya.

$$\begin{array}{l} \text{Rasio Utang} \\ \text{Atas Aktiva} \end{array} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

b. Rasio Hutang Atas Modal (*Debt To Equity Ratio*)

Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal dari pemilik perusahaan dapat menutupi hutang-hutang pada pihak luar. Semakin kecil rasio semakin baik.

$$\begin{array}{l} \text{Rasio Utang} \\ \text{Atas Modal} \end{array} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

3.5.3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas dapat digunakan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Beberapa jenis rasio aktivitas sebagai berikut:

a. Perputaran Persediaan (*inventory turnover ratio*)

rasio ini berfungsi untuk mengukur berapa kali terjadi perputaran dana mulai dari kas ke inventory dan kembali menjadi kas dalam setahun.

$$\begin{array}{l} \text{Rasio} \\ \text{Perputaran} \\ \text{Presediaan} \end{array} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}} \times 100\%$$

b. Perputaran Aktiva Tetap (fix asset turnover)

Rasio ini digunakan untuk mengukur apakah perusahaan sudah menggunakan kapasitas aktiva tetap sepenuhnya atau belum.

$$\text{Rasio Perputaran Aktiva tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100\%$$

c. Perputaran Total Aktiva (total asset turnover)

Rasio ini berfungsi mengukur kemampuan total asset untuk menghasilkan jumlah penjualan dalam satu periode tertentu.

$$\text{Rasio Perputaran Total Aktiva} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3.5.4. Rasio-rasio Profitabilitas (Profitability/Rentabilitas Ratios)

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba, rumus yang dilakukan :

a. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b. Margin Laba Operasi (*Operating Profit Margin*)

Rasio ini menggambarkan laba operasi yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan.

$$\text{Margin Laba Operasi} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*).

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

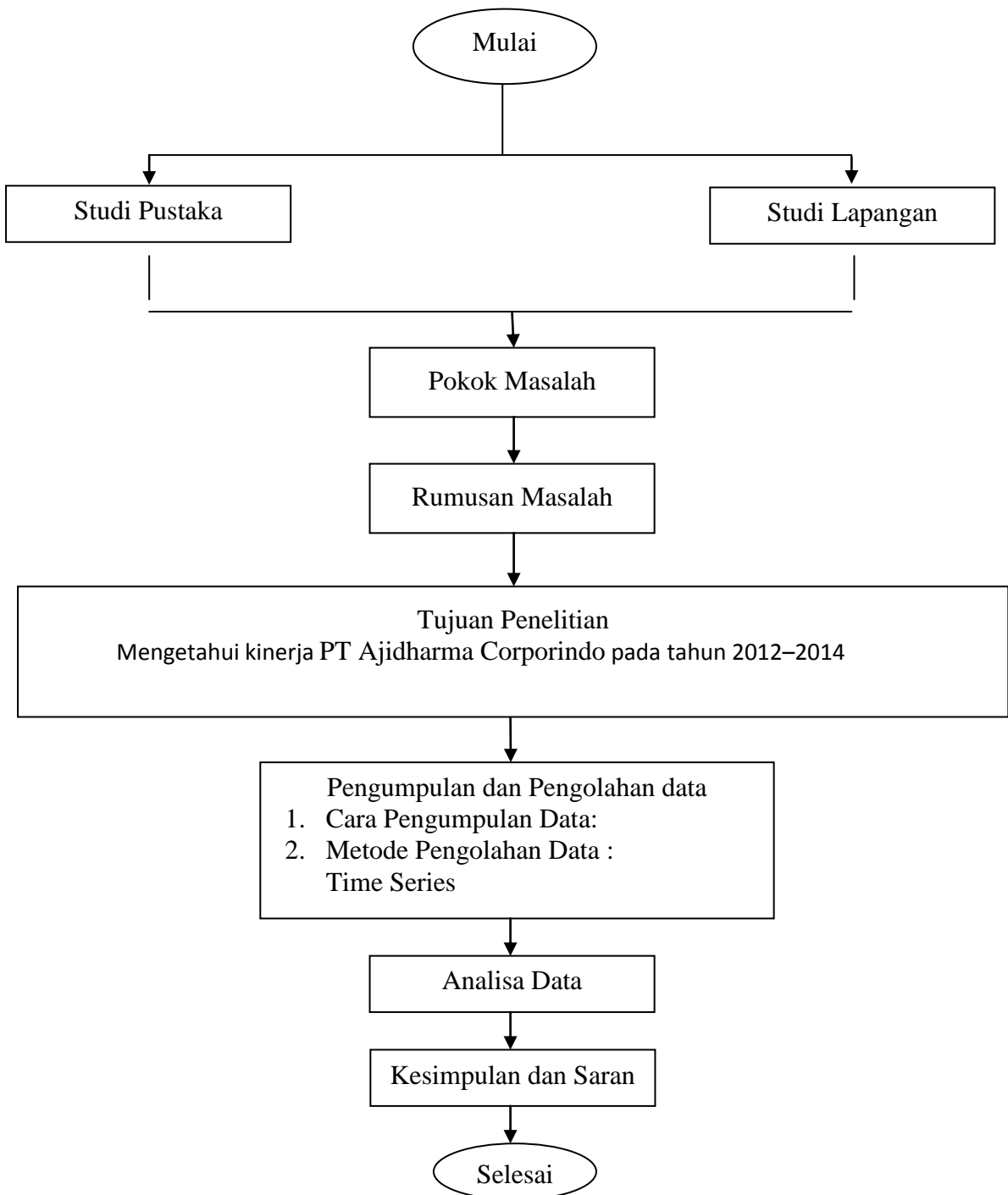
d. Rasio Laba Bersih Terhadap Total Aktiva (*Return On Asset /ROA*)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

e. Rasio Laba Bersih Terhadap Modal Sendiri (*Return On Equity/ROE*).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

3.6. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 kerangka Pemecahan Masalah

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan PT Ajidharma Corporindo

Pada awal tahun 1976 PT. Ajidharma Corporindo didirikan di daerah Sunter Jakarta Utara perusahaan tersebut memproduksi berbagai sanitasi hygiene. Perusahaan tersebut didirikan oleh Satyawati Susanto, beliau yang merintis dan memegang kekuasaan penuh pada perusahaan tersebut. Beliau mendirikan perusahaan tersebut dengan modal awal Rp. 80.000.000,-. Beliau mendapatkan modal tersebut dari tabungan sendiri, pinjaman keluarga serta pinjaman dari Bank. Menurut beliau awalnya perusahaan tidak memproduksi sendiri tetapi mereka menjual produk dari perusahaan lain yang berupa hygiene chemical. Karena melihat peluang yang besar untuk pasar sanitasi hygiene maka perusahaan tersebut mulai berfikir untuk memproduksi berbagai macam sanitasi hygiene untuk kebutuhan rumah tangga. Pada tahun 2008 mereka mulai untuk memproduksi produk sendiri mereka hanya membeli bahan baku untuk berbagai macam kebutuhannya. Produksi dilakukan secara terus menerus tidak hanya memenuhi pesanan.

PT. Ajidharma Corporindo memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak, yaitu 11 orang bagian produksi, 2 orang bagian gudang, Bagian pemasaran 6 orang, staff keuangan 2 orang dan supir 2 orang. Produksi sanitasi dilakukan setiap hari Senin s/d hari Sabtu dimulai pukul 8.00 pagi - 17.00 sore, kecuali hari Sabtu dimulai pukul 8.00 pagi – 15.00 siang. Perusahaan tersebut memproduksi berbagai macam sanitasi hygiene seperti sabun cuci tangan dan sabun pencuci piring. Dalam pemasarannya mereka menggunakan metode penjualan telemarketing, melalui website, dan door to door ke restoran atau rumah makan, rumah sakit, hotel, serta masuk ke pasar tradisional. Promosi melalui website dapat diakses di www.kimia-indonesia.com . Omset yang mereka peroleh saat ini sudah mencapai ratusan juta per bulan.

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan secara maksimal sehingga pertimbangan pertama di dalam mendirikan sebuah usaha adalah penentuan lokasi atau letak perusahaan. PT. Ajidharma Corporindo terletak di Jalan Danau Sunter Selatan Blok O IV Kav. 25-26 Sunter Jaya, Jakarta Utara. Lokasi ini cukup strategis karena dekat dengan pasar dan akan memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuannya sesuai dengan keinginan perusahaan secara efisien dan efektif.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi merupakan suatu harapan perusahaan akan keadaan yang ingin di wujudkan oleh pemilik dan perusahaan pada masa yang akan datang, dimana dengan visi ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Adapun visi perusahaan Ajidharma Corporindo adalah "Menciptakan produk kualitas terbaik dengan harga terjangkau dan memberikan pelayanan yang terbaik demi kepuasan pelanggan".

Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan visi. Misi Ajidharma Corporindo adalah:

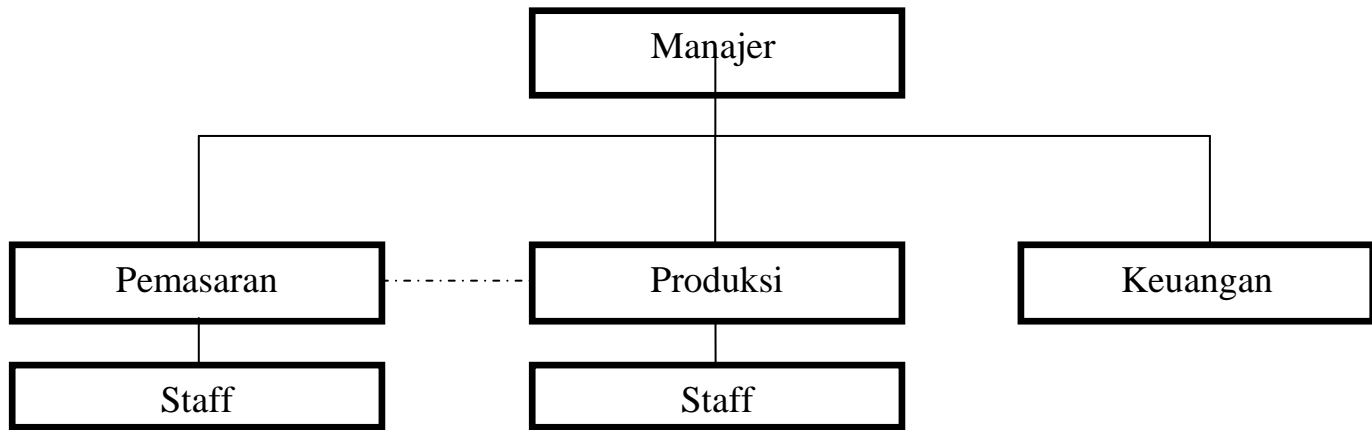
- Menciptakan produk berkualitas tinggi.
- Mengutamakan kepuasan pelanggan.
- Memberikan harga yang bersaing dengan perusahaan sejenis

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka dari hubungan antara bagian-bagian dimana bagian-bagian ini terjalin dalam suatu sistem yang saling berkaitan dan saling membutuhkan satu sama lain. Struktur organisasi dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan. Hal ini dikarenakan struktur organisasi mempunyai peran yang sangat besar di dalam

mengatur dan mengelola suatu perusahaan secara sistematis. Bagan berikut adalah gambar struktur organisasi PT. Ajidharma Corporindo:

Gambar 4-2, Struktur Organisasi PT. Ajidharma Corporindo



Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur Organisasi dibuat dan disusun agar setiap anggota dapat bekerjasama secara efektif dan efisien yaitu melalui adanya pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab yang jelas.

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Ajidharma Corporindo adalah struktur organisasi lini. Pada struktur organisasi ini, wewenang dari pemimpin disalurkan secara vertikal kepada karyawan. Begitu juga sebaliknya, pertanggungjawaban dari karyawan secara langsung ditujukan kepada atasan yang memberi perintah. Struktur organisasi ini biasa diterapkan pada perusahaan kecil seperti PT. Ajidharma Corporindo dimana pembagian kerja jelas dan mudah dilaksanakan, dan pengambilan keputusan sepenuhnya berada di tangan Pemimpin, sedangkan karyawan tinggal melaksanakan saja. Ciri-ciri organisasi lini / garis adalah jabatan yang tercantum di dalam bagian organisasi terletak pada satu garis vertikal. Biasanya diterapkan pada perusahaan kecil yang sedang berkembang.

Keuntungan dari struktur organisasi lini / garis adalah:

1. Orang-orang yang mempunyai kekuasaan bertanggungjawab dan terbuka.
2. Proses pengambilan keputusan berjalan dengan tepat.
3. Disiplin kerja yang mudah dikontrol
4. Tingginya solidaritas diantara anggota
5. Adanya kesempatan yang luas bagi para anggota untuk dapat mengembangkan bakatnya.

Kerugian dari struktur organisasi lini / garis adalah:

- 1) Tujuan organisasi sama, atau tujuan dari pihak-pihak tertentu saja.
- 2) Pimpinan organisasi terkadang berbuat semaunya.
- 3) Kelangsungan hidup organisasi sangat ditentukan oleh seseorang.
- 4) Kurang didalam pengembangan aktifitas pada setiap anggota.

Berikut adalah penjelasan mengenai deskripsi kerja dari masing-masing bagian yang ada di perusahaan PT. Ajidharma Corporindo:

1. Pemilik

- Mengontrol dan mengawasi jalannya seluruh aktivitas perusahaan.
- Bertanggung jawab penuh atas semua apa yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan.
- Menetapkan perencanaan pada masa yang akan datang atau pada jangka waktu yang telah di tentukan.
- Membeli bahan baku untuk produksi.

2. Kepala Pemasaran

- Merencanakan pemasaran.
- Mencari sasaran pemasaran.
- Menetapkan strategi penawaran terhadap konsumen.
- Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran.

3. Kepala Produksi

- Mengontrol proses produksi.
- Mengatur jalannya proses produksi.
- Bertanggung jawab atas jalannya proses produksi.

4. Keuangan

- Melakukan pencatatan kegiatan keuangan perusahaan.
- Mengatur surat-surat, data produksi dan absen karyawan.
- Mengambil alih jalannya perusahaan ketika pimpinan tidak ada.
- Mencatat pemasukan yang diterima setiap harinya.

5. Staff Pemasaran

- Memasarkan produk sesuai dengan rute dan jadwal yang sudah ditentukan.
- Memberikan setoran kepada pimpinan.

6. Staff Produksi

- Melaksanakan kegiatan proses produksi sesuai bagian masing-masing.
- Menjaga kebersihan pabrik.

4.1.4 Identitas Perusahaan

- Nama Perusahaan : PT. Ajidharma Corporindo
- Nama Pemilik : Satyawati Susanto
- Alamat : Jalan Danau Sunter Selatan Blok O IV
Kav. 25-26, Sunter Jaya - Jakarta
- Jenis usaha : Produksi Sanitasi Hygiene
- Tahun berdiri : 1976
- Jumlah karyawan : 23 orang
- No telepon / Faks : (021) 6511021 / (021) 6510049
- Nomor SIUP : 0721-02/PM/1.824271
- Nomor TDP : 09.01.1.46.43044

4.2 Bidang Pemasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pada tahun 2008 pemasaran ialah proses, cara, perbuatan dalam memasarkan barang dagangan, perihal menyebarluaskan di tengah-tengah masyarakat pada umumnya. Sedangkan definisi lain, dikemukakan oleh Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management Analysis, Planning, and Control*, mengartikan pemasaran secara lebih luas, yaitu: Pemasaran adalah suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Definisi lain dari pemasaran menurut Willian J. Stanton pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, dan mendistribusikannya kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen.

4.2.1 Pasar Sasaran

Selama ini terlihat gejala semakin banyak perusahaan memilih pasar sasaran yang akan dituju, keadaan ini dikarenakan mereka menyadari bahwa pada dasarnya mereka tidak dapat melayani seluruh pelanggan dalam pasar tersebut.

Terlalu banyaknya pelanggan, sangat berpencar dan tersebar serta bervariasi dalam tuntutan kebutuhan dan keinginannya menjadi alasan perlunya membuat pasar sasaran. Pasar sasaran adalah sebuah pasar terdiri dari pelanggan potensial dengan kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin maupun mampu untuk ambil bagian dalam jual beli, guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.

Pasar sasaran (*Target Market*) adalah: Sekelompok konsumen atau pelanggan yang secara khusus menjadi sasaran usaha pemasaran bagi sebuah perusahaan. Dalam menerapkan pasar sasaran, terdapat tiga langkah pokok yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Segmentasi Pasar
2. Penetapan Pasar Sasaran
3. Penempatan Produk

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen.

Ada empat kriteria yang harus dipenuhi segmen pasar agar proses segmentasi pasar dapat dijalankan dengan efektif dan bermanfaat bagi perusahaan, yaitu:

- Terukur (*Measurable*), artinya segmen pasar tersebut dapat diukur, baik besarnya, maupun luasnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- Terjangkau (*Accessible*), artinya segmen pasar tersebut dapat dicapai sehingga dapat dilayani secara efektif.
- Cukup luas (*Substantial*), sehingga dapat menguntungkan bila dilayani.

- Dapat dilaksanakan (*Actionable*), sehingga semua program yang telah disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif.

Adapun segmentasi pasar dari PT. Ajidharma Corporindo adalah sebagai berikut:

a. Segmentasi atas dasar Geografis

Segmentasi pasar PT. Ajidharma Corporindo adalah untuk pasar daerah Jabodetabek serta daerah luar kota seperti Jawa Tengah dan Jawa Timur.

b. Segmentasi atas dasar Demografis

Segmentasi pasar dilakukan dengan cara memisahkan pasar kedalam kelompok-kelompok yang didasarkan pada variabel-variabel demografis, yaitu: umur, jenis kelamin, pendapatan, agama, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya, variabel-variabel demografis disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4-1 Variabel Demografis

Variabel Demografis	Keterangan
Umur	Semua umur, mulai dari anak usia 5 tahun sampai orang tua
Jenis Kelamin	Laki-laki dan perempuan
Pendapatan	< Rp. 3.000.000,-
Agama	Semua agama
Pendidikan	Tidak mengenal batas pendidikan
Pekerjaan	Mencakup semua jenis pekerjaan, tetapi lebih dikhususkan pada ibu rumah tangga dan pelaku usaha.

Sumber: hasil wawancara, diolah

c. Segmentasi atas dasar psikografis

Segmentasi pasar ini dilakukan dengan cara membagi-bagi konsumen kedalam kelompok-kelompok yang berlainan menurut kelas sosial, gaya hidup, berbagai ciri kepribadian, dan motif pembelian. Berikut adalah tabel keterangan variabel psikografis pada segmen pasar PT Ajidharma Corporindo:

Tabel 4-2 Variabel Psikografis

Variabel Psikografis	Keterangan
Kelas social	Menengah ke bawah
Gaya hidup	Segmen pasar yang bergaya hidup sehat, ingin sesuatu yang serba cepat dan murah
Kepribadian	Dinamis, ingin yang cepat dan instan
Motif pembelian	Menginginkan sesuatu yang praktis untuk mengatasi kebersihan, mudah didapat dan dapat digunakan dalam segala situasi dan kondisi

Sumber: hasil wawancara, diolah

2. Penetapan Pasar Sasaran

Adalah kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan. Ada lima strategi peliputan pasar, yaitu:

1. Konsentrasi pasar tunggal, ialah sebuah perusahaan dapat memusatkan kegiatannya dalam satu bagian daripada pasar. Biasanya perusahaan yang lebih kecil melakukan pilihan ini.
2. Spesialisasi produk, sebuah perusahaan memutuskan untuk memproduksi satu jenis produk. Misalnya sebuah perusahaan memutuskan untuk memproduksi hanya produk tertentu bagi sekelompok pelanggan.
3. Spesialisasi pasar, misalnya sebuah perusahaan memutuskan untuk membuat segala macam produk , tetapi diarahkan untuk kelompok pelanggan yang kecil.
4. Spesialisasi selektif, sebuah perusahaan bergerak dalam berbagai kegiatan usaha yang tidak ada hubungan dengan yang lainnya, kecuali bahwa setiap kegiatan usaha itu mengandung peluang yang menarik.

5. Peliputan keseluruhan, yang lazim dilaksanakan oleh industri yang lebih besar untuk mengungguli pasar. Mereka menyediakan sebuah produk untuk setiap orang, sesuai dengan daya beli masing-masing.

Berdasarkan uraian diatas, maka PT. Ajidharma Corporindo menggunakan strategi peliputan pasar dengan menggunakan spesialisasi pasar karena PT. Ajidharma Corporindo membuat 2 jenis Sanitasi yaitu sabun cuci piring dan sabun cuci tangan dengan berbagai varian rasa. Sedangkan daerah pemasarannya sudah mencakup wilayah Jabodetabek dan beberapa daerah diluar kota seperti Jawa Tengah dan Jawa Timur.

3. Penempatan Produk

Penempatan produk mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci. Pada hakekatnya penempatan produk adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu di ingatan konsumen. Bagi setiap segmen yang dimasuki perusahaan, perlu dikembangkan suatu strategi penempatan produk. Saat ini setiap produk yang beredar dipasar menduduki posisi tertentu dalam segmen pasarnya. Apa yang sesungguhnya penting disini adalah persepsi atau tanggapan konsumen mengenai posisi yang dipegang oleh setiap produk dipasar.

Penempatan produk yang diciptakan oleh PT. Ajidharma Corporindo adalah menghasilkan sanitasi yang dapat dibeli oleh semua kalangan masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah, dengan harga yang dapat terjangkau tetapi dengan kualitas yang baik dan tidak kalah dengan produk hasil pabrik yang lebih besar. Dengan kualitas yang terjaga dan tanpa bahan berbahaya maka pelanggan selalu ingat akan produk sanitasi PT. Ajidharma Corporindo dan tetap menjadi konsumen setianya.

4.2.2 Strategi Pemasaran

Di dalam suatu perusahaan, marketing atau pemasaran merupakan salah satu bagian paling penting karena langsung berhubungan dengan konsumen. Secara umum, strategi pemasaran merupakan suatu pengambilan keputusan mengenai biaya, bauran, dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan serta kondisi persaingannya. Strategi pemasaran yang digunakan perusahaan sering pula disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Pengertian bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2007) yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan adalah sebagai berikut: “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”. Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010; 274) menjelaskan marketing mix adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain, marketing mix adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.

Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Berikut ini akan dijelaskan mengenai marketing mix, yaitu:

- **Produk (Product)**

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010:274) produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk tidak hanya selalu berupa barang tetapi bisa juga berupa jasa ataupun gabungan dari keduanya (barang dan jasa). Produk juga dapat berupa objek secara fisik, jasa, orang, tempat, ide, dan organisasi. Berikut adalah strategi produk yang digunakan PT. Ajidharma Corporindo:

1. Berwujud

Produk dari PT. Ajidharma Corporindo berupa Sanitasi Hygiene. yaitu sabun cuci piring yang terdiri dari 2 variasi aroma yaitu lemon dan jeruk nipis, dan sabun cuci tangan yang terdiri dari 4 variasi aroma yaitu jeruk, strawberry, anggur dan apel. Dengan variasi sanitasi yang cukup banyak, konsumen memiliki kebebasan untuk memilih aroma yang mereka suka.

2. Berubah-ubah

Produk PT. Ajidharma Corporindo bersifat tidak tetap atau berubah-ubah meskipun sanitasi yang dihasilkan sudah SOP (standar operasional prosedur). Ibu Satyawati sebagai pemilik pun berencana untuk menambah jenis sanitasi yang dapat dihasilkan, sehingga target penjualan dapat dimaksimalkan.

3. Daya tahan

Sanitasi produksi PT. Ajidharma Corporindo mempunyai daya tahan 1 tahun karena Kepala Produksi menggunakan bahan pengawet yang sudah sesuai dengan standar kesehatan. Ini merupakan strategi yang baik karena produk sanitasi yang di supermarket saja mempunyai daya tahan hingga lebih dari 1 tahun yang berarti mereka menggunakan banyak pengawet, sedangkan tidak begitu halnya dengan sanitasi dari PT. Ajidharma Corporindo.

Tabel 4-3 Uraian produk

No	Jenis Produk	Keterangan
1	Sabun Cuci Tangan	Merupakan produk sanitasi hygiene yang digunakan untuk membersihkan tangan. Terdiri dari 3 kemasan yaitu kemasan jerigen 25 L, 5L, dan kemasan pouch 1 L. produk ini terdiri dari berbagai varian parfum yaitu apel, jeruk, lemon dan anggur.
2	Sabun Cuci Piring	Merupakan Merupakan produk sanitasi hygiene yang digunakan untuk membersihkan peralatan makan dan dapur. Terdiri dari 3 kemasan yaitu kemasan jerigen 25 L, 5L, dan kemasan pouch 1 L. produk ini terdiri dari 2 varian parfum yaitu lemon dan jeruk nipis.

Gambar 4-3 Contoh produk



- **Harga (price)**

Sumarni dan Soeprihanto (2010:281) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan stabilitas harga, dan mencapai laba maksimum.

Harga jual sabun cuci piring sebesar Rp. 10.600,- / Liter dan Rp. 10.800,- / Liter untuk sabun cuci tangan. Harga ini relatif cukup terjangkau oleh masyarakat mengingat kualitas yang baik dan terjaga. PT. Ajidharma Corporindo jarang menaikkan harga jual supaya pelanggan tidak keberatan dan terus membeli produknya. Harga yang ditetapkan oleh PT. Ajidharma Corporindo juga menunjukkan bahwa dengan harga yang sedikit di atas harga produk lain yang terdapat di warung-warung, kualitas produk kami hampir sama dengan produk yang biasa dijual di supermarket. Inilah yang menjadi kekuatan produk dari PT. Ajidharma Corporindo sehingga tetap mempunyai pelanggan setia dari dulu hingga sekarang.

- **Tempat (Place)**

Tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Definisi dari Sumarni dan Soeprihanto (2010:288) tentang saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industry pemakai.

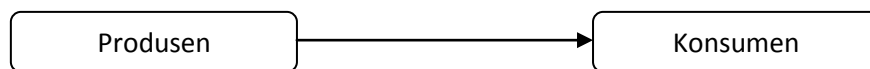
Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba

pada tempat yang tepat, dengan harapan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan produk.

Untuk menyampaikan produk yang dihasilkan kepada konsumen dibutuhkan strategi distribusi yang tepat. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha menyalurkan barang tersebut.

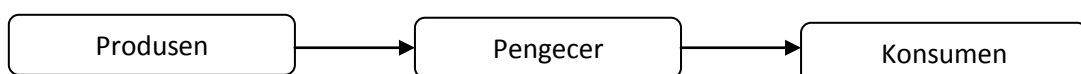
PT Ajidharma Corporindo menggunakan 2 macam saluran distribusi, yaitu:

1. Saluran langsung dari Produsen kepada konsumen, tanpa menggunakan perantara.



Dalam saluran distribusi yang pertama ini, PT Ajidharma Corporindo menggunakan jenis distribusi langsung tanpa perantara karena dinilai lebih efektif dan efisien untuk menjual produknya. Produk di antar langsung dari pabrik ke tangan konsumen. Hal ini dapat menekan biaya distribusi. Untuk membeli produk PT Ajidharma Corporindo yaitu sabun cuci tangan dan sabun cuci piring, konsumen juga dapat langsung datang ke tempat produksinya yang terletak di Jl. Danau Sunter Selatan Blok O IV Kavling 25-26 Sunter Jaya Jakarta.

2. Saluran Distribusi Tradisional yaitu dari Produsen kemudian Pengecer baru ke tangan konsumen.



Dalam saluran distribusi yang kedua ini, PT Ajidharma Corporindo menyalurkan hasil produknya ke pasar dan memasukkannya ke toko-toko yang ada di pasar untuk di jual kembali. Dalam hal ini, toko adalah pihak pengecernya.

- **Promosi**

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Suatu produk yang memiliki kualitas tinggi dan harga yang murah, namun tidak dikenal oleh pasar maka segala kelebihan atribut yang dimiliki produk tersebut menjadi sia-sia. Usaha untuk mengenalkan produk kepada pasar yaitu dilakukan strategi promosi. Strategi promosi yang dapat dilakukan adalah dengan *promotion mix*, yaitu kegiatan-kegiatan yang mengkombinasikan keunggulan produk dan menunjuk konsumen untuk membeli (Swasta, 2003). *Promotion mix* dilakukan melalui beberapa cara, antara lain penjualan langsung, *word of mouth*, iklan, dan publisitas. PT Ajidharma Corporindo menggunakan *promotion mix* untuk mengenalkan produknya melalui cara berikut:

1. Penjualan Langsung

Direct selling menurut Moekijat (2000:123) adalah penjualan dimana pengusaha melampaui para pedagang besar dan produknya langsung kepada pedagang-pedagang eceran, atau dapat diartikan juga secara luas sebagai penjualan langsung oleh produsen kepada konsumen.

Dalam *direct marketing*, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar.

Manfaat dari penjualan langsung ini adalah:

- a. Adanya hubungan langsung dengan calon pembeli sehingga dapat mengamati secara dekat karakteristik dan kebutuhan calon pembeli.
- b. Membina berbagai macam hubungan dengan pembeli, mulai dengan hubungan perdagangan sampai hubungan persahabatan yang erat. Dari hubungan yang baik ini dapat tercipta sebuah jaringan bisnis yang dapat menambah jumlah konsumen.
- c. Mendapatkan tanggapan dari calon pembeli yang akan menjadi saran dan kritik bagi perusahaan. Sehingga kekurangannya dapat langsung diketahui.
- d. Penghematan waktu bagi konsumen dalam berbelanja.

PT Ajidharma Corporindo memiliki beberapa sales yang bertugas untuk melakukan penjualan secara langsung dengan mendatangi konsumen untuk mempengaruhi, membujuk, dan meyakinkan konsumen bahwa produk yang dihasilkan bagus dan berkualitas namun harga yang ditawarkan cukup terjangkau dibandingkan dengan perusahaan lainnya sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan produknya dan menjadi pelanggan tetap. Atau konsumen juga dapat langsung datang ke perusahaan untuk membeli produk.

2. *Word of Mouth*

Umumnya konsumen yang puas dengan kualitas produk sanitasi yang dipakainya akan menyebarkan informasi itu ke teman atau keluarga dekatnya. Dari sini terbentuklah suatu bentuk promosi yang dikenal dengan sebutan “dari mulut ke mulut” atau istilah asingnya *word of mouth*. Bentuk promosi ini adalah salah satu yang paling efektif karena konsumen baru percaya akan kualitas produk sanitasi yang baik setelah mendengar informasi dari teman atau keluarganya dan setelahnya berani untuk mulai menggunakan produk ini.

3. Brosur dan kartu nama

Untuk memperkenalkan produknya PT Ajidharma Corporindo membuat dan menyebarkan brosur serta kartu nama yang dapat dihubungi apabila ingin melakukan order.

4. Melalui internet

Salah satu cara promosi yang paling mudah dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet karena zaman sekarang sudah banyak tersedia telepon genggam yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu, PT Ajidharma Corporindo memilih promosi lewat internet. Website resmi dari perusahaan ini adalah www.kimia-indonesia.com. Dalam website tersebut, perusahaan ini memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya, disertai gambar produk, juga *contact person* yang dapat dihubungi jika ingin membeli produk sanitasi.

4.3 BIDANG PRODUKSI

Proses produksi pada perusahaan PT Ajidharma Corporindo dimulai pukul 08.00 pagi sampai pukul 17.00 siang, dengan waktu istirahat pukul 12.00 sampai dengan pukul 13.00. Proses pembuatan produk sanitasi dilakukan di pabrik yang beralamatkan di Jln. Danau Sunter Selatan Blok O IV Kav 25-26 Sunter Jaya, Jakarta. Proses produksi pada sabun cuci piring dan sabun cuci tangan dilakukan pada saat yang bersamaan tetapi dengan tenaga kerja yang terbagi menjadi dua bagian.

4.3.1 Jenis Proses Produksi Ditinjau dari Segi Proses Menghasilkan Output

Proses produksi menurut segi proses outputnya dibagi menjadi 3 jenis, yaitu proses produksi terus menerus/garis, terputus-putus/*intermitten*, dan proses produksi aliran proyek. Produk sanitasi menggunakan proses produksi terus menerus, yaitu proses produksi yang mempunyai pola atau urutan yang selalu sama dalam pelaksanaan produksinya. Beberapa kriteria yang menunjukkan bahwa proses produksi produk sanitasi adalah terus menerus, diuraikan sebagai berikut:

- 1) Memerlukan waktu pengaturan mesin yang tidak terlalu lama, karena proses ini memproduksi secara terus menerus untuk jenis produk yang sama, yaitu produk sanitasi.

- 2) Produksi PT Ajidharma Corporindo setiap harinya mampu memproduksi sebanyak 1.050 liter yang dikemas menjadi beberapa kemasan yaitu pouch dengan berat bersih 1 liter, jerigen dengan berat bersih 5 liter dan 25 liter.
- 3) Mesin dapat digunakan untuk membuat kedua produk sanitasi hygiene milik PT Ajidharma Corporindo.
- 4) Operator tidak mempunyai keahlian yang tinggi/khusus karena mesin bersifat semiotomatis.
- 5) Jika salah satu mesin rusak atau terhenti, seluruh proses produksi terhenti karena proses dari mesin yang satu sangat berpengaruh terhadap mesin yang lainnya.
- 6) Oleh karena mesin-mesin bersifat khusus dan variasi dari produknya kecil, maka struktur pekerjaannya sedikit dan jumlah tenaga kerjanya tidak perlu banyak.

Dampak yang dirasakan oleh karyawan atas penerapan proses produksi terus menerus, antara lain:

1. Biaya tenaga kerja rendah karena pengolahan menggunakan mesin. Karyawan sebatas mengoperasikan mesin dan memindahkan olahan dari mesin ke mesin.
2. Biaya pemindahan bahan di pabrik rendah karena jaraknya lebih pendek.
3. Proses produksi mudah terhenti karena jika ada satu mesin yang rusak saja, produksi tidak dapat berjalan. Hal ini tentu saja menyebabkan kerugian bagi PT Ajidharma Corporindo.

4.3.2 Sistem Produksi Menurut Tujuan Operasinya

Setiap perusahaan berbeda-beda dalam penentuan banyaknya produksi perharinya. Oleh karenanya perlu dibuat suatu sistem produksi agar perusahaan dapat memperkirakan banyaknya produk yang harus dibuat. Menurut tujuan operasinya, sistem produksi dibedakan menjadi *make to stock* dan *make to order*. *Make to stock* memfokuskan pada pemenuhan kebutuhan tingkat persediaan yang setelah produk selesai dibuat dan dikemas, langsung dipasarkan ke konsumen.

Sistem produksi mengembangkan tingkat persediaan yang didasarkan pada order yang akan datang. Sedangkan *make to order* adalah sistem produksi dimana produsen menyelesaikan suatu produk jika dan hanya jika telah menerima pesanan konsumen untuk produk tersebut.

Dari penjelasan di atas, terlihat bahwa usaha PT Ajidharma Corporindo menggunakan sistem produksi *make to stock* karena produk dibuat berdasarkan order yang akan datang, bukan order sekarang. PT Ajidharma Corporindo juga memproduksi sabun cuci tangan dan sabun cuci piring setiap hari terus menerus tanpa tergantung akan pesanan yang datang. Ini karena PT Ajidharma Corporindo langsung memasarkan produk ketika sudah selesai diproses. Atau dengan kata lain perhitungan jumlah produksi dapat diramalkan dan lamanya proses produksi tidak menjadi soal bagi konsumen, tidak seperti *make to order* dimana konsumen menginginkan waktu yang cepat untuk mendapatkan produknya.

4.3.3 Lokasi dan *Layout* Pabrik

Lokasi dan *layout* pabrik menjadi bagian penting dari produksi. Lokasi dan *layout* pabrik memberikan pengaruh kepada efektivitas dan efisiensi perusahaan. Walaupun perusahaan PT Ajidharma Corporindo sudah lama didirikan, tetapi ada beberapa pertimbangan mengenai lokasi pabrik yang berada di Danau Sunter ini. Pertimbangan tersebut antara lain disajikan sebagai berikut:

a. Lingkungan masyarakat

Di daerah ini terdapat banyak pabrik dan fasilitas-fasilitas umum yang menjadi target segmentasi pasar seperti rumah sakit, rumah makan, perkantoran, dan tempat lain yang memerlukan produk sanitasi. Wilayah perusahaan yang strategis ini memudahkan perusahaan menjual produk secara langsung ke konsumen karena sistem distribusi yang memang masih sederhana.

b. Sumber bahan baku

Bahan baku berasal dari penjual lokal yang ada di Jakarta dan Tangerang sehingga letak perusahaan haruslah strategis dan dekat dengan jalan raya.

Terlebih lagi bahan bakunya merupakan bahan-bahan kimia yang bisa saja berbahaya apabila terjadi hal yang tidak diinginkan.

c. Transportasi

Perusahaan memiliki alat transportasi sendiri yang digunakan untuk mengirim produknya ke tangan konsumen.

Layout pabrik harus diatur sedemikian rupa agar tercipta keefektifan dan keefesienan dalam rangka menunjang kelancaran produksi. Untuk membuat *layout* yang baik, harus direncanakan dengan baik agar terbentuk kombinasi yang optimal antara fasilitas serta semua peralatan dan perlengkapan dalam proses produksi. Adapun *layout* pabrik PT Ajidharma Corporindo ditunjukkan dalam gambar berikut:

Gambar 4-4 *layout* pabrik PT Ajidharma Corporindo



4.3.4 Proses Produksi

Karyawan produksi terdiri dari 11 orang. Pada dasarnya semua karyawan harus dapat menguasai semua pekerjaan karena sewaktu-waktu salah satu dari mereka ada yang pulang kampung, maka karyawan yang lain harus dapat mengambil alih pekerjaan karyawan yang sedang pulang kampung itu. Perolehan

bahan baku didapat dari pemasok dibeli sebulan sekali dan disimpan di dalam gudang bahan baku.

Berikut adalah rincian rata-rata total bahan baku untuk membuat sabun cuci piring dan sabun cuci tangan yang dihabiskan oleh PT Ajidharma Corporindo untuk setiap hari produksi:

Tabel 4-4 Bahan Baku Sabun Cuci Piring

Bahan Baku	Jumlah	Satuan
Air	950	Liter
UEC 01	16	liter
UEC 02	100	liter
UEC 03	10	liter
UEC 04	5	liter
Parfum	2	liter
Foam buster	7	kg
Pewarna	2	liter

Sumber: Hasil wawancara, diolah

Tabel 4-5 Bahan Baku Sabun Cuci Tangan

Bahan Baku	Jumlah	Satuan
Air	170	Liter
UEC 01	5	liter
UEC 02	12	liter
UEC 08	2	liter
UEC 14	3	Liter
UEC 15	2	liter
UEC 26	2	liter
Parfum	70	ml
Foam buster	2,5	kg
Pewarna	70	ml

Sebelum melakukan proses pembuatan, semua karyawan harus menggunakan alat pengaman seperti masker, sarung tangan, dan helm.

- **Proses pembuatan sabun cuci piring sebagai berikut:**

- 1 Campurkan air 400 lt dengan UEC 01 16 lt lalu aduk hingga merata kemudian tambahkan juga UEC 02 50 Lt pada campuran tersebut, aduk hingga rata.(Campuran I)
- 2 Campurkan UEC 03 10 Lt dan UEC 02 50 lt bersama dengan UEC 04 5 lt kedalam 350 lt air, aduk hingga larut. Sebelumnya larutkan UEC 02 dengan 100 Lt air.(Campuran II)
- 3 Lalu perlahan – lahan tuangkan campuran II ke campuran I aduk hingga rata dan homogen
- 4 Tuangkan foam buster dan parfum kedalam campuran aduk hingga rata
- 5 Masukkan pewarna dan parfum serta sisa air ke dalam campuran,
- 6 Kemudian tes pH-nya hingga menghasilkan PH 7. jika terlalu basa dapat ditambahkan asam sitrat, kemudian jika terlalu encer dapat ditambahkan UEC 02.
- 7 Mengukur Volume produk yang dihasilkan.
- 8 Diamkan produk selama 12 jam maka hasil produk yang semula nya tidak jernih menjadi jernih

- **Proses Pembuatan sabun cuci tangan sebagai berikut:**

1. Timbang bahan – bahan sesuai kebutuhan, lalu tempatkan dalam wadah yang telah di sediakan.
2. Masukkan air sekitar 2/3 bagian kedalam wadah (sisanya untuk membilas bahan lain)
3. Masukkan pewarna kedalam wadah (sebelumnya larutkan pewarna dengan sedikit sisa air), aduk hingga larut semua.
4. Masukkan UEC 14 kedalam wadah (sebelumnya larutkan terlebih dahulu dengan sedikit sisa air), aduk hingga larut semua.
5. Masukkan UEC 15 . bilas sisa UEC 15 dengan sisa air, kemudian masukkan kedalam wadah. Aduk hingga larut semua.
6. Masukkan UEC 08. Bilas dengan sisa air, kemudian masukkan kedalam wadah, aduk hingga larut semua.
7. Masukkan larutan UEC 02 secara perlahan. Aduk hingga terbentuk larutan kental.
8. Masukkan parfum kedalam wadah, aduk hingga larut semua.
9. Diamkan produk hingga busa yang terbentuk berkurang.

Gambar 4-5 Mesin Pengaduk (Mixer)



Gambar 4-6 Proses Pengadukan (*Mixing*)



4.3.5 Pengemasan :

Pengemasan mempunyai peranan penting yang dilakukan suatu perusahaan untuk mewadahi produk selama distribusi hingga ke konsumen dan meningkatkan efisiensi produk. Pengemasan juga berguna sebagai identitas produk. Oleh karena itu, dengan pengemasan yang menarik dan berkualitas maka dapat menambah daya tarik konsumen. Setelah semua produk sudah selesai dibuat, selanjutnya adalah proses pengemasan. Pengemasan dibagi menjadi 3 bagian yaitu kemasan jerigen 25 L, 5 L dan kemasan pouch 1 L.

4.3.6 Pengiriman Produk

PT Ajidharma Corporindo melakukan pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran (driver) dengan menggunakan mobil pick up, kepada rekanan yang dimilikinya. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat (konsumen) sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap produk ini.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, PT Ajidharma Corporindo langsung melakukan pengiriman) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.

- **Penyimpanan**

Penyimpanan mempunyai peranan penting dalam suatu produksi. Karena dengan adanya penyimpanan, perusahaan akan mempunyai suatu stock produk sehingga jika permintaan akan suatu produk meningkat dan produksi yang dihasilkan kurang mencukupi, maka kekurangan tersebut mampu ditutupi oleh stock yang tersedia.

Dimana gudang penyimpanan tersebut terdapat di sebelah ruang produksi sehingga memudahkan dalam peletakan produk yang sudah siap jual sehingga lebih cepat dan efisien. Selain itu aspek keamanan dan kerapihan juga diperhatikan, banyaknya susunan atau tumpukan barang pada gudang penyimpanan tidak boleh terlalu tinggi karena akan sulit untuk mengambilnya terutama kemasan jerigen. Lebih baik kemasan jerigen diletakan di bawah saja.

Gambar 4-7 Tempat Penyimpanan



4.4 BIDANG PERSONALIA

Sumber Daya Manusia (SDM) dalam konteks bisnis, adalah orang yang bekerja dalam suatu organisasi yang sering pula disebut karyawan. Sumber Daya Manusia merupakan aset yang paling berharga dalam perusahaan, tanpa manusia maka sumber daya perusahaan tidak akan dapat menghasilkan laba atau menambah nilainya sendiri.

PT. Ajidharma Corporindo memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak, yaitu 11 orang bagian produksi, 2 orang bagian gudang, Bagian pemasaran 6 orang, staff keuangan 2 orang dan supir 2 orang. Produksi sanitasi dilakukan setiap hari Senin s/d hari Sabtu dimulai pukul 8.00 pagi - 5.00 sore, kecuali hari Sabtu dimulai pukul 8.00 pagi – 15.00 siang.

Walaupun hari kerja dilakukan pada Senin- Sabtu di PT Ajidharma Corporindo, tetapi karyawan boleh libur ketika sakit, ada kerabat yang meninggal atau menikah, dan jika memang karyawan ingin libur (cuti). Tidak ada larangan libur bagi karyawan, tetapi konsekuensinya adalah upah yang diterima perbulannya akan kecil karena tidak masuk kerja berarti tidak dapat upah karena upah dihitung harian.

4.4.1 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer, dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Bagian yang biasanya mengurus SDM adalah departemen SDM atau dalam bahasa Inggris disebut HRD (Human Resources Department). Manajemen Sumber Daya Manusia terdiri dari dua fungsi, yaitu fungsi manajemen dan fungsi operasional.

- Fungsi Manajemen

1. Perencanaan

Perencanaan adalah sebagai hasil pemikiran yang mengarah ke masa depan yaitu menyangkut serangkaian tindakan yang berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap semua faktor yang terlibat dan yang diarahkan kepada sasaran khusus dengan kata lain, perencanaan ialah penentuan serangkaian tindakan berdasarkan pemilihan dari berbagai alternative data yang ada, dalam hal ini dirumuskan dalam bentuk keputusan yang akan dikerjakan untuk masa yang akan datang dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan fungsi mendesain struktur organisasi yang secara tidak langsung memberi gambaran hubungan antar pekerja, antar personil, dan factor fisik lain yang didasarkan sesuai dengan keahlian masing-masing. Fungsi ini dibutuhkan guna menciptakan lingkungan organisasi yang kondusif dan sekaligus memastikan semua pihak dapat bekerja secara efektif dan efisien agar target benar-benar tercapai.

3. Pengarahan

Pengarahan merupakan fungsi yang menggerakkan semua pihak supaya bekerja dan aktif berpartisipasi sesuai dengan bidang tugas yang diberikan. Tentu dengan arahan yang dikehendaki organisasi. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan dalam fungsi pengarahan diantaranya yaitu: implementasi pada proses kepemimpinan, pemberian arahan dan motivasi kepada semua tenaga kerja supaya dapat bekerja secara produktif dan penuh dengan kesadaran tinggi.

4. Pengawasan

Fungsi pengawasan dilakukan dalam rangka mengukur pencapaian atas upaya yang sudah dilakukan dan target bisa direalisasikan. Dengan adanya fungsi ini, manajer SDM bisa terbantu untuk

mengambil tindakan perbaikan jika mungkin memang diperlukan. Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam fungsi pengawasan yaitu mengevaluasi tingkat pencapaian target berdasar indikator yang sudah ditetapkan sebelumnya. Selain itu adapula kegiatan evaluasi atau koreksi pada penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi serta melakukan berbagai upaya guna mengatasi masalah yang muncul.

Departemen SDM memiliki peran, fungsi, tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Melakukan persiapan dan seleksi tenaga kerja

- a. Persiapan

Dalam proses persiapan dilakukan perencanaan kebutuhan akan SDM dengan menentukan berbagai pekerjaan yang mungkin timbul. Yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan perkiraan atau forecast akan pekerjaan yang lowong, jumlahnya, waktu, dan lain sebagainya.

- b. Rekrutmen tenaga kerja

Rekrutmen adalah suatu proses untuk mencari calon/kandidat pegawai, karyawan, buruh, manajer, atau tenaga kerja baru untuk memenuhi kebutuhan SDM organisasi atau perusahaan. PT Ajidharma Corporindo dalam struktur organisasinya dibutuhkan tenaga kerja yang sesuai dengan keahlian dan bidangnya masing-masing. Karena itu analisa jabatan perlu dilakukan untuk menyusun uraian jabatan dan persyaratan jabatan sebagai dasar untuk melaksanakan kegiatan MSDM sehingga dapat diketahui tenaga kerja seperti apa yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk jabatan tersebut.

c. Seleksi tenaga kerja

Seleksi tenaga kerja adalah suatu proses menemukan tenaga kerja yang tepat dari sekian banyak kandidat/calon yang ada. Tahap awal yang perlu dilakukan setelah menerima berkas lamaran adalah melihat daftar riwayat hidup/CV milik pelamar. Kemudian dari CV pelamar dilakukan penyortiran antara pelamar yang akan dipanggil dengan yang gagal memenuhi standar suatu pekerjaan. Lalu berikutnya adalah memanggil kandidat terpilih untuk dilakukan ujian tes tertulis, wawancara kerja/interview dan proses seleksi lainnya.

PT Ajidharma Corporindo melakukan seleksi tenaga kerja dengan melihat CV pelamar kemudian pelamar yang sesuai dengan standar perusahaan akan dipanggil untuk melakukan tes tertulis dan wawancara. Apabila diterima maka pelamar akan resmi menjadi karyawan dari PT Ajidharma Corporindo.

2. Pengembangan dan evaluasi karyawan

Tenaga kerja yang bekerja pada organisasi atau perusahaan harus menguasai pekerjaan yang menjadi tugas dan tanggungjawabnya. Untuk itu diperlukan suatu pembekalan agar tenaga kerja yang ada dapat lebih menguasai dan ahli di bidangnya masing-masing serta meningkatkan kinerja yang ada.

3. Memberikan kompensasi dan proteksi pada pegawai

Kompensasi adalah imbalan atas kontribusi kerja pegawai secara teratur dari organisasi atau perusahaan. Kompensasi atau imbalan yang diberikan bermacam-macam jenisnya. Pemberian kompensasi harus sesuai dengan kinerja dan prestasi karyawan. Kompensasi adalah berupa balas jasa, berwujud uang atau yang lainnya sesuai pengorbanan atau kontribusi karyawan. Kompensasi berkaitan erat dengan tingkat kesejahteraan karyawan karena

tujuan utama orang bekerja adalah untuk mendapatkan penghasilan demi memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Komponen upah yang didapat oleh karyawan terdiri dari gaji harian, uang makan serta Tunjangan Hari Raya

4.4.2 Gaya Kepemimpinan

Perilaku pemimpin memiliki peran yang sangat besar terhadap produktivitas dan jalannya perusahaan karena gaya yang dimiliki oleh seorang pemimpin dapat memberikan dampak yang positif jika pemimpin tersebut memberikan kepercayaan dan dorongan kepada bawahan. Di bawah ini adalah jenis paling umum pada kepemimpinan dalam organisasi yaitu :

1. **Kepemimpinan otokratis**

dalam gaya otokratis, pengambilan keputusan adalah hak prerogatif dari pemimpin. Semuanya langsung dilakukan ditentukan oleh pemimpin itu sendiri tanpa ada masukan siapapun.

2. **Kepemimpinan birokrasi**

Adalah gaya kepemimpinan dalam organisasi yang diperlukan perusahaan, tepatnya mengikuti kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya. ini adalah tugas pemimpin untuk memastikan bahwa semua peraturan yang harus dipatuhi oleh semua karyawan.

3. **Kepemimpinan partisipatif**

Gaya ini mengarah ke pengembangan kepercayaan dan loyalitas para bawahan kepada pimpinan, karena pemimpin membawa mereka ke dalam pertimbangan penuh, menggunakan keterampilan dan pengetahuan mereka dan mengambil masukan mereka sebelum tiba pada suatu keputusan. Gaya partisipatif bekerja dengan sangat baik dimana pemimpin baru saja bergabung dalam organisasi.

Gaya kepemimpinan yang dimiliki oleh Ibu Satyawati selaku pimpinan dari PT Ajidharma Corporindo termasuk tipe kepemimpinan partisipatif karena beliau memberi kesempatan kepada karyawan untuk mengetahui apa yang menjadi harapannya dan memberikan arahan mengenai cara melaksanakan suatu tugas. Gaya ini mengandung arti bahwa pimpinan berorientasi pada hasil yang terbaik.

4.2 Pengolahan Data

Untuk menentukan kinerja keuangan maka diadakan pengolahan data terhadap aspek keuangan. Adapun proses pengolahan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menentukan besarnya biaya penyusutan aktiva tetap
2. Penjualan
3. Harga pokok produksi
 - Bahan baku
 - Tenaga kerja langsung
 - Overhead pabrik
4. Biaya operasional (Biaya marketing, Biaya administrasi)
5. Laporan Laba Rugi
6. Neraca
7. Perhitungan rasio-rasio keuangan
 - a. Rasio likuiditas
 - Rasio lancar (*Current ratio*)
 - Rasio cepat (*Quick ratio*)

- Rasio kas (*Cash ratio*)

b. Rasio solvabilitas

- Rasio hutang terhadap modal (*Debt to total equity ratio*)

- Rasio hutang terhadap total aktiva (*Debt to total asset ratio*)

c. Rasio aktivitas

- Perputaran persediaan (*Inventory turnover ratio*)

- Perputaran aktiva tetap (*Fix asset turnover*)

- Perputaran total aktiva (*Total asset turnover*)

d. Rasio profitabilitas/rentabilitas

- Margin laba kotor (*Gross profit margin*)

- Margin laba operasi (*Operating profit margin*)

- Margin laba bersih (*Net profit margin*)

- Pengembalian aktiva (*Return on asset*)

- Pengembalian ekuitas (*Return on equity*)

Tabel 4-6 Biaya Investasi

Jenis Investasi	Jumlah	Satuan	Subtotal	Total
Aktiva Berwujud				
1. Tanah	200	Meter		Rp 200,000,000
2. Bangunan pabrik	150	Meter		Rp 400,000,000
3. Kendaraan				
a. mobil pick up	2	Unit	Rp 360,000,000	
Subtotal				Rp 360,000,000
4. Mesin				
a. Mixer (Mesin Pengaduk)	2	Unit	Rp 240,000,000	
b. Mesin Packing	1	Unit	Rp 1,200,000	
5. Peralatan				
a. Timbangan	2	Unit	Rp 4,600,000	
b. Ember/ Tong	10	Unit	Rp 400,000	
Subtotal				Rp 246,200,000
6. Inventaris kantor				
a. Meja	3	Unit	Rp 3,000,000	
b. Kursi	5	Unit	Rp 1,500,000	
Laci	1	Unit	Rp 1,750,000	
Lemari	1	Unit	Rp 2,000,000	
Komputer	3	Unit	Rp 12,000,000	
AC	2	Unit	Rp 7,500,000	
Money Detector	1	Unit	Rp 250,000	
Printer	2	Unit	Rp 2,400,000	
Mesin Fax	1	Unit	Rp 1,750,000	
Kursi Tamu	1	Unit	Rp 4,300,000	
Telepon	2	Unit	Rp 4,500,000	
ATK			Rp 5,000,000	
Subtotal				Rp 45,950,000
Total aktiva berwujud				Rp 1,252,150,000
Aktiva Tidak Berwujud				
1. Surat perizinan				
a. SIUP	1	Buah	Rp 1,500,000	
b. TDP	1	Buah	Rp 1,000,000	
c. NPWP	1	Buah		
Total aktiva tidak berwujud				Rp 2,500,000
Total aktiva				Rp 1,254,650,000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, diolah.

Biaya penyusutan dari biaya investasi dari perusahaan PT Ajidharma Corporindo per tahunnya ialah sebagai berikut:

Tabel 4-7 Biaya Penyusutan

Aktiva	Harga Perolehan	Nilai Sisa	Umur Ekonomis	Penyusutan/thn	Thn Pembelian
Bangunan	Rp400.000.000	Rp140.000.000	10	Rp26.000.000	2008
Mesin dan Peralatan	Rp246.200.000	Rp146.200.000	5	Rp20.000.000	2010
Inventaris Kantor	Rp52.000.000	Rp12.000.000	5	Rp8.000.000	2010
Kendaraan	Rp360.000.000	Rp220.000.000	5	Rp28.000.000	2010
Perizinan	Rp2.500.000	Rp0	5	Rp500.000	2010

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, diolah

Berikut adalah biaya pemasaran PT Ajidharma Corporindo

Tabel 4-8 Biaya Pemasaran

Biaya Promosi	2012	2013	2014
Pulsa internet	Rp1,800,000	Rp1,800,000	Rp2,000,000
Brosur	Rp280,000	Rp285,000	Rp285,000
Kartu nama	Rp100,000	Rp100,000	Rp100,000
Total biaya Promosi	Rp2,180,000	Rp2,185,000	Rp2,385,000
Biaya Kemasan			
1. Label	Rp500,000	Rp500,000	Rp750,000
2. Jerigen ukuran 25 Liter	Rp31,200,000	Rp36,960,000	Rp45,000,000
3. Jerigen ukuran 5 Liter	Rp10,800,000	Rp13,200,000	Rp18,000,000
4. pouch plastic ukuran 1 liter	Rp7,875,000	Rp10,200,000	Rp15,000,000
Total Biaya Kemasan	Rp50,375,000	Rp60,860,000	Rp78,750,000
Total Biaya Pemasaran	Rp52,555,000	Rp63,045,000	Rp81,135,000

Sumber PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut adalah harga produk PT Ajidharma Corporindo

Tabel 4-9 Harga Produk

Produk	Harga Tahun		
	2012	2013	2014
1. Sabun Cuci Tangan			
a. Kemasan Pouch 1 Liter	Rp 10.600	Rp 10.800	Rp 11.000
b. Jerigen Ukuran 5 Liter	Rp 53.000	Rp 54.000	Rp 55.000
c. Jerigen Ukuran 25	Rp 265.000	Rp 270.000	Rp 275.000
2. Sabun Cuci Piring			
a. Kemasan Pouch 1 Liter	Rp 10.600	Rp 10.800	Rp 11.000
b. Jerigen Ukuran 5 Liter	Rp 53.000	Rp 54.000	Rp 55.000
c. Jerigen Ukuran 25 Liter	Rp 265.000	Rp 270.000	Rp 275.000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut adalah biaya gaji karyawan PT Ajidharma Corporindo

Tabel 4-10 Biaya Gaji Karyawan

PT Ajidharma Corporindo				
Biaya Gaji Karyawan				
		2012	2013	2014
1. Kepala Produksi	1 Orang	Rp 30,000,000	Rp 30,600,000	Rp 32,400,000
3. Kepala Pemasaran	1 Orang	Rp 30,000,000	Rp 30,600,000	Rp 32,400,000
4. Staff Pemasaran	3 Orang	Rp 79,200,000	Rp 86,400,000	Rp 97,200,000
5. Supir	1 Orang	Rp 24,000,000	Rp 26,400,000	Rp 28,800,000
6. Staff Administrasi	1 Orang	Rp 26,400,000	Rp 30,000,000	Rp 32,400,000
Total		Rp 189,600,000	Rp 204,000,000	Rp 223,200,000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut adalah biaya usaha PT Ajidharma Corporindo

Tabel 4-11 Biaya Listrik, Telepon, Air Pabrik

PT Ajidharma Corporindo			
Biaya listrik, telepon dan air pabrik			
	2012	2013	2014
1. Biaya listrik pabrik	Rp 16,816,000	Rp 19,500,000	Rp 24,000,000
2. Biaya telepon pabrik	Rp 2,400,000	Rp 2,400,000	Rp 2,450,000
3. Biaya air pabrik	Rp 3,200,000	Rp 3,450,000	Rp 3,500,000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut adalah data penjualan PT Ajidharma Corporindo

Tabel 4-12 Data Penjualan

PT Ajidharma Corporindo			
Penjualan			
Per 31 Desember 2012-2014			
Tahun 2012			
Produk	Jumlah (dalam Liter)	Harga	Total
Sabun Cuci Tangan	66000	Rp 10,600	Rp 699,600,000
Sabun Cuci Piring	84000	Rp 10,600	Rp 890,400,000
Jumlah			Rp 1,590,000,000
Tahun 2013			
Produk	Jumlah (dalam Liter)	Harga	Total
Sabun Cuci Tangan	77500	Rp 10,800	Rp 837,000,000
Sabun Cuci Piring	103750	Rp 10,800	Rp 1,120,500,000
Jumlah			Rp 1,957,500,000
Tahun 2014			
Produk	Jumlah (dalam Liter)	Harga	Total
Sabun Cuci Tangan	93000	Rp 11,000	Rp 1,023,000,000
Sabun Cuci Piring	127500	Rp 11,000	Rp 1,402,500,000
Jumlah			Rp 2,425,500,000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut adalah laporan harga pokok penjualan PT Ajidharma Corporindo

Tabel 4-13 Harga Pokok Penjualan

PT Ajidharma Corporindo			
Laporan Harga Pokok Penjualan			
	2012	2013	2014
Pemakaian bahan baku :			
1. Persediaan bahan baku 1 januari 2012	Rp20.000.000	Rp22.500.000	Rp24.000.000
2. Pembelian bahan baku	Rp211.000.000	Rp320.000.000	Rp340.000.000
3. Persediaan bahan baku tersedia untuk produksi	Rp231.000.000	Rp342.500.000	Rp364.000.000
4. Persediaan bahan baku 31 desember 2012	Rp22.500.000	Rp24.000.000	Rp17.000.000
Total pemakaian bahan baku (a)	Rp208.500.000	Rp318.500.000	Rp347.000.000
Biaya tenaga kerja langsung (b)	Rp422.400.000	Rp499.200.000	Rp530.000.000
Biaya overhead pabrik :			
1. Biaya penyusutan bangunan	Rp26.000.000	Rp26.000.000	Rp26.000.000
2. Biaya penyusutan mesin dan peralatan	Rp20.000.000	Rp20.000.000	Rp20.000.000
3. Biaya listrik pabrik	Rp16.000.000	Rp24.000.000	Rp26.000.000
4. Biaya telepon pabrik	Rp2.400.000	Rp2.800.000	Rp3.200.000
5. Biaya air pabrik	Rp3.200.000	Rp3.500.000	Rp4.200.000
Total biaya overhead pabrik	Rp67.600.000	Rp76.300.000	Rp79.400.000
Harga Pokok Produksi	Rp698.500.000	Rp894.000.000	Rp956.400.000
Persediaan Barang Jadi, 1 Januari 2009	Rp10.500.000	Rp12.500.000	Rp16.200.000
Harga Pokok barang yang tersedia untuk dijual	Rp709.000.000	Rp906.500.000	Rp972.600.000
Dikurangi persediaan barang jadi, 31 Desember 2012	Rp12.500.000	Rp16.200.000	Rp21.600.000
Harga Pokok Penjualan	Rp696.500.000	Rp890.300.000	Rp951.000.000

Berikut ini ialah laporan Laba/Rugi dari perusahaan PT Ajidharma Corporindo tahun 2012- 2014.

Tabel 4-14 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi			
Periode Tahun 2012-2014			
	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
A. Penjualan			
1. sabun Cuci Tangan	Rp699.600.000	Rp837.000.000	Rp1.023.000.000
2. Sabun Cuci Piring	Rp890.400.000	Rp1.120.500.000	Rp1.402.500.000
Total Hasil Penjualan	Rp1.590.000.000	Rp1.957.500.000	Rp2.425.500.000
B. Harga Pokok Penjualan	Rp696.500.000	Rp890.300.000	Rp951.000.000
C. Laba Kotor (A-B)	Rp893.500.000	Rp1.067.200.000	Rp1.474.500.000
D. Biaya Usaha			
Biaya pemasaran	Rp52.000.000	Rp63.000.000	Rp81.000.000
Biaya Gaji Karyawan	Rp189.000.000	Rp204.000.000	Rp223.000.000
Biaya ATK	Rp11.000.000	Rp15.000.000	Rp21.000.000
Biaya Peny Invent Kantor	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp8.000.000
Biaya Peny Kendaraan	Rp28.000.000	Rp28.000.000	Rp28.000.000
Biaya Peny Perizinan	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
Total Biaya Usaha	Rp288.500.000	Rp318.500.000	Rp361.500.000
E. Laba Operasi/Usaha EBIT (C-D)	Rp605.000.000	Rp748.700.000	Rp1.113.000.000
F. Biaya Bunga Pinjaman	Rp43.000.000	Rp43.000.000	Rp43.000.000
G. Laba Sebelum Pajak/EBT (E-F)	Rp562.000.000	Rp705.700.000	Rp1.070.000.000
H. Pajak (10%)	Rp56.200.000	Rp70.570.000	Rp107.000.000
I. Laba Setelah Pajak/EAT (G-H)	Rp505.800.000	Rp635.130.000	Rp963.000.000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut ini ialah laporan perubahan modal PT Ajidharma Corporindo:

Tabel 4-15 Laporan Perubahan Laba Ditahan

PT Ajidharma Corporindo			
Laporan Perubahan Laba Ditahan			
Keterangan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
Laba Ditahan Awal	Rp230.000.000	Rp427.000.000	Rp447.400.000
Penambahan			
Laba setelah pajak	Rp505.800.000	Rp635.130.000	Rp963.000.000
Laba Ditahan Setelah Penambahan	Rp735.800.000	Rp1.062.130.000	Rp1.410.400.000
Pengurangan:			
Dividen	Rp308.800.000	Rp614.730.000	Rp979.600.000
Laba Ditahan Akhir	Rp427.000.000	Rp447.400.000	Rp430.800.000

Sumber: PT Ajidharma Corporindo, data diolah.

Berikut ini adalah laporan arus kas PT Ajidharma Corporindo tahun 2012-2014.

Tabel 4-16 Laporan Arus Kas

Arus Kas			
	2012	2013	2014
A)Arus Kas masuk			
Hasil Penjualan	Rp1,590,000,000	Rp1,957,500,000	Rp2,425,500,000
B)Arus Kas Keluar			
Harga Pokok Penjualan (HPP)	Rp1,102,906,000	Rp1,231,905,000	Rp1,468,709,500
Biaya Usaha Sebelum penyusutan	Rp 275,655,000	Rp 300,545,000	Rp 340,335,000
Pajak	Rp 11,393,900	Rp 32,755,000	Rp 51,895,550
Perizinan	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000
Total Arus Kas Keluar	Rp1,392,454,900	Rp1,567,705,000	Rp1,863,440,050
C)Selisih Kas (A-B)			
Surplus (Defisit)	Rp 197,545,100	Rp 389,795,000	Rp 562,059,950
D)Saldo Kas Awal	Rp 345,315,000	Rp 621,556,355	Rp1,099,491,161
saldo kas setelah modal dan pinjaman	Rp 542,860,100	Rp1,011,351,355	Rp1,661,551,111
angsuran	Rp 78,696,255	Rp 88,139,806	Rp 98,716,583
E)Saldo Kas Akhir (C+D)	Rp 621,556,355	Rp1,099,491,161	Rp1,760,267,694

LAPORAN NERACA

PT AJIDHARMA CORPORINDO

Tabel 4-17 Lapora Neraca Tahun

Neraca			
PT Ajidharma Corporindo			
	2012	2013	2014
AKTIVA			
AKTIVA LANCAR			
Kas	Rp300.000.000	Rp320.000.000	Rp410.000.000
Piutang Dagang	Rp120.000.000	Rp135.000.000	Rp112.000.000
Persediaan Bahan baku	Rp546.500.000	Rp586.500.000	Rp625.000.000
Persediaan Barang Jadi	Rp12.500.000	Rp16.200.000	Rp21.600.000
Total Aktiva Lancar	Rp979.000.000	Rp1.057.700.000	Rp1.168.600.000
AKTIVA TETAP			
Tanah	Rp200.000.000	Rp200.000.000	Rp200.000.000
Bangunan	Rp400.000.000	Rp400.000.000	Rp400.000.000
Akum Peny	Rp130.000.000	Rp156.000.000	Rp182.000.000
Nilai Akhir	Rp270.000.000	Rp244.000.000	Rp218.000.000
Mesin dan Peralatan	Rp246.200.000	Rp246.200.000	Rp246.200.000
Akum Peny	Rp60.000.000	Rp80.000.000	Rp100.000.000
Nilai Akhir	Rp186.200.000	Rp166.200.000	Rp146.200.000
Inventasi Kantor	Rp52.000.000	Rp52.000.000	Rp52.000.000
Akum Peny	Rp24.000.000	Rp32.000.000	Rp40.000.000
Nilai Akhir	Rp28.000.000	Rp20.000.000	Rp12.000.000
Kendaraan	Rp360.000.000	Rp360.000.000	Rp360.000.000
Akum Peny	Rp84.000.000	Rp112.000.000	Rp140.000.000
Nilai Akhir	Rp276.000.000	Rp248.000.000	Rp220.000.000
Perizinan	Rp2.500.000	Rp2.500.000	Rp2.500.000
Akum Peny	Rp1.500.000	Rp2.000.000	Rp2.500.000
Nilai Akhir	Rp1.000.000	Rp500.000	Rp0
Total Aktiva Tetap	Rp961.200.000	Rp878.700.000	Rp796.200.000
TOTAL AKTIVA	Rp1.940.200.000	Rp1.936.400.000	Rp1.964.800.000
PASSIVA			
HUTANG LANCAR :			
hutang listrik,telepon dan air pabrik	Rp72.200.000	Rp72.000.000	Rp84.000.000
hutang dagang	Rp111.000.000	Rp87.000.000	Rp120.000.000
total hutang lancar	Rp183.200.000	Rp159.000.000	Rp204.000.000

HUTANG JANGKA PANJANG			
hutang bank	Rp430.000.000	Rp430.000.000	Rp430.000.000
Total Hutang	Rp613.200.000	Rp589.000.000	Rp634.000.000
MODAL			
Modal Sendiri	Rp900.000.000	Rp900.000.000	Rp900.000.000
Laba Ditahan	Rp427.000.000	Rp447.400.000	Rp430.800.000
Total Modal + Laba Ditahan	Rp1.327.000.000	Rp1.347.400.000	Rp1.330.800.000
TOTAL PASSIVA	Rp1.940.200.000	Rp1.936.400.000	Rp1.964.800.000

BAB V

ANALISA DATA

Berdasarkan hasil pengolahan data selanjutnya diadakan analisa data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

5.1 Perhitungan Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, dan Profitabilitas :

1. Rasio Likuiditas

a. Rasio Lancar	=	$\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$	
Tahun 2012	=	$\frac{\text{Rp 979.000.000}}{\text{Rp 183.200.000}}$	= 5,34 kali
Tahun 2013	=	$\frac{\text{Rp 1.057.700.000}}{\text{Rp 159.000.000}}$	= 6,65 kali
Tahun 2014	=	$\frac{\text{Rp 1.168.600.000}}{\text{Rp 204.000.000}}$	= 5,73 kali
b. Rasio Kas	=	$\frac{\text{Kas}}{\text{Hutang Lancar}}$	
Tahun 2012	=	$\frac{\text{Rp 300.000.000}}{\text{Rp 183.200.000}}$	= 1,64 kali
Tahun 2013	=	$\frac{\text{Rp 320.000.000}}{\text{Rp 159.000.000}}$	= 2,01 kali

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp 410.000.000}}{\text{Rp 204.000.000}} = 2,01 \text{ kali}$$

c. Rasio Cepat

$$= \frac{\text{Aktiva Lancar - Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{\text{Rp 979.000.000} - \text{Rp 559.000.000}}{\text{Rp 183.200.000}} = 2,29$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{\text{Rp 1.057.700.000} - \text{Rp 602.700.000}}{\text{Rp 159.000.000}} = 2,86$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp 1.168.600.000} - \text{Rp 646.600.000}}{\text{Rp 204.000.000}} = 2,56$$

2. Rasio Solvabilitas (Hutang)

a. Rasio Hutang Terhadap total aktiva=

$$\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{\text{Rp 613.200.000}}{\text{Rp 1.940.200.000}} = 0,32$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{\text{Rp 589.000.000}}{\text{Rp 1.936.400.000}} = 0,30$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp 634.000.000}}{\text{Rp 1.964.800.000}} = 0,32$$

b. Rasio hutang terhadap modal	=	$\frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal}}$	
Tahun 2012	=	$\frac{\text{Rp } 613.200.000}{\text{Rp } 1.327.000.000}$	= 0,46
Tahun 2013	=	$\frac{\text{Rp } 589.000.000}{\text{Rp } 1.347.400.000}$	= 0,44
Tahun 2014	=	$\frac{\text{Rp } 634.000.000}{\text{Rp } 1.330.800.000}$	= 0,48

3. Rasio Aktivitas

a. Rasio Perputaran Piutang	=	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata-Rata Piutang}}$	
Tahun 2012	=	$\frac{\text{Rp } 1.590.000.000}{\text{Rp } 115.000.000}$	= 13,83
Tahun 2013	=	$\frac{\text{Rp } 1.957.500.000}{\text{Rp } 127.500.000}$	= 15,35
Tahun 2014	=	$\frac{\text{Rp } 2.425.500.000}{\text{Rp } 123.500.000}$	= 19,64
b. Rasio Pengumpulan Piutang	=	$\frac{360 \text{ hari}}{\text{Perputaran Piutang}}$	

$$\text{Tahun 2012} = \frac{360 \text{ hari} = 26,04 \text{ hari}}{13,83}$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{360 \text{ hari} = 23,45 \text{ hari}}{15,35}$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{360 \text{ hari} = 18,33 \text{ hari}}{19,64}$$

$$\text{c. Rasio Perputaran Pers Bahan baku} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan rata-rata b. baku}}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{\text{Rp } 696.500.000}{\text{Rp } 21.250.000} = 32,78$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{\text{Rp } 890.300.000}{\text{Rp } 23.250.000} = 38,29$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp } 951.000.000}{\text{Rp } 20.500.000} = 46,39$$

$$\text{d. Rasio Perputaran Pers barang jadi} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan rata-rata b. jadi}}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{\text{Rp } 696.500.000}{\text{Rp } 11.500.000} = 60,57$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{\text{Rp } 890.300.000}{\text{Rp } 14.350.000} = 62,04$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp 951.000.000}}{\text{Rp 18.900.000}} = 50,31$$

$$\text{e. Perputaran Aktiva Tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{\text{Rp 1.590.000.000}}{\text{Rp 961.200.000}} = 1,66$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{\text{Rp 1.957.500.000}}{\text{Rp 878.700.000}} = 2,23$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp 2.425.500.000}}{\text{Rp 796.200.000}} = 3,05$$

$$\text{f. Perputaran Total Aktiva} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{\text{Rp 1.590.000.000}}{\text{Rp 1.940.200.000}} = 0,82$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{\text{Rp 1.957.500.000}}{\text{Rp 1.936.400.000}} = 1,01$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Rp 2.425.500.000}}{\text{Rp 1.964.800.000}} = 1,23$$

4. Rasio Profitabilitas

a. Profit Margin

- Gross Profit Margin = $\frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$

		Penjualan	
Tahun 2012	=	<u>Rp 893.500.000</u>	= 56%
		Rp 1.590.000.000	
Tahun 2013	=	<u>Rp 1.067.200.000</u>	= 55%
		Rp 1.957.500.000	
Tahun 2014	=	<u>Rp 1.474.500.000</u>	= 61%
		Rp 2.425.500.000	

b. Operating Profit Margin	=	<u>Laba Operasi</u>	
		Penjualan	
Tahun 2012	=	<u>Rp 605.000.000</u>	= 38%
		Rp 1.590.000.000	
Tahun 2013	=	<u>Rp 748.700.000</u>	= 38%
		Rp 1.957.500.000	
Tahun 2014	=	<u>Rp 1.113.000.000</u>	= 46%
		Rp 2.425.500.000	

c. Net Profit Margin	=	<u>Laba bersih</u>	
		Penjualan	
Tahun 2012	=	<u>Rp 505.800.000</u>	= 32%
		Rp 1.590.000.000	
Tahun 2013	=	<u>Rp 635.130.000</u>	= 33%
		Rp 1.957.500.000	
Tahun 2014	=	<u>Rp 963.000.000</u>	= 40%

Rp 2.425.500.000

d. Return On Asset (ROA)	=	<u>Laba bersih</u>	
		Total Aktiva	
Tahun 2012	=	<u>Rp 102.545.100</u>	= 5 %
		Rp 2.028.461.355	
Tahun 2013	=	<u>Rp 294.795.000</u>	= 13 %
		Rp 2.509.131.161	
Tahun 2014	=	<u>Rp 467.059.950</u>	= 15 %
		Rp 3.195.902.694	

e. Return On Equity (ROE)	=	<u>Laba Bersih</u>	
		Total modal	
Tahun 2012	=	<u>Rp 505.800.000</u>	= 26%
		Rp 1.940.200.000	
Tahun 2013	=	<u>Rp 636.130.000</u>	= 33%
		Rp 1.936.400.000	
Tahun 2014	=	<u>Rp 963.000.000</u>	= 49%
		Rp 1.964.800.000	

5.2. Analisa Data

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas maka selanjutnya untuk mengetahui kinerja keuangan diadakan analisis rasio likuiditas, analisis rasio solvabilitas, analisis rasio aktifitas dan analisis rasio profitabilitas. Berikut ini hasil perhitungan rasio secara keseluruhan diadakanlah pembahasan:

Table 4-20 Hasil Perhitungan Rasio

Jenis Rasio	Tahun			Time Series
	2012	2013	2014	
1. Rasio Likuiditas				
a. Rasio lancar	5,34	6,65	5,73	Baik
b. Rasio cepat	2,29	2,86	2,56	Baik
c. Rasio kas	1,64	2,01	2,01	Baik
2. Rasio Solvabilitas				
a. Rasio hutang atas modal	0,32	0,30	0,32	Baik
b. Rasio hutang atas total aktiva	0,46	0,44	0,48	Baik
3. Rasio Aktifitas				
a. Rasio perputaran piutang	13,83	15,35	19,64	Baik
b. Rata-rata pengumpulan piutang	26,04	23,45	18,33	Baik
c. Rasio perputaran bahan baku	32,78	38,29	46,39	Baik
d. Rasio perputaran barang jadi	60,57	62,04	50,32	Baik
e. Rasio perputaran aktiva tetap	1,65	2,23	3,05	Baik
f. Rasio perputaran total aktiva	0,82	1,01	1,23	Buruk
4. Rasio Profitabilitas				
a. Margin laba kotor	56%	55%	61%	Baik
b. Margin laba operasi	38%	38%	46%	Baik
c. Margin laba bersih	32%	33%	40%	Baik
d. Pengembalian aktiva (ROA)	5%	13%	15%	Baik
e. Pengembalian modal (ROE)	26%	33%	49%	Baik

Dari rekapitulasi yang telah dibuat, dilakukan intepretasi terhadap hasil analisa rasio keuangan seperti dibawah ini:

5.2.1. Rasio Likuiditas

a. Rasio Lancar

Hasil analisis rasio keuangan untuk rasio lancar yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pada tahun 2012 ke tahun 2013 namun menurun pada tahun 2014. Ini tampak pada hasil perhitungan bahwa rasio lancar dari tahun 2012 s.d. 2014 mengalami peningkatan dari 5,34 kali, 6,65 kali, dan mengalami penurunan dari 6,65 ke 5,73 namun masih meningkat dibandingkan tahun 2012. Fluktuasi peningkatan rasio lancar ini sebenarnya menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk membayar hutang yang segera harus dipenuhi dengan aktiva lancar dalam kondisi **baik**.

b. Rasio Cepat

Hasil analisis rasio keuangan untuk rasio cepat yang dihitung dengan mengurangi persediaan dari aktiva lancar, kemudian membagi sisanya dengan hutang lancar. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pada tahun 2012 ke tahun 2013 namun menurun pada tahun 2014. Ini tampak pada hasil perhitungan bahwa rasio cepat dari tahun 2012 s.d. 2013 mengalami peningkatan dari 2,29 kali, 2,86 kali, dan mengalami penurunan dari 2,86 ke 2,56 namun masih meningkat dibandingkan tahun 2012. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk membayar utang yang segera harus dipenuhi dengan aktiva lancar yang lebih likuid (quick assets) semakin **baik** setiap tahunnya.

c. Rasio kas

Hasil analisis rasio keuangan untuk rasio kas perusahaan yang diteliti dari tahun 2012 s.d. 2014 mengalami peningkatan pada tahun 2012

ke 2013 namun pada tahun 2013 ke 2014 tidak terjadi peningkatan yaitu dari 1,64 kali ke 2,01 dan 2,01 tetap 2,01. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk membayar utang yang segera harus dipenuhi dengan kas yang tersedia dalam perusahaan dan efek yang dapat segera diuangkan adalah **baik**.

5.2.2. Rasio Solvabilitas

a. Rasio hutang atas total modal (*Debt to total equity*)

Hasil analisa rasio hutang atas total modal dari tahun 2012 s.d 2014 didapati bahwa tahun 2012 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2013 namun terjadi kenaikan dari tahun 2013 ke tahun 2014 walaupun kenaikan tersebut kembali sebesar tahun 2012 yaitu 0,32 ke 0,30 dan 0,30 ke 0,32. Rasio hutang atas total modal adalah bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk keseluruhan utang. Secara sistematis dapat ditulis sebagai perbandingan antara total utang dengan modal. Artinya bagian dari utang yang dijamin oleh modal sendiri apabila perusahaan ini dilikuidasi adalah sebesar 0,32, 0,30 dan 0,32. Atau dapat dikatakan hutang atas modal sendiri dari tahun 2012-2014 hanya sebesar 32%, 30%, 32% atau rata-rata 31% dibandingkan dengan modal sendiri. Jadi dapat dikatakan cukup **baik**.

b. Rasio hutang atas total aktiva (*Debt to total Asset*)

Hasil analisa rasio hutang atas total aktiva yang menunjukkan pengukuran presentase penggunaan dana dari kreditur yang dihitung dengan cara membagi total hutang dengan total aktiva perusahaan mengalami penurunan dari tahun 2012 ke tahun 2013 namun terjadi kenaikan dari tahun 2013 ke 2014. Ini dapat dilihat dari tahun 2012 rasio hutang atas total aktiva perusahaan sebesar 0,46 menjadi 0,44 di tahun 2013 dan di tahun 2013 0,44 menjadi 0,48 di tahun 2014. Ini menggambarkan bahwa dari tahun 2012 ke 2013 beberapa bagian dari keseluruhan kebutuhan dana yang dibelanjai dengan utang atau berapa

bagian dari aktiva yang digunakan untuk menjamin utang mengalami penurunan atau dari total aktiva itu namun pada tahun 2014 ke 2013 ada terjadi kenaikan. Secara rata-rata kondisi ini dapat dikatakan **baik** sebab seluruh utang masih dapat dibiayai oleh aktivanya.

5.2.3. Rasio Aktivitas

a. Rasio perputaran piutang

Rasio perputaran piutang bertujuan untuk mengetahui jumlah waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan piutang selama satu tahun yang dapat dihitung dengan cara membagi penjualan kredit dengan rata-rata piutang yartinya dana yang tertanam dalam piutang itu mampu berputar sebanyak berapa kali dalam satu tahun. Pada perusahaan ini setelah dilakukan penelitian, didapati bahwa perputaran piutang di tahun 2012 ke 2014 mengalami kenaikan yaitu dari 13,83 kali menjadi 15,35 kali kemudian menjadi 19,64. Artinya jumlah waktu penjualan tertumpuk menjadi piutang semakin sedikit maka kondisin tersebut dapat dikatakan **baik**.

b. Rasio pengumpulan piutang

Hasil dari perhitungan rasio pengumpulan piutang pada tahun 2012 sampai 2014 mengalami penurunan yaitu dari 26,04 hari menjadi 23,45 kemudian menjadi 18,33 hari. Rasio pengumpulan piutang ini menunjukkan waktu rata-rata yang dibutuhkan untuk mengumpulkan piutang menjadi uang kas kembali. Semakin singkat, maka semakin **baik** sebab semakin cepat tertagih.

c. Rasio perputaran persediaan bahan baku

Hasil perhitungan perputaran persediaan bahan baku mengalami peningkatan dari tahun 2012 ke 2013 yaitu dari 32,78 ke 38,29 lalu mengalami kenaikan pada tahun 2013 ke tahun 2014 yaitu 38,29 ke 46,39. Rasio ini digunakan untuk menghitung kemampuan persediaan berputar

selama satu tahun yang diukur dengan menggunakan inventory turnover dan waktu rata-rata persediaan tertahan di gudang. Peningkatan rasio perusahaan yang terjadi menggambarkan bahwa perputaran persediaan bahan baku pada perusahaan **baik** karena terjadi perputaran persediaan bahan baku di gudang sangat cepat sehingga tidak terjadi penumpukan persediaan bahan baku.. Jadi secara rata-rata kondisi ini dikatakan **baik**.

d. Rasio perputaran persediaan barang jadi

Hasil perhitungan perputaran persediaan barang jadi mengalami peningkatan pada tahun 2012-2014 yaitu dari 60,57 ke 62,04 namun menurun pada tahun 2013 ke 2014 yaitu 62,04 ke 50,32. Rasio ini digunakan untuk menghitung kemampuan persediaan barang jadi berputar selama satu tahun yang diukur dengan menggunakan inventory turnover dan waktu rata-rata persediaan barang jadi tertahan di gudang. Angka rasio perusahaan memiliki nilai yang cukup tinggi walaupun sempat mengalami penurunan pada tahun 2014, ini menunjukkan bahwa terjadi perputaran persediaan barang jadi dalam setahun sangat cepat. Hal ini dikategorikan baik.

e. Rasio perputaran aktiva tetap (*Fix asset turnover ratio*)

Hasil perhitungan perputaran aktiva tetap mengalami peningkatan pada tahun 2012-2014 yaitu dari 1,65 ke 2,12 dan 3,05. Rasio ini digunakan untuk menghitung kemampuan aktiva tetap berputar selama satu tahun yang diukur dengan menggunakan fix asset turnover ratio. Angka rasio perusahaan yang sudah di atas 2 menunjukkan bahwa terjadi perputaran persediaan sudah baik. Hal ini dikategorikan baik karena terus terjadi peningkatan menuju kebaikan dari tahun 2012-2014.

d. Rasio perputaran total aktiva (*Total asset turnover ratio*)

Hasil analisa rasio perputaran total aktiva menunjukkan kemampuan total aktiva untuk berputar selama satu tahun untuk menghasilkan penjualan. Rasio perputaran total aktiva mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai 2014 yaitu dari 0,82 kali menjadi 1,01 dan 1,23. Kenaikan rasio yang terjadi menggambarkan bahwa perputaran total aktiva perusahaan sedang dalam keadaan **buruk**. Karena dalam setahun masih berada di bawah 2 x artinya perputara total aktiva rata-rata 180 hari dalam setahun.

5.2.4. Rasio Profitabilitas

a. Margin laba kotor (*Gross profit margin*)

Margin laba kotor menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba kotor perusahaan. Pada tahun 2012 s.d. 2014, margin laba kotor perusahaan mengalami penurunan yaitu dari 56% menjadi 55%, kemudian mengalami kenaikan dari 55% ke 61%. Ini berarti bahwa setiap penjualan dapat menghasilkan laba lebih dari setengah dari hasil penjualan hal ini menunjukkan kondisi **baik**. Walaupun terjadi peningkatan dan penurunan.

b. Margin laba operasi (*Operating profit margin*)

Margin laba operasi menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba operasi perusahaan. Pada tahun 2012 s.d. 2014, margin laba operasi perusahaan mengalami rata-rata kenaikan yaitu dari 38% ke 38% dan 46%. Ini berarti bahwa setiap penjualan dapat menghasilkan laba operasi di atas 30% dari hasil penjualan. Hal ini menunjukkan kondisi **baik**.

c. Margin laba bersih (*Net profit margin*)

Margin laba bersih menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba bersih perusahaan. Pada tahun 2012 s.d. 2014, margin laba kotor perusahaan mengalami peningkatan yaitu dari 32% menjadi 33%, kemudian menjadi 40%. Ini berarti bahwa setiap penjualan dapat menghasilkan laba bersih di rata-rata 30% dari hasil penjualan. Hal ini menunjukkan kondisi **baik**.

d. *Return on Asset (ROA)*

Return on Asset (ROA) menunjukkan kemampuan aktiva rata-rata dalam menghasilkan laba setelah pajak. Dari hasil perhitungan didapat bahwa margin laba bersih perusahaan mengalami kenaikan dari tahun 2012 s.d 2014 yaitu dari 5% menjadi 13% kemudian menjadi 15%. Hal ini menunjukkan bahwa ada kenaikan penggunaan aktiva untuk menghasilkan laba yang semakin meningkat. Hal ini menunjukkan kondisi **baik**.

e. *Return on equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) menunjukkan kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Dari hasil perhitungan didapat bahwa margin laba bersih perusahaan mengalami kenaikan dari tahun 2012 s.d 2014 yaitu 26% menjadi 33%, dan 49%. Hal ini dapat dikatakan kondisi **baik** karena modal sendiri mampu menghasilkan laba di atas 25% dari modal sendiri.

5.3. Aspek produksi

Permasalahan utama pada bidang produksi terdapat pada mesin-mesin yang digunakan untuk produksi. PT Ajidharma Corporindo hanya memiliki mesin pengaduk bahan baku (mixer) sebanyak 2 buah. Satu untuk mengaduk bahan sabun pencuci tangan, satu lagi untuk mengaduk bahan sabun pencuci piring. Apabila mesin ini ada yang macet atau

rusak, maka terpaksa mesin yang digunakan untuk mengaduk kedua bahan tersebut hanya satu sehingga proses produksi terhambat dan barang yang diproduksi tidak sesuai dengan perhitungan awal. Hal ini akan merugikan PT Ajidharma Corporindo tersebut. Harga mesin yang mahal menjadi faktor utama mengapa mesin yang dimiliki PT Ajidharma Corporindo hanya ada 2 unit. Menurut penulis sebaiknya PT Ajidharma Corporindo membeli 1 unit mesin pengaduk lagi untuk jaga-jaga apabila salah satu mesin rusak, sehingga proses produksinya tidak terganggu. Memang harga 1 unit mesin sangat mahal, namun apabila dikaitkan dengan kerugian yang ditimbulkan oleh kerusakan/macetnya mesin apabila mesin tersebut sering mengalami kerusakan maka akan lebih besar kerugian yang ditanggung.

5.2.3 Aspek pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Ajidharma Corporindo masih belum maksimal. PT Ajidharma Corporindo hanya melakukan promosi melalui media internet dan dari mulut ke mulut. Hal ini membuat kebanyakan konsumen belum mengetahui tentang produk dari perusahaan ini.

Untuk mengatasi masalah pemasaran sebaiknya PT Ajidharma Corporindo memperluas wilayah pemasarannya. Salah satu cara promosi untuk memperkenalkan produknya adalah mengikuti pameran UKM yang sering diadakan sehingga konsumen dapat mengenal produk sanitasi hygiene milik PT Ajidharma Corporindo. Dalam pameran UKM jelaskan mengenai keunggulan dari produk ini dengan sangat baik sehingga konsumen tertarik untuk mencoba memakainya. Apabila konsumen puas terhadap produknya maka besar kemungkinan konsumen tersebut akan membeli kembali dan menyebarkan keunggulan produk pada keluarga, teman, dan orang-orang disekitarnya untuk membelinya juga.

5.4 . Aspek Personalia

Karyawan PT Ajidharma Corporindo terutama karyawan di bidang produksi kebanyakan mengeluh mengenai penggajian karyawan. Karyawan merasa bahwa gaji yang diberikan oleh PT Ajidharma Corporindo masih kurang walaupun sudah sesuai dengan standar Upah Minimum Regional. Masalah penggajian karyawan memang kerap terjadi di perusahaan-perusahaan UKM. Karyawan terutama karyawan di bidang produksi merasa kurang puas dengan kompensasi yang mereka dapatkan. Sehingga secara tidak langsung terkadang mereka menuntut upah yang lebih besar kepada pemilik. Di lain pihak pemilik tidak bisa begitu saja menaikkan gaji karyawan karena keuntungan yang didapat dari perusahaan UKM masih belum terlalu besar. Sebaiknya PT Ajidharma Corporindo tetap melakukan sistem penggajian seperti biasa. Hanya saja perlu ditambah dengan tunjangan-tunjangan lain seperti THR dan Jamsostek ditambah lagi uang lembur atau kompensasi untuk prestasi yang dapat dicapai karyawan tersebut. Dengan demikian karyawan menjadi termotivasi untuk bekerja sebaik mungkin.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis laporan keuangan pada PT Ajidharma Corporindo, dengan menggunakan metode *time series* dapat disimpulkan bahwa :

1. Rasio likuiditas perusahaan yang terdiri dari rasio lancar, rasio cepat, dan rasio kas rata-rata mengalami peningkatan dari tahun 2012 s.d. 2014 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban *financial* jangka pendek.
2. Rasio solvabilitas perusahaan yang terdiri dari rasio hutang atas total modal dan rasio hutang atas total aktiva rata-rata mengalami peningkatan dari tahun 2012 s.d. 2014 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam hal penjaminan utang, baik dengan menggunakan total aktiva maupun modal sendiri
3. Rasio aktivitas perusahaan yang terdiri dari rasio perputaran bahan baku, rasio perputaran bahan jadi, rasio perputaran aktiva tetap, rasio perputaran total aktiva, rasio perputaran piutang, dan rasio pengumpulan piutang rata-rata mengalami peningkatan dari tahun 2012 s.d. 2014 yang berarti bahwa perusahaan sudah cukup efektif dalam menggunakan sumber – sumber daya sebagaimana digariskan oleh kebijaksanaan perusahaan menjadi penjualan atau kas.
4. Rasio profitabilitas perusahaan yang terdiri dari margin laba kotor, margin laba operasi, margin laba bersih, pengembalian aktiva (ROA), dan pengembalian modal (ROE) rata-rata mengalami peningkatan dari tahun 2012 s.d. 2014 yang berarti bahwa perusahaan baik dalam pengelolaan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

6.1.2 Aspek Produksi, Pemasaran dan Personalia

a. Produksi

Dalam memproduksi, PT Ajidharma Corporindo sudah memiliki mesin untuk melakukan produksi, namun mesin yang dimiliki masih sedikit jadi apabila ada mesin yang rusak proses produksi mengalami penghambatan. Tenaga kerja yang ada di PT Ajidharma Corporindo di bidang produksi sudah cukup untuk memproduksi barang yang dihasilkan.

b. Pemasaran

PT Ajidharma Corporindo sudah memiliki karyawan di bidang pemasaran sehingga untuk memasarkan produknya selain dari mulut ke mulut juga dilakukan door to door. Selain itu PT Ajidharma Corporindo perlu mengikuti pameran-pameran UKM untuk memperkenalkan produknya pada masyarakat luas.

c. Personalia

perekrutan karyawan sudah dilakukan sesuai prosedur yaitu melalui proses seleksi wawancara dan psikotes, namun untuk karyawan di bidang produksi tidak diberlakukan hal tersebut mengingat bidang produksi hanya membutuhkan tenaga kerja dengan tenaga yg saja.

Daftar Pustaka

- Gumanti, Tatang Ari. 2011 *Manajemen Investasi konsep, teori, dan aplikasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kasmir, 2014 *analisis laporan keuangan edisi 1,-7*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kasmir, 2010 *Pengantar manajemen keuangan edisi 1*, Jakarta: kharisma putra utama
- Munawir. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty
- Muqorobin agus, Nasir moech. 2009 *Penerapan rasio keuangan sebagai alat ukur kinerja perusahaan BENEFIT jurnal manajemen dan bisnis, volume 13, (1), 1-13*
- Prihadi toto, 2010 *analisis laporan keuangan teori dan aplikasi*, Jakarta: PPM
- Riyanto bambang.1995 *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan edisi 4*, Yogyakarta: BPFE
- Sutrisno, *manajemen keuangan teori konsep & aplikasi*
- Syamsuddin lukman, 2011 *manajemen keuangan perusahaan* Jakarta: RajaGrafindo persada