

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Laporan Keuangan

Mereka yang mempunyai kepentingan terhadap perkembangan suatu perusahaan sangatlah perlu untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan tersebut, dan kondisi keuangan suatu perusahaan akan dapat diketahui dari laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut.

Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan maupun perkembangan suatu perusahaan adalah para pemilik perusahaan, manager perusahaan yang bersangkutan, para kreditur, bankers, para investor dan pemerintah dimana perusahaan tersebut berdomisili, buruh serta pihak-pihak lainnya lagi.

Menurut Myer dalam bukunya *Financial Statement Analysis* menyatakan bahwa yang dimaksud dengan laporan keuangan adalah :

*“Dua daftar yang disusun oleh akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan. Kedua daftar itu adalah daftar neraca atau daftar posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar rugi laba. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan-perseroan untuk menambahkan daftar ketiga yaitu*

*daftar surplus atau daftar laba yang tidak dibagikan ( laba yang ditahan )”<sup>4</sup>*

Pada umumnya laporan keuangan itu terdiri dari neraca dan perhitungan rugi laba serta laporan perubahan modal, dimana neraca menunjukkan/menggambarkan jumlah aktiva, hutang dan modal dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu, sedangkan perhitungan rugi laba memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta biaya yang terjadi selama periode tertentu, dan laporan perubahan modal menunjukkan sumber dan penggunaan atau alasan-alasan yang menyebabkan perubahan modal perusahaan. Tetapi dalam prakteknya sering diikutsertakan kelompok lain yang sifatnya membantu untuk memperoleh penjelasan lebih lanjut, misalnya laporan perubahan modal kerja, laporan sumber dan penggunaan kas atau laporan arus kas, laporan sebab-sebab perubahan laba kotor, laporan biaya produksi serta daftar-daftar lainnya. Dalam karya tulis ini penulis akan membatasi pembahasan mengenai laporan keuangan pada Neraca dan Laporan Rugi Laba.

### 1. Neraca

Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva, hutang, serta modal dari suatu perusahaan pada suatu saat tertentu. Jadi tujuan neraca adalah untuk menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu tanggal tertentu, biasanya pada waktu dimana buku-buku ditutup dan ditentukan sisanya pada suatu akhir tahun

---

Drs. S. Munawir, Ak., *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi keempat, Liberty, Yogyakarta, 1995, hal. 5.

fiskal atau tahun kalender, sehingga neraca sering disebut dengan *balance sheet*.<sup>2</sup>

Dengan demikian neraca terdiri dari tiga bagian utama yaitu aktiva, hutang, dan modal.

a. Aktiva ( harta )

Pengertian aktiva tidak terbatas pada kekayaan perusahaan yang berwujud saja, tetapi termasuk juga pengeluaran-pengeluaran yang belum dialokasikan ( *deffered charges* ), atau biaya yang masih harus dialokasikan pada penghasilan yang akan datang. Serta aktiva tidak berwujud lainnya misalnya : goodwill, patent, hak menerbitkan, dan lain-lain.<sup>3</sup>

Pada dasarnya aktiva digolongkan menjadi aktiva lancar dan aktiva lain-lain.

1) Aktiva Lancar

Aktiva yang ditinjau dari perputarannya dapat habis dipakai dalam satu kali proses produksi dan akan kembali pada bentuk semula. Atau aktiva yang segera dapat dicairkan/dilikuidasi/diuangkan. Penyajian pos-pos aktiva lancar didalam neraca didasarkan pada urutan likuiditasnya, sehingga penyajiannya dimulai dari aktiva yang paling likuid sampai dengan aktiva yang paling tidak likuid.<sup>4</sup>

---

Ibid, hal. 13.

Ibid, hal. 14.

Ibid, hal. 14.

## 2) Aktiva Tetap

Adalah aktiva yang dimiliki perusahaan dan dapat digunakan dalam operasi yang bersifat permanen ( mempunyai umur kegunaan jangka panjang atau tidak akan habis dipakai dalam satu periode kegiatan usaha perusahaan ). Atau dengan kata lain aktiva tetap adalah kekayaan yang dimiliki perusahaan yang fisiknya nampak ( konkrit ).<sup>5</sup>

### b. Passiva ( Hutang )

Hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor. Hutang atau kewajiban perusahaan dapat dibedakan dalam hutang lancar ( hutang jangka pendek ) dan hutang jangka panjang.

Hutang lancar ( hutang jangka pendek ) adalah kewajiban keuangan perusahaan yang pelunasannya atau pembayarannya akan dilakukan dalam jangka pendek ( satu tahun sejak tanggal neraca ) dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>6</sup> Sedangkan hutang jangka panjang adalah kewajiban keuangan yang jangka waktu pembayarannya ( jatuh temponya ) masih jangka panjang ( lebih dari satu tahun sejak tanggal neraca ).<sup>7</sup>

---

Ibid, hal.17.

Ibid, hal.18.

Ibid, hal.19.

### c. Modal

Modal adalah merupakan hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal ( modal saham ), surplus dan laba yang ditahan. Atau dengan kata lain adalah kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya.<sup>8</sup>

## 2. Laporan Rugi Laba

Seperti diketahui laporan rugi laba merupakan suatu laporan yang sistematis tentang penghasilan, biaya, rugi laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana kebijaksanaan dan keputusan yang diambil oleh pihak manajemen, yang dilakukan dengan cara membandingkan penghasilan dan biaya-biaya selama jangka waktu tertentu.

Walaupun belum ada keseragaman tentang susunan laporan rugi laba bagi tiap-tiap perusahaan, namun prinsip-prinsip yang umumnya diterapkan adalah sebagai berikut :

- a. Bagian yang pertama menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan ( penjualan barang dagangan atau memberikan service ) diikuti dengan harga pokok dari barang/service yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.
- b. Bagian kedua menunjukkan biaya-biaya operasional yang terdiri dari biaya

---

<sup>8</sup>Ibid, hal.19.

- penjualan dan biaya umum/administrasi ( *operating expenses* ).
- c. Bagian ketiga menunjukkan hasil-hasil yang diperoleh diluar operasi pokok perusahaan, yang diikuti dengan biaya-biaya yang terjadi di luar usaha pokok perusahaan ( *non-operating/financial income dan expenses* ).
- d. Bagian keempat menunjukkan laba atau rugi yang insidental ( *extra ordinary gain or loss* ) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.<sup>9</sup>

Bagi seseorang biasanya atau pada mulanya menganggap bahwa laporan perhitungan rugi laba lebih penting daripada neraca, tetapi sebenarnya keduanya sangat diperlukan oleh seorang penganalisa karena kedua laporan itu mempunyai hubungan satu sama lainnya, bukanlah berdiri sendiri-sendiri.

Untuk mengetahui tendensi atau trend bertambahnya modal atau kekayaan perusahaan, ini hanya akan diketahui dari neraca, tetapi untuk mengetahui kemajuan atau sebab-sebab perubahan modal tersebut diperlukan laporan lain yaitu laporan rugi laba. Bagi calon kreditor, untuk mengetahui jaminan ( *borg* ) yang disediakan oleh perusahaan atas semua hutang-hutangnya akan dapat dilihat dalam neraca, tetapi untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk membayar bunga modal yang dipinjamnya sangat tergantung pada keuntungan dimasa mendatang ( *future profit* ), hal ini akan diketahui dari laporan rugi laba yang dibuat oleh perusahaan yang bersangkutan, dan hanya perusahaan yang mampu memperoleh keuntungan dari modal yang dipinjamnyalah

---

Ibid, hal.26.

yang merupakan jaminan yang baik bagi para kreditor.

### 3. Pengertian Profitabilitas

Untuk membuat keputusan rasional yang sesuai dengan tujuan perusahaan, seorang manajer finansial haruslah mempunyai alat-alat analisis tertentu. Analisis keuangan dilakukan baik oleh pihak luar perusahaan, seperti kreditor dan investor, maupun pihak perusahaan sendiri. Jenis analisis bervariasi sesuai dengan kepentingan pihak-pihak yang melakukan analisis. Seorang pemberi kredit dagang (jangka pendek) terutama akan tertarik pada likuiditas perusahaan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang harus segera dipenuhi (jangka pendek). Tagihan seorang pemberi kredit dagang adalah bersifat jangka pendek, dan karenanya ia lebih berminat pada kemampuan likuiditas perusahaan. Tagihan pemberi kredit jangka panjang, misalnya pemilik obligasi sebaliknya bersifat jangka panjang dan karenanya ia akan berminat terhadap kemampuan aliran kas untuk melunasi hutang dalam jangka panjang. Pemilik obligasi mungkin akan menilai struktur modal perusahaan, sumber-sumber utama dan penggunaan dana, profitabilitas selama beberapa periode dan proyeksi profitabilitas dimasa yang akan datang. Pengertian profitabilitas adalah *menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh "profit" (laba) dari operasinya.*<sup>10</sup>

Drs. S. Munawir, Ak., mengemukakan bahwa “ *profitabilitas adalah menunjukkan*

---

Dr. Suad Husnan, M.B.A., *Pembelajaran Perusahaan : Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Keempat, akan Pertama, Liberty, Yogyakarta, 1993, hal. 55.

*kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut<sup>11</sup>.*

Profitabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal suatu perusahaan dengan membandingkan antara laba dengan modal yang digunakan dalam operasi. Oleh sebab itu laba yang besar belum merupakan jaminan bahwa perusahaan tersebut telah bekerja secara efisien. Profitabilitas sebagai alat ukur efisiensi suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu profitabilitas ekonomis dan profitabilitas modal sendiri.

Profitabilitas ekonomis adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase. Oleh karena pengertian profitabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal di dalam perusahaan, maka profitabilitas ekonomis sering dimaksudkan sebagai kemampuan suatu perusahaan dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan laba. Modal yang diperhitungkan untuk menghitung profitabilitas ekonomis hanyalah modal yang bekerja di dalam perusahaan (*Operating Capital Assets*) baik modal sendiri maupun modal asing. Sedangkan laba yang diperhitungkan adalah laba yang berasal dari operasi perusahaan

( *Net Operating Income* ) atau laba usaha sebelum dikenakan bunga dan pajak ( EBIT ).

Profitabilitas modal sendiri atau profitabilitas usaha adalah perbandingan antara jumlah laba yang tersedia bagi pemilik modal sendiri dengan jumlah modal sendiri yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain, profitabilitas modal sendiri adalah kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan. Dalam profitabilitas modal sendiri, laba yang diperhitungkan adalah laba usaha setelah dikurangi bunga dan pajak ( EAT ), sedangkan modal yang diperhitungkan hanyalah modal sendiri yang bekerja di dalam perusahaan.

### C. Pengertian Penjualan dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Pada saat perusahaan menjual barang dagangnya, maka diperoleh pendapatan. Jumlah yang dibebankan kepada pembeli pada barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan.<sup>12</sup>

Jadi, penjualan adalah pendapatan yang diterima oleh penjual atas penyerahan barang dagang kepada pembeli. Penjualan dapat dilakukan secara kredit maupun tunai dan pada umumnya kepada beberapa langganan. Seperti halnya waktu membeli, ketika menjual perusahaan juga terikat dengan syarat jual beli tertentu (berbeda dengan syarat jual beli yang diterapkan pada waktu perusahaan membeli).

Pada waktu menjual kadang-kadang perusahaan harus menerima pengembalian

barang atau memberi potongan harga. Hal ini terjadi kalau barang yang dijual tidak sesuai dengan permintaan pembeli. Penerimaan kembali barang yang telah dijual disebut penjualan retur (*sales return*), sedang pemberian potongan harga disebut pengurangan harga (*sales allowances*). Pada umumnya penjualan retur dan pengurangan harga dicatat dalam satu perkiraan, yang disebut penjualan retur dan pengurangan harga (*sales return and allowances*).

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa perusahaan dalam kegiatannya mengharapkan laba yang optimal karena dengan demikian akan meningkatkan kemandirian perusahaan untuk berkembang dan mengurangi tingkat ketergantungan kepada pihak luar. Jadi melihat laporan rugi laba suatu perusahaan, maka akan dijumpai istilah laba kotor dan laba bersih. Laba kotor adalah hasil penjualan bersih dikurangi harga pokok. Sedangkan laba bersih adalah hasil akhir penjualan dikurangi biaya operasi ( biaya operasi = harga pokok + biaya umum + biaya administrasi + biaya penjualan ), biaya bunga dan pajak.

Menurut R. Soemita, Ak., faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah :

1. Perubahan dalam laba bruto, yaitu terdapatnya perubahan dalam hasil penjualan dan perubahan dalam harga pokok barang yang dijual.
2. Perubahan dalam biaya-biaya
3. Perubahan dalam pendapatan lain-lain.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor merupakan faktor-faktor yang menyebabkan perubahan dalam jumlah harga pokok barang-barang yang dijual, antara lain adalah faktor kuantitas dan faktor harga pokok satuan.<sup>13</sup>

Bagaimanapun faktor-faktor diatas merupakan kekuatan tersendiri dalam memenuhi laba, untuk itu perlu dikemukakan keterkaitan antara hubungan-hubungan yang berkenaan dengan laba sehingga dapat lebih objektif dalam menentukan langkah ke depan.

### *1. Hubungan harga pokok dengan hasil penjualan*

Harga pokok dan harga jual adalah laba kotor penjualan, yang harus cukup besar untuk menutup biaya-biaya dan harus memberikan sisa yang cukup memuaskan sebagai pendapatan bersih.

Bagi perusahaan industri, harga pokok dari barang-barang yang dijual itu selain dipengaruhi oleh perubahan-perubahan dalam harga pokok bahan-bahan dasar, upah, dan biaya-biaya produksi, seringkali juga oleh perubahan-perubahan dalam besarnya penjualan, karena pesanan-pesanan individual untuk barang-barang yang dibeli dan harga yang harus mereka bayar.

### *2. Hubungan antara biaya-biaya dan hasil penjualan*

Suatu hubungan yang penting terdapat biaya-biaya dan besarnya hasil penjualan. Hubungan ini akan lebih penting bagi beberapa jenis biaya dari biaya-biaya lainnya, misalnya kenaikan yang besar dalam aktivitas penjualan biasanya akan mempengaruhi biaya-biaya penjualan mungkin dalam bentuk gaji para penjual dan komisi penjualan, biaya-biaya penyerahan dan mungkin juga sewa, jika diperlukan tambahan ruangan

untuk melakukan usahanya.

Biaya-biaya administrasi tidak begitu dipengaruhi oleh perubahan-perubahan dalam aktivitas jika dibandingkan dengan biaya-biaya penjualan. Suatu perluasan dari besarnya penjualan tidak memerlukan penambahan dari tenaga-tenaga administrasi, akan tetapi kenaikan aktivitas yang besar dari penjualan, pada akhirnya akan mempengaruhi juga biaya-biaya administrasi. Biasanya biaya-biaya keuangan paling sedikit dipengaruhi oleh perubahan-perubahan dalam besarnya penjualan.

Penjualan lebih mencerminkan kebijaksanaan keuangan, akan tetapi perluasan yang terus menerus dari suatu perusahaan akhirnya akan mempengaruhi juga biaya-biaya itu, jika dianggap perlu untuk menambah biaya-biaya berupa bunga guna membiayai aktivitas keuangan yang bertambah itu.

### *3. Hubungan hasil penjualan dan pendapatan*

Hasil penjualan kotor merupakan kekuatan dinamis yang fundamental bagi perusahaan, karena tanpa hasil penjualan yang cukup, maka perusahaan itu tidak akan memperoleh sukses. Fakta ini demikian jelasnya bagi mereka yang memimpin perusahaan, sehingga perhatian biasanya dipusatkan kepada hasil penjualan, sebelum ke persoalan-persoalan lainnya.

Setiap pengusaha pada umumnya cenderung untuk lebih royal mengeluarkan biaya-biaya untuk mengeluarkan biaya-biaya untuk memperoleh hasil penjualan daripada biaya-

biaya untuk tujuan lainnya, akan tetapi jumlah hasil penjualan kadang-kadang merupakan alat pengukur sukses dari suatu perusahaan.

Suatu perusahaan dapat menaikkan pendapatan kotor penjualannya setinggi mungkin, dengan jalan menjual barang-barangnya dengan harga rendah, sehingga tidak menghasilkan pendapatan yang memuaskan setelah dikurangi harga pokok dan biaya-biaya penjualan, karena itu bukan jumlah rupiah hasil penjualan yang mengukur sukses terakhir, tetapi kemampuan perusahaan memperoleh laba.

Jumlah pendapatan bersih merupakan jumlah yang vital dalam daftar keuangan. Memperoleh pendapatan adalah tujuan suatu perusahaan, dan kesuksesan perusahaan diukur dengan pendapatannya. Oleh karena itu perlu mengukur kemampuan dari penjualan untuk memperoleh laba.

### **Hubungan Profitabilitas dan Penjualan**

Jumlah keuntungan ( laba ) yang diperoleh secara teratur serta kecenderungan atau trend keuntungan yang meningkat merupakan suatu faktor yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian didalam menilai profitabilitas atau rentabilitas suatu perusahaan. Hubungan antara profitabilitas dengan penjualan dapat dilihat dengan analisa ratio profitabilitas dan proyeksi penjualan.

Sejauh mana kita dapat menginterpretasikan rasio profitabilitas, perlu dikaji lagi secara mendalam karena dengan diketahuinya data ratio profitabilitas, maka pihak

manajemen akan lebih mudah mengambil policy atau kebijaksanaan lebih lanjut. Dengan demikian dapat diketahui tentang perkembangan suatu perusahaan ditinjau dari sudut yang lebih sempit untuk mengambil kebijaksanaan yang mendorong perusahaan melakukan ekspansi produknya.

Analisis rasio pada dasarnya tidak hanya berguna bagi kepentingan intern perusahaan melainkan juga bagi pihak luar. Dalam hal ini adalah calon investor atau kreditur yang akan menanamkan dana mereka dalam perusahaan melalui pasar modal dengan cara membeli saham perusahaan yang go public. Bagi manajer finansial, dengan menghitung rasio-rasio tertentu akan memperoleh suatu informasi tentang kekuatan dan kelemahan yang dihadapi oleh perusahaan dibidang finansial, sehingga dapat membuat keputusan-keputusan yang penting bagi kepentingan perusahaan untuk masa yang akan datang. Sedangkan bagi investor atau calon pembeli saham merupakan bahan pertimbangan apakah menguntungkan untuk membeli saham perusahaan yang bersangkutan atau tidak.

### 1. Ratio Profitabilitas

Rasio profitabilitas dapat membantu menjawab beberapa pertanyaan yang sangat penting mengenai efektivitas manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktiva atau sumber penghasilan yang dipercayakan kepada mereka.

Untuk mengetahui suatu konsep yang dijalankan, Prof. Dr. Bambang Riyanto menyatakan : “ *Ratio profitabilitas adalah ratio-ratio yang menunjukkan hasil*

akhir dari sejumlah kebijaksanaan dan keputusan-keputusan".<sup>14</sup>

Adapun ratio-ratio profitabilitas yang dipakai sebagai alat analisa adalah sebagai berikut :

*a. Gross Profit Margin*

Menunjukkan tingkat yang dicapai perusahaan dalam menghasilkan laba bruto atau dengan kata lain laba bruto per rupiah penjualan, dengan rumus :

$$\frac{\text{Penjualan Netto} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\% \quad 15$$

*b. Operating Income Ratio ( Operating Profit Margin )*

Dengan ratio ini dapat diketahui laba operasi sebelum bunga dan pajak dari setiap rupiah penjualan, dengan rumus :

$$\frac{\text{Penjualan Netto} - \text{Harga Pokok Penjualan} - \text{Biaya Adm.,}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\% \quad 16$$

331. Prof. Dr. Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4, BPFE, Yogyakarta, 1995,

Ibid, hal. 335.

Ibid, hal.335.

c. *Operating Ratio*

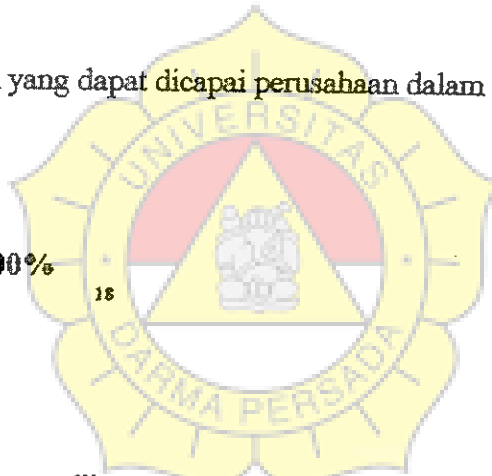
Untuk mengetahui besarnya biaya operasi atas penjualan. Semakin besar ratio ini berarti semakin kurang baik, dengan rumus :

$$\frac{\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Biaya Adm., Penjualan, Umum}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\% \quad 17$$

d. *Net Profit Margin ( Sales Margin )*

Menunjukkan laba bersih yang dapat dicapai perusahaan dalam suatu periode, dengan rumus :

$$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\% \quad 18$$



e. *Earning Power of Total Investment*

Menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi investor, dengan rumus :

$$\frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \quad 19$$

Ibid, hal.335.

Drs. Syafaruddin Alwi, MS., *Alat-alat Analisis Dalam Pembelanjaan*, Edisi Revisi, Andi Offset, Yogyakarta, hal. 112.

Prof. Dr. Bambang Riyanto, op. Cit., hal.336

*f. Net Earning Power Ratio ( Rate of Return on Investment )*

Adalah kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba, dengan rumus :

$$\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

*g. Return On Net Worth ( Rate of Return For The Owners )*

Yaitu kesanggupan perusahaan atas modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan netto yang tersedia, dengan rumus :

$$\frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Jumlah Modal Sendiri}} \times 100\%$$

## 2. Proyeksi Penjualan

Penilaian untuk memperluas/ekspansi perusahaan menuju laba yang tinggi, merupakan konsep yang dipakai oleh perusahaan manapun, sehingga dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut berkembang dengan baik. Suatu cara yang sistematis dan dapat dipertanggung jawabkan adalah jawaban atas perusahaan yang akan mengadakan perluasan usahanya, yang mana diketahui bahwa masa yang akan datang tidak terlepas dari masa kini sehingga diperlukan apa yang disebut “ Forecast

---

Dr. Suad Husnan, MBA., *Pembelajaran Perusahaan*, Edisi keempat, Liberty, Yogyakarta, 1993, hal.76.

Ibid, hal. 76.

Penjualan” atau ramalan penjualan yang dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan. Ramalan penjualan yang penulis gunakan adalah berdasarkan bantuan ratio profitabilitas, dimana dapat disebut proyeksi rugi laba pada masa mendatang.

Proyeksi ini umumnya diperoleh dengan menggunakan informasi dari berbagai sumber. Paling kurang, ramalan penjualan untuk tahun mendatang harus menggambarkan kecenderungan penjualan masa sebelumnya, yang diharapkan berlanjut pada tahun berikutnya; dan pengaruh dari berbagai kejadian yang secara materiil mempengaruhi kecenderungan tersebut, contohnya adalah dimulainya kampanye iklan secara besar-besaran atau perubahan kebijakan harga perusahaan.

Untuk memperoleh ramalan penjualan, banyak cara yang digunakan antara lain :

- a. Metode Matematik
- b. Metode Judgement

Perlu disadari bahwa untuk menggunakan metode judgement dalam menentukan proyeksi penjualan agak sulit dikarenakan data yang penulis dapat berupa angka bukan pendapat, juga kalau dengan metode judgement harus diketahui komponen-komponennya yaitu pendapat-pendapat yang memperkuat forecast tersebut, sehingga baru dapat diambil suatu proyeksi penjualan.

Dalam metode matematik, ada beberapa macam cara yang dilakukan untuk

mendapatkan trend ( proyeksi ), yakni :

- a. Penerapan garis trend secara bebas
- b. Penerapan garis trend dengan setengah rata
- c. Penerapan garis trend secara matematis<sup>22</sup>

Anto Dayan mengatakan, untuk mengetahui trend perkembangan penjualan dapat digunakan metode least square yang sederhana, yaitu :

$$Y = a + bx, \quad a = \frac{y}{n}, \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

dimana : a = bilangan tetap

b = menunjukkan trend yang dicari

x = menunjukkan skala waktu

y = merupakan perkiraan penjualan<sup>23</sup>

Untuk menghitung Harga Pokok Penjualan, Laba Kotor dan Biaya Operasi, penulis menggunakan rata-rata Gross Profit Margin, serta rata-rata Operating Ratio dari tahun sebelumnya.

Disamping itu juga harus diketahui bagaimana cara membandingkan dari analisa ratio keuangan, sebagaimana yang dinyatakan oleh Bambang Riyanto berikut

---

Gunawan Adisputro dan Marwan Asri, *Anggaran Perusahaan*, Edisi Revisi, BPFE, Yogyakarta, 1986, hal.58.

Anto Dayan, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid I, Cetakan kelima, Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta, hal.278.

ini :

- a. *Membandingkan ratio sekarang dengan ratio-ratio dari waktu yang lalu. Dengan cara ini dapat diketahui perubahan-perubahan dari ratio tersebut dari tahun ke tahun.*
- b. *Membandingkan ratio-ratio dari suatu perusahaan dengan ratio-ratio semacam dari perusahaan lain yang sejenis atau industri untuk waktu yang sama, dengan membandingkan ratio perusahaan dengan ratio industri akan dapat diketahui apakah perusahaan yang bersangkutan itu berada diatas rata-rata industri atau dibawah rata-rata.<sup>24</sup>*

Mengingat data yang didapat penulis hanyalah dari satu perusahaan saja, maka penulis menggunakan cara pertama yaitu membandingkan ratio-ratio dari tahun ke tahun untuk melihat perkembangannya.

