

## ANALISIS PROFITABILITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP TINGKAT PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN PADA KOPKAR PT TELKOM MAKASSAR

Ahmad Musseng\*)

Dosen STIE YPUP Makassar, Jl. Andi Tonro

**Abstract :** *This research is aimed to explain the cause of factors in decreasing company's profitability rate, and explain the most dominant factors affecting the profitability of company in which taken the case on Kopkar PT Telkom at Makassar. The benefits are as in input for making the decision managerial level in increasing the profitability of the company and as a reference for another research. The first time is using financial ratio's analysis to see the growth trend from every loss/profit account, to watch the company sustainable growth rate for five recent years (2006-2010) and the relationship for component used by regression and correlation analysis. The result are the factor affecting company profitability caused by significant increasing in component of sales base price, marketing cost and administration and general expenses for five recent years. The most dominant factors and administration and general expenses. All factors reflected by profit margin along with assets turnover affect the rate of ROI which is lower for five recent years. The correlation between ROI's variable reflected by profit margin on total assets turnover together with company's sustainable growth rate showing strong correlation because the coefficient of determination ( $R^2$ ) are 0,780 (78%) and the rest 22% are from other factors. In determining the success of a business management governance is largely determined and analyzed periodically to determine the rate of growth performance in laying down policy*

**Keyword :** *Sustainable Growth Rate (SGR), Profitabilitas, Financial Ratios, Return On Investment ROI, DuPont*

**Abstrak :** *Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penyebab faktor-faktor dalam menurunkan tingkat profitabilitas perusahaan, dan menjelaskan faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi profitabilitas perusahaan di mana mengambil kasus di Kopkar PT Telkom di Makassar. Manfaatnya adalah sebagai masukan untuk membuat tingkat manajerial keputusan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dan sebagai referensi untuk penelitian lain. Pertama kali menggunakan analisis rasio keuangan untuk melihat tren pertumbuhan dari setiap akun kerugian / laba, untuk menonton tingkat pertumbuhan berkelanjutan perusahaan selama lima tahun terakhir (2006-2010) dan hubungan untuk komponen yang digunakan oleh regresi dan analisis korelasi. Hasilnya adalah faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang disebabkan oleh peningkatan yang signifikan dalam komponen harga dasar penjualan, biaya pemasaran dan administrasi dan biaya umum selama lima tahun terakhir. Faktor yang paling dominan dan administrasi dan pengeluaran umum. Semua faktor tercermin dari margin laba bersama dengan perputaran aset mempengaruhi tingkat ROI yang lebih rendah selama lima tahun terakhir. Korelasi antara variabel ROI yang dicerminkan oleh margin laba pada perputaran total aset bersama dengan tingkat pertumbuhan berkelanjutan perusahaan menunjukkan korelasi yang kuat karena koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,780 (78%) dan sisanya 22% berasal dari faktor lain. Dalam menentukan keberhasilan suatu tata kelola manajemen bisnis sangat ditentukan dan dianalisis secara berkala untuk mengetahui laju pertumbuhan kinerja dalam meletakkan kebijakan*

**Kata Kunci:** *Tingkat Pertumbuhan Berkelanjutan (SGR), Profitabilitas, Rasio Keuangan, Return On Investment ROI, DuPont*

### PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia di susun sebagai usaha bersama berdasarkan atas

asas kekeluargaan. Bentuk yang sesuai dengan itu adalah koperasi sebagai lembaga kerakyatan yang bersifat sosial. Koperasi

mempunyai peranan yang cukup penting dalam perekonomian Indonesia sehingga pemerintah memberi peluang yang cukup besar kepada pihak swasta untuk terbentuknya koperasi-koperasi baru.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pasal 1(1) bahwa: Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Kehadiran koperasi di tengah-tengah krisis ekonomi yang berkepanjangan sebagai salah satu pelaku ekonomi bagi kelangsungan hidup masyarakat ekonomi lemah untuk bersama-sama saling membantu dalam usaha meningkatkan usaha sehingga bisa meningkatkan taraf hidup ke arah yang lebih baik

Seperti dijelaskan menurut Undang-Undang Perkoperasian tersebut, Koperasi merupakan perkumpulan dari orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama, bukan merupakan kumpulan modal, namun batasan ini sering menimbulkan pendapat yang sempit bahwa kedudukan modal dalam koperasi tidaklah penting. Dalam melakukan usahanya koperasi mengikuti hukum-hukum ekonomi rasional dan prinsip-prinsip ekonomi perusahaan, sehingga dalam melakukan aktivitasnya harus dapat bersaing meningkatkan pelayanan dan pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh adanya dukungan modal yang sangat besar.

Profitabilitas suatu koperasi diukur dari kesuksesan koperasi dan kemampuan menggunakan aktiva atau modal secara produktif, dan faktor-faktor yang menyebabkan modal sendiri mengalami peningkatan yang begitu besar. Terlebih lagi dalam kondisi saat ini bahwa bangsa Indonesia yang masih didera krisis ekonomi yang menimbulkan kemampuan ekonomi masyarakat lebih

rendah, yang pasti berdampak pada setiap anggota koperasi. Kendati demikian modal yang meningkat dan besar juga sangat penting untuk kelangsungan usaha koperasi.

Koperasi seperti juga dengan lembaga usaha lainnya, dituntut untuk beraktivitas dan menjalankan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya serta untuk bertumbuh dan berkembang. Dalam melakukan usahanya koperasi mengikuti hukum-hukum ekonomi rasional dan prinsip-prinsip ekonomi perusahaan, sehingga dalam melakukan aktivitasnya harus dapat bersaing meningkatkan pelayanan dan pengembangan usaha dan menjaga kelangsungan hidupnya secara berkelanjutan.

Untuk dapat menjaga kelangsungan hidupnya secara berkelanjutan (*sustainable growth*), suatu usaha haruslah berada dalam keadaan menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor, pemilik perusahaan dan terutama sekali pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntunganusaha yang dikelolanya dan mencapai tujuan-tujuannya.

Keberhasilan suatu koperasi dalam mencapai tujuannya tergantung dari aktivitas para anggotanya, apakah mereka mampu melaksanakan kerjasamanya, memiliki kegairahan kerja dan mentaati ketentuan serta garis kebijakan dalam rapat anggota. Dengan demikian usaha meningkatkan taraf hidup mereka tergantung dari aktivitas mereka sendiri

Secara umum, keberhasilan suatu usaha koperasi dalam menjalankan aktivitasnya seringkalididasarkan pada tingkat laba atau Sisa Hasil Usaha (SHU) yang diperoleh. Akan tetapi laba yang besar belum tentu menjadi ukuran bahwa perusahaan tersebut telah bekerja secara efisien. Tingkat efesiensi baru diketahuidengan cara membandingkan laba yang didapat dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut (profitabilitas).

Untuk mengetahui keberhasilan usaha koperasi mempertahankan kelangsungan hidup dan pertumbuhan usahanya melalui kemampuannya memperoleh SHU, maka perlu dilakukan suatu analisis terhadap laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut mampu menyajikan indikator-indikator yang penting dalam keadaan keuangan perusahaan, sehingga dapat di gunakan sebagai alat pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Pada garis besarnya analisa laporan keuangan dengan menggunakan ukuran-ukuran tertentu atau rasio-rasio tertentu dapat di gunakan sebagai dasar penilaian kinerja sebuah koperasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut permasalahan profitabilitas dan pengaruhnya terhadap tingkat pertumbuhan berkelanjutan pada Koperasi "Siporennu" PT Telkom Makassar.

### **Rumusan Masalah**

1. Faktor apakah yang menyebabkan profitabilitas dari Koperasi Siporennu PT Telkom Makassar mengalami fluktuasi selama tahun 2006 - 2010?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan berkelanjutan pada Koperasi Siporennu PT Telkom Makassar?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor penyebab kecenderungan menurunnya profitabilitas perusahaan dari Koperasi Siporennu PT Telkom Makassar selama lima tahun terakhir (2006-2010).
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap tingkat pertumbuhan berkelanjutan (*sustainable growth rate*, SGR) dari Koperasi Siporennu PT Telkom Makassar selama lima tahun terakhir (2006-2010).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Koperasi**

Secara etimologi, koperasi itu berasal dari bahasa Inggris "Co" dan

"operation". Co memiliki arti bersama dan operation yang berarti bekerja. Dengan demikian secara bahasa koperasi dapat diartikan sebagai kerjasama. Dalam hal ini, koperasi berarti suatu wadah ekonomi yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan yang bersifat terbuka dan sukarela yang bertujuan untuk memperjuangkan kesejahteraan anggota secara bersama-sama.

Pengertian koperasi menurut Undang-Undang No. 25 tahun 1992 adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Prinsip kolektif dalam *ta'awun* yang di syariat Islam dalam lapangan perekonomian dapat diwujudkan dalam bentuk organisasi koperasi. Kerjasama ekonomi dalam koperasi ini dilaksanakan berdasarkan prinsip saling membutuhkan dan saling memperkuat serta berdasarkan prinsip persamaan kepentingan anggota.

Menurut Moh. Hatta yang dikutip oleh ArifinSitio dan HalomoanTamba (2001:17) definisi koperasi adalah: Badan usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong-menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan "seorang buat semua dan semua buat orang". Dengan demikian koperasi di Indonesia berfungsi sebagai sokoguru perekonomian nasional.

### **Kinerja Keuangan**

Kinerja Keuangan perusahaan adalah sesuatu yang sulit diukur secara eksak dan lebih menyerupai suatu seni, karena di dalamnya terkandung aspek subyektif dan obyektif dari si penilai. Terlepas dari hal tersebut, terdapat beberapa cara yang harus ditempuh agar analisis kinerja keuangan yang dilakukan dapat menjadi suatu tolok ukur yang dapat

diandalkan dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan strategis.

Perusahaan adalah sebuah entitas yang berdiri sendiri dan terpisah dari pemiliknya. Dan seringkali pemilik tidak berada dalam perusahaan untuk ikut serta dalam operasi dan mengawasi jalannya perusahaan dari hari ke hari. Karena adanya keterpisahan ini, maka jembatan emas yang dapat menghubungkan antara pemilik dan para pengelola perusahaan adalah pelaporan keuangan (*financial reporting*).

Pelaporan keuangan berusaha mengkomunikasikan kepada pemilik bagaimana perusahaan dijalankan dari hari ke hari oleh pengelolanya. Berdasarkan laporan keuangan tersebut, pemilik dan pihak-pihak yang berkepentingan, yang hartanya berada di dalam perusahaan (investor dan kreditor), mengambil keputusan-keputusan ekonomi atas perusahaan.

Pelaporan keuangan sebagai suatu bentuk komunikasi, seharusnya dapat dimengerti oleh kedua pihak yang melakukan komunikasi, dalam hal ini pengelola dan pemilik. Komunikasi yang efektif mensyaratkan bahwa penerima dapat mengetahui maksud dari si pengirim pesan, dan hal ini membutuhkan kesepakatan dalam rambu-rambu dalam berkomunikasi yang dimengerti oleh pengirim dan penerima pesan. Rambu-rambu dalam komunikasi dengan laporan keuangan berupa prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum (*generally accepted accounting principles*).

Sebagai lazimnya sebuah komunikasi, maka menjadi hal yang wajar jika terjadi kesalahpengertian (*misunderstanding*) dalam proses komunikasi. Ditambah lagi dengan motivasi yang melandasi pelaku komunikasi berbeda satu sama lain, demikian halnya dengan latar belakang dan tingkat pendidikan dan pengetahuan yang berbeda (*misappropriation*), sehingga kemungkinan celah (*gap*) yang ada tersebut menjadi semakin lebar, baik secara sengaja maupun tidak, sehingga

dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang salah (*misleading*).

Analisis kinerja keuangan yang dilakukan pada dasarnya ialah untuk mengevaluasi kinerja di masa lalu, dengan melakukan berbagai analisis, sehingga diperoleh posisi keuangan perusahaan yang mewakili realitas perusahaan dan potensi-potensi kinerja yang akan berlanjut. Dan berdasarkan evaluasi yang dilakukan terhadap kinerja di masa-masa yang lalu, dapat dilakukan prediksi terhadap kinerja perusahaan di masa mendatang, sehingga valuasi untuk nilai perusahaan dapat dilakukan untuk mengambil berbagai keputusan-keputusan investasi (termasuk kredit) yang harus dilakukan pada saat ini.

Keakuratan ataupun ketepatan penilaian suatu kinerja keuangan sangat bergantung pada data yang diperoleh/tersedia dan metode yang dipergunakan. Dengan teori yang ada tanpa memiliki akses yang cukup terhadap data keuangan tidak akan menghasilkan suatu penilaian kinerja yang *fair* dan objektif. Hal ini di tambah dengan kurangnya transparansi perusahaan-perusahaan publik di Indonesia, khususnya dalam pengelolaan keuangan serta kebijakan akuntansi yang diterapkan, sehingga semakin sulit melakukan penilaian kinerja yang maksimal.

### **Laba (Profitabilitas)**

Laba (*earning/profit*) merupakan suatu kata yang sangat populer di kalangan dunia bisnis, sebagai salah satu ukuran yang sangat penting dalam menilai kinerja keuangan sebuah perusahaan. Jika ditelusuri lebih jauh, sebenarnya terdapat beberapa istilah laba. Konsep laba yang paling dasar adalah laba ekonomi (*economic earnings*), yang dijelaskan dalam White, Sondhi, dan Fried (2003:37) sebagai berikut: “*In a world of certainty (this would include perfect financial markets), the interrelationship among income, cash flow, and assets is*

*captured by the concept of economic earnings, defined as net cash flow plus the change in market value of the firm's net assets. The market value of the firm's assets in this certain world is equal to the present value of their future cash flows discounted at the (risk-free) rate"*

Konsep yang sama dijelaskan oleh Scott (2000:13) sebagai *accounting under ideal conditions*, dan laba ekonomi dicari dengan menggunakan *percent value model under certainty*.

Tetapi pada kenyataannya, laba ekonomi ini tidak dapat diketahui atau sangat sulit diketahui sebab kita hidup di dunia yang penuh ketidakpastian dan berubah. Sehingga laba yang dilaporkan sebenarnya adalah hanya merupakan *proxy* dari laba ekonomi, hal ini sesuai dengan White, Sondhi, dan Fried (2003:38) sebagai: *"In this world of uncertainty, income (however measured) is at best, only a proxy for economic income"*..

Konsep akrual (*accrual*) diyakini merupakan ukuran yang lebih baik dibandingkan dengan pengukuran dengan konsep arus kas murni, sebab mempunyai persistensi (*persistence*) lebih baik dan terdapat *earning power* (kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba dan meningkatkan nilai bersih perusahaan) sehingga laba dapat menjadi predictor laba masa depan (mempunyai *predictive value*).

Pelaporan keuangan menghadapi dua pilihan sulit (*trade-off*), antara relevan (*relevance*) dan *reliability*. Akuntansi dengan menggunakan nilai historis dapat *reliable* sebab nilai yang muncul dapat dipertanggungjawabkan, tetapi besar kemungkinan tidak relevan.

Laporan Laba Rugi menghasilkan suatu nilai laba (*earnings*). Perlu diingat bahwa nilai laba secara benar (*true economic value*) tidak pernah ada, sebab kompleksitas perubahan dalam lingkungan ekonomi, sehingga sulit sekali bahkan hampir tidak mungkin untuk mencerminkan seluruh operasi suatu entitas dalam

sebuah periode (tahun, bulan, dan sebagainya) ke dalam sebuah nilai laba.

### **Pengukuran Profitabilitas**

Untuk mengukur tingkat profitabilitas suatu perusahaan, dapat dipergunakan berbagai ukuran rasio, yang disebut rasio profitabilitas. Dalam hubungan ini, Riyanto (2002:265) mengemukakan bahwa rasio-rasio profitabilitas itu akan menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijaksanaan dan keputusan manajemen.

#### **a. Gross profit margin**

*Gross profit margin* merupakan persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan (*sales*). Semakin besar *gross profit margin*, maka semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal itu menunjukkan bahwa *cost of goods sold* relatif rendah dibandingkan dengan penjualan. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin*, semakin kurang baik operasi perusahaan.

*Gross profit margin* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut (Syamsuddin, 2006 : 55) :

$$\begin{aligned} \text{Gross Profit Margin} &= \frac{\text{Sales} - \text{Cost of goods sold}}{\text{Sales}} \\ &= \frac{\text{Gross profit}}{\text{Sales}} \times 100 \% \end{aligned}$$

#### **b. Operating profit margin**

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba operasi. Rasio ini menggambarkan apa yang biasa disebut *pure profit* karena laba yang diukur di sini adalah laba yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan, tanpa melihat beban keuangan (bunga) dan beban terhadap pemerintah (pajak).

*Operating profit margin* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut (Syamsuddin, 2006 : 55):

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Operating profit}}{\text{Sales}} \times 100 \%$$

c. *Net profit margin*

*Net profit margin* adalah rasio antara laba bersih (*net profit*) dengan penjualan (*sales*). *Net profit* di sini adalah sisa dari hasil penjualan setelah seluruh biaya-biaya dikurangi termasuk bunga dan pajak. Dengan demikian rasio ini akan mengukur besarnya laba bersih yang dicapai oleh perusahaan dari sejumlah penjualan yang telah dilakukan.

*Net profit margin* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Syamsuddin, 2006 : 55) :

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Net profit after tax}}{\text{Sales}} \times 100 \%$$

d. *Return on investment (ROI)*

*Return on investment (ROI)* atau yang sering juga disebut dengan *return on total assets* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, dapat dikatakan semakin baik pula keadaan perusahaan.

*Return on investment (ROI)* dapat dihitung dengan formula (Syamsuddin, 2006 : 56) :

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Total assets}} \times 100 \%$$

e. *Return on equity (ROE)*

*Return on equity (ROE)* adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya tingkat pendapatan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Secara umum, semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin tingginya pula tingkat penghasilan yang diperoleh para pemegang saham/pemilik perusahaan.

*Return on equity (ROE)* dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut (Syamsuddin, 2006 : 58) :

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Stockholders equity}} \times 100 \%$$

f. *DuPont Profitability*

Sistem DuPont (*DuPont System*) dalam analisis keuangan telah dikenal luas dalam pengukuran kinerja tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas). *DuPont System* dapat dilihat *return on investment (ROI)* yang dihasilkan melalui perkalian antara keuntungan dari komponen-komponen sales serta efisiensi penggunaan total assets di dalam menghasilkan keuntungan tersebut.

Tingkat pengembalian investasi (*return on investment, ROI*) adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva (*assets*) yang tersedia di dalam perusahaan

dalam mengendalikan biaya operasional sehubungan dengan perubahan penjualan. Rasio masing-masing biaya operasional dengan penjualan bersih menunjukkan persentase dari penghasilan/penjualan bersih yang telah dipergunakan untuk menutup berbagai macam biaya operasional.

Dalam menganalisis hubungan antara biaya-biaya operasional dengan penjualan bersih, menurut Djarwanto (2004 : 174), penganalisis hendaknya mengetahui : (1) apakah harga pokok penjualan dan biaya-biaya begitu tinggi

### **Hubungan Hasil Penjualan, Biaya dengan Profitabilitas**

Terdapat hubungan yang sangat erat antara biaya operasional dan penjualan yang sangat penting untuk dianalisis. Apalagi dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, di mana harga-harga melonjak tinggi., maka keberhasilan perusahaan dalam menekan biaya-biaya operasional akan sangat menentukan tingkat laba (profitabilitas) perusahaan. Di samping itu dengan analisis ini dapat sekaligus untuk mengetahui kemampuan manajemen

sehingga ada kemungkinan perusahaan menderita rugi? (2) apakah gaji karyawan/pegawai berbeda dari ukuran rata-rata dari perusahaan sejenis?, dan (3) apakah salesmen digaji atau dibayar komisi? Dalam hal ini, jika harga-harga meningkat (menurun) beberapa pos biaya cenderung meningkat (menurun) secara proporsional. Sedangkan biaya penyusutan umumnya akan tetap atau meningkat tetapi dengan persentase yang kecil.

Adalima jenis rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi dan efektivitas biaya. Kelima jenis rasio itu akan diuraikan sebagai berikut:

#### 1. *Operating expenses ratio*

*Operating expenses ratio* atau rasio pengeluaran biaya-biaya operasional merupakan rasio yang sangat penting untuk mengetahui perubahan *operating profit margin*.

Angka rasio 100% dikurangi *operating expenses ratio* tidak menguntungkan bagi perusahaan karena meningkatnya *operating expenses ratio*, berarti menurunkan profit margin.

*Operating expenses ratio* merupakan rasio antara *operating expenses (cost of goods sold + selling and administrative expenses)* dengan *sales*, yang rumusnya adalah sebagai berikut (Munawir, 2002 : 100):

$$\text{Operating expenses ratio} = \frac{\text{Operating expenses}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

#### 2. *Cost of goods sold ratio*

*Cost of goods sold ratio* adalah rasio harga pokok penjualan merupakan rasio yang sangat penting untuk mengetahui besarnya perubahan *gross profit margin*.

Angka rasio 100 % dikurangi *gross profit margin* adalah sama dengan *cost of goods sold ratio*. Meningkatnya *cost of good sold ratio* tidak menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini disebabkan meningkatnya *cost of goods*

*sold ratio* berarti menurunkan *gross profit margin*.

*Cost of goods sold ratio* dapat dihitung dengan rumus (Munawir, 2002 :112) :

$$\text{Cost of goods sold} = \frac{\text{Cost of goods sold}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

#### 3. *Selling expenses rasio*

Rasio ini memberi gambaran mengenai pengaruh biaya penjualan atau pemasaran yang telah dikeluarkan dalam satu periode terhadap besarnya volume penjualan.

Meningkatnya *selling expenses ratio* tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena hal itu berarti menurunkan *operating profit margin*.

*Selling expenses ratio* dihitung dengan menggunakan rumus (Munawir, 2002 :112, Djarwanto,2004 : 84):

$$\text{Selling expenses ratio} = \frac{\text{Jumlah biaya penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

#### 4. *General and administrative expenses ratio*

Rasio ini dapat digunakan sebagai ukuran efisiensi pelaksanaan administrasi perusahaan. Semakin besar perusahaan semakin besar pula biaya administrasi yang dikeluarkan, tetapi bila besarnya biaya administrasi dan umum tidak proporsional dengan besarnya perkembangan perusahaan (besarnya hasil penjualan), maka berarti telah terjadi pemborosan dalam biaya administrasi dan umum.

Rumus berikut ini digunakan untuk menghitung *general and administrative expenses ratio* (Djarwanto , 2004 : 84):

$$\text{General and administrative expenses ratio} = \frac{\text{General and administrative expenses}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

#### **Analisis Tingkat Pertumbuhan Berkelanjutan**

Berdasarkan konsep kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*), di mana perusahaan diharapkan akan beroperasi sampai batas waktu yang tidak

ditentukan (tak terbatas), perusahaan diharapkan mengalami perkembangan atau pertumbuhan secara berkesinambungan. Harapan tersebut melalui peningkatan penjualan dan laba perusahaan dari suatu periode ke periode ke periode selanjutnya. Akan tetapi harapan tersebut tidak bisa dicapai begitu saja, karena dalam dunia bisnis perusahaan akan mengalami suatu siklus usaha (*business cycle*) yang disebabkan oleh faktor eksternal dan internal perusahaan di mana perusahaan itu hidup dan berinteraksi dengan lingkungannya. Perusahaan dapat saja mengendalikan faktor internal, akan tetapi faktor eksternal sulit diatasi dan berada di luar lingkup pengendalian manajemen.

Pertumbuhan yang berkelanjutan/berkesinambungan (*sustainable growth rate*) membutuhkan keseimbangan antara tingkat penjualan, sumber-sumber keuangan, dan efisiensi operasi perusahaan. Sehingga akan tercipta suatu keseimbangan antara tingkat pertumbuhan penjualan dengan kenyataan kondisi keuangan perusahaan.

### 1. Analisis profitabilitas

Dalam menganalisis tingkat kemampuan berlaba (profitabilitas) Koperasi "Siporenu" PT Telkom Makassar digunakan formula sebagai berikut:

a. *Gross Profit Margin*

$$\begin{aligned} \text{Gross Profit Margin} &= \frac{\text{Sales} - \text{Cost of goods sold}}{\text{Sales}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Gross profit}}{\text{Sales}} \times 100 \% \end{aligned}$$

b. *Operating Profit Margin*

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Operating profit}}{\text{Sales}} \times 100 \%$$

c. *Net Profit Margin*

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Net profit after tax}}{\text{Sales}} \times 100 \%$$

d. *Return On Investment (ROI)*

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Total assets}} \times 100 \%$$

e. *Return On Equity (ROE)*

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Stockholders equity}} \times 100 \%$$

Dalam mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan dapat digunakan berbagai formula yang sudah teruji dan banyak digunakan, antara lain sesuai dengan Siegel (2001:112-113), dihitung dengan membandingkan perubahan laba ditahan (*retained earnings*) dibandingkan dengan modal (*stockholders' equity*) awal, sebagai berikut:

$$g = \frac{RE_t - RE_{t-1}}{SE_{t-1}}$$

Atau dapat juga dihitung dengan menggunakan EPS (*earnings per share*) sebagai berikut:

$$g = \frac{EPS_t - EPS_{t-1}}{EPS_{t-1}}$$

Dan nilai yang sama dapat dilakukan dengan menggunakan DPS (*dividends per share*) untuk menari tingkat pertumbuhan. Ukuran lain yang umum digunakan adalah pertumbuhan dari penjualan dan total aktiva.

## METODE PENELITIAN

## 2. Analisis efisiensi dan efektivitas biaya

Analisis ini untuk mengetahui kemampuan manajemen dalam mengendalikan biaya operasional sehubungan dengan perubahan penjualan. Rasio keuangan yang digunakan:

### a. *Operating Expenses Ratio*

$$\text{Operating expenses ratio} = \frac{\text{Operating expenses}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Rasio yang tinggi menunjukkan keadaan yang kurang baik. Hal itu disebabkan karena setiap rupiah penjualan yang terserap dalam biaya juga tinggi, dan yang tersedia untuk laba menjadi kecil.

### b. *Cost of Goods Sold Ratio*

$$\text{Cost of goods sold} = \frac{\text{Cost of goods sold}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Rasio ini memberikan gambaran tentang baik buruknya pimpinan dalam mengelola aspek produksinya, terutama mengenai usahanya di dalam mengatur biaya-biaya produksi.

Meningkatnya *cost of good sold ratio* tidak menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini disebabkan meningkatnya *cost of goods sold ratio* berarti menurunkan *gross profit margin*.

### c. *Selling Expenses Rasio*

$$\text{Selling expenses ratio} = \frac{\text{Jumlah biaya penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Meningkatnya *selling expenses ratio* tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena hal itu berarti menurunkan *operating profit margin*.

### d. *General and Administrative Expenses Ratio*

Rasio ini digunakan sebagai ukuran efisiensi pelaksanaan administrasi perusahaan.

$$\text{General and administrative} = \frac{\text{General and adminis- trative expenses}}{\text{Expenses ratio Sales}} \times 100\%$$

Angka rasio yang meningkat berarti tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena hal itu menurunkan *operating profit margin*.

## 3. Analisis DuPont

Analisis DuPont merupakan metode pendekatan terpadu terhadap analisis rasio keuangan. Penggunaan analisis ini dimaksudkan untuk mempertajam analisis rasio keuangan

sebelumnya, sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap naik atau turunnya tingkat kemampuan berlaba (profitabilitas) perusahaan.

## 4. Analisis Komponen Rugi Laba

Analisis komponen rugi laba difokuskan pada analisis terhadap komponen-komponen yang terdapat dalam laporan rugi laba yang dinyatakan

dalam bentuk persentase untuk masing-masing komponen.

Teknik analisis untuk mengubah jumlah-jumlah rupiah dalam laporan rugi laba menjadi persentase-persentase dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Menyajikan masing-masing jumlah total dari pos-pos yang ada dalam laporan rugi laba masing-masing dengan 100%.
- b. Menghitung rasio tiap-tiap pos atau komponen yang akan dianalisis dalam laporan tersebut dengan cara membagi jumlah rupiah masing-masing pos dengan jumlah total rupiahnya kemudian dikalikan dengan 100%.
- c. Mengevaluasi hasil yang diperoleh dari analisis tersebut. Hasilnya dapat menunjukkan jumlah atau persentase dari penjualan neto atau *net sales* yang diserap dalam tiap-tiap individu biaya, dan persentase yang masih tersedia untuk pendapatan (*income*).

#### 5. Analisis Tingkat Pertumbuhan Berkelanjutan

Selain tingkat kemampuan berlaba, yang diharapkan dari suatu perusahaan adalah pertumbuhan. Tingkat pertumbuhan berkelanjutan perusahaan menunjukkan kualitas laba yang baik. Analisis ini mengacu pada formula yang dikembangkan oleh C. Higgins, sesuai Ross, et. al. (2001:683-686) sebagai berikut:

$$SGR = \frac{p(1-d)(1+L)}{T - [p(1-d)(1+L)]}$$

Di mana:

SGR = Tingkat pertumbuhan berkelanjutan

p = Net profit margin terhadap penjualan

d = Rasio pembayaran deviden (*dividen pay-out ratio*)

L = Rasio total hutang terhadap total aktiva

T = Rasio total aktiva terhadap penjualan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Rasio Keuangan dan Bagan DuPont

Sebagaimana telah dikemukakan dalam bab terdahulu, bahwa menyesuaikan dengan relevansi masalah, maka dalam menganalisis rasio keuangan usaha, penulis hanya menyoroti dua kelompok rasio. Rasio-rasio yang dianalisis tersebut adalah rasio-rasio profitabilitas (*profitability ratios*), yang terdiri : (1) *gross profit margin*, (2) *operating profit margin*, (3) *net profit margin*, (4) *return on investment (ROI)*, dan (5) *return on equity (ROE)*; dan rasio-rasio efektivitas dan efisiensi biaya, yang terdiri dari : (2) *operating expenses ratio*, (2) *cost of goods sold ratio*, (3) *selling expenses ratio*, dan (4) *general and administrative expenses ratio*.

#### 1. Rasio Profitabilitas

Rasio-rasio profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur kemampuan usaha menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, asset, maupun modal yang digunakan. Semakin tinggi rasio ini memberi indikasi semakin baiknya kinerja profitabilitas usaha, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Rasio tingkat kemampuan menghasilkan laba (profitabilitas) dari usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dalam lima tahun terakhir dapat dilihat dalam tabel rekapitulasi hasil analisis rasio yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 1. Rekapitulasi Rasio Profitabilitas, Tahun 2006 – 2010

Rasio Profitabilitas	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)
1. Gross Profit Margin	20,35	20,67	29,76	28,45	28,01
2. Operating Profit Margin	-4,17	3,53	14,01	13,68	9,32
3. Net profit Margin	-31,98	16,40	4,63	10,40	4,60
4. Return on Investment (ROI)	-18,22	7,79	4,12	8,32	3,22
5. Return on Equity (ROE)	-30,20	15,50	10,32	19,43	6,12

Sumber: Diolah

#### a. *Gross Profit Margin*

Rasio ini dimaksudkan adalah untuk mengukur besarnya tingkat keuntungan kotor berkenaan dengan penjualan. *Gross profit margin ratio* Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar selama lima tahun terakhir (2006-2010) seperti yang ditampilkan di atas, menunjukkan angka berturut-turut sebesar 20,35%, 20,77%, 29,76%, 28,45%, 28,01%. Jika dilihat dari angka rasio tersebut menunjukkan bahwa meskipun tidak mengalami fluktuasi penurunan yang tajam, namun bagi manajemen usaha hal ini perlu diwaspadai, sebab jika dibanding dengan capaian angka rasio pada tahun 2008, maka pada tahun 2009 dan 2010 angka rasio tersebut menunjukkan penurunan.

#### b. *Operating Profit Margin*

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat laba operasi yang dihasilkan dari setiap volume penjualan. Berdasarkan data rasio yang ditampilkan dalam Tabel 1 di atas, tampaknya usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dalam lima tahun terakhir (2006-2010) menunjukkan tendensi penurunan yang cukup berarti terhadap angka rasio *operating profit margin* pada dua tahun terakhir, yaitu tahun 2009 dan tahun 2010. Jika pada tahun 2008 manajemen usaha cukup berhasil menaikkan rasio *operating profit* dari semula pada tahun 2006 dengan angka negatif (-4,17%), meningkat menjadi positif (3,53%) dan kemudian meningkat kembali menjadi 14,01% pada tahun 2008. Namun untuk dua tahun terakhir tersebut rasio *operating profit margin* menurun kembali.

#### c. *Net Profit Margin*

Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat laba bersih yang diperoleh usaha setelah pajak dengan hasil penjualan. Dari tabel 2 di atas terlihat adanya fluktuasi dari angka rasio *net profit margin* usaha selama lima tahun yang diamati. Pada tahun 2006 angka rasio *net profit margin* dari usaha

ini menunjukkan angka yang negatif (-31,98%), namun pada tahun berikutnya (tahun 2007) manajemen berhasil meningkatkan rasio ini secara berarti yang menjadi positif (16,40%). Tetapi pada tahun 2008 rasio *net profit margin* usaha kembali menurun tajam hingga hanya mencapai angka rasio 4,63%. Kemudian pada tahun 2009 rasio ini kembali meningkat jika dibanding pada tahun sebelumnya (tahun 2008) menjadi 10,40%. Pada tahun 2010 capaian angka rasio *net profit margin* usaha kembali menurun tajam menjadi 4,60%. Penurunan *net profit margin* tersebut disebabkan karena menurunnya penjualan, naiknya harga pokok penjualan serta meningkatnya biaya operasi.

#### d. *Return On Investment (ROI)*

Rasio *return on investment (ROI)* ini dimaksudkan untuk mengukur kemampuan modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan dari hasil operasi. ROI dari Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar selama tahun 2006-2010 menunjukkan angka rasio yang berfluktuasi. Pada tahun 2006 angka rasio ROI adalah negatif (18,22%), kemudian pada tahun 2007 rasio menunjukkan angka positif sebesar 7,79%, berarti ada perbaikan kinerja, tetapi pada tahun 2008, angka rasio menurun hingga menjadi hanya 4,12%. Sementara pada tahun 2009 rasio ROI usaha kembali meningkat menjadi 8,32%. Tetapi pada tahun 2010 angka rasio ROI kembali menurun tajam hingga hanya mencapai angka 3,22%. Penelusuran lebih lanjut dalam metode analisis selanjutnya akan dapat diketahui sebab-sebab atau komponen mana yang bertanggung jawab atas penurunan yang tajam rasio ROI dari usaha ini.

#### e. *Return On Equity (ROE)*

*Return on equity (ROE)* adalah rasio yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan modal sendiri (*equity*) dalam menghasilkan keuntungan bagi

para pemilik usaha. Kinerja usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dilihat dari angka ROE selama lima tahun terakhir ini, menampakkan angka yang berfluktuasi seperti halnya dengan ROI. Pada tahun 2006 rasio menunjukkan angka sebesar -30,20%, dan meningkat menjadi positif 15,50% pada tahun 2007. Namun pada tahun 2008 rasio mengalami penurunan menjadi sebesar 10,32%. Pada tahun 2009 angka ROE usaha kembali meningkat menjadi sebesar 19,43%. Tetapi pada tahun 2010 ROE usaha menunjukkan penurunan yang tajam hingga hanya mencapai 6,12%. Penurunan ROE tersebut memerlukan penelusuran lebih lanjut.

## 2. Rasio Efisiensi dan Efektivitas Biaya

Sejalan dengan perhitungan rasio profitabilitas usaha, sebagaimana telah dilakukan di atas, maka pengukuran terhadap rasio efisiensi dan efektivitas biaya bertujuan untuk mengukur apakah usaha telah mengendalikan biaya-biaya secara efektif dan efisien. Rasio yang dihitung dan di analisis dalam hal ini adalah berdasarkan pada laporan perhitungan laba rugi usaha.

Rasio tingkat efisiensi dan efektivitas biaya pada Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dalam lima tahun terakhir (2006-2010) disajikan dalam rekapitulasi hasil perhitungan rasio efisiensi dan efektivitas biaya seperti yang diperlihatkan ditunjukkan dalam Tabel 2

Tabel 2. Rekapitulasi Rasio Efisiensi dan Efektivitas Biaya Tahun 2006-2010

Rasio Efisiensi dan Efektivitas Biaya	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)
1. <i>Operating Expenses</i>	24,52	17,14	15,75	14,77	18,69
2. <i>Cost of Good Sold</i>	79,65	79,33	70,24	71,55	71,99
3. <i>Selling Expenses</i>	21,84	13,47	8,65	6,68	13,51
4. <i>Gen &amp; Adm. Expenses</i>	2,67	3,67	7,10	8,08	5,18

Sumber: Diolah

### a. *Operating Expenses Ratio*

Berdasarkan tabel angka rasio usaha ini yang ditampilkan di depan, menunjukkan bahwa usaha terlihat berusaha untuk menekan atau menurunkan angka rasio ini. Hal ini dapat dicermati dari angka rasio *operating expenses* yang mengalami penurunan sejak dari tahun 2006 sampai tahun 2009 dengan angka berturut-turut sebesar 24,52% (2006), 17,14% (2007), 15,75% (2008) dan menjadi 14,77% pada tahun 2009. Namun pada tahun 2010 angka rasio *operating expenses* kembali meningkat menjadi 18,69

### b. *Cost of Goods Sold Ratio*

Berdasarkan angka rasio tersebut menunjukkan bahwa usaha ini kesulitan menekan angka biaya yang timbul dari harga pokok penjualan. Rasio harga pokok yang sangat tinggi tersebut dapat

pula menunjukkan ketidakefisienan dan ketidakefektifan usaha dalam mengelola harga pokok produk.

### c. *Selling Expenses Ratio*

Dari perubahan yang meningkat dari angka rasio tersebut pada tahun 2010 dapat menandakan bahwa ada keinginan kuat dari usaha untuk meningkatkan omzet penjualannya melalui peningkatan biaya penjualan.

### d. *General and Administrative Expenses Ratio*

Seperti yang tampak dalam tabel di depan, selama tiga tahun terakhir (2006-2010) rasio biaya administratif dan umum (*general and administrative expenses ratio*) dari usaha ini terlihat agak rendah jika dibandingkan dengan angka rasio biaya yang lain. Selama tahun 2006

sampai tahun 2009 angka rasio terlihat cenderung meningkat dari 2,67% pada tahun 2006 menjadi 3,67% pada tahun 2007, dan menjadi 7,10% pada tahun 2008, dan meningkat lagi pada tahun 2009 menjadi 8,08%. Namun pada tahun 2010 manajemen usaha dapat menekan rasio ini menjadi hanya 5,18%.

### 3. DuPont System

Untuk mempertajam analisis profitability ratio yang telah dilakukan,

khususnya mengenai *return on investment* (ROI), akan lebih disoroti faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya rasio tersebut.

DuPont Formula atau DuPont System dilakukan dengan membuat bagan DuPont yang unsur-unsurnya telah dianalisis dalam analisis rasio keuangan di atas, secara ringkas dikemukakan dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Unsur-unsur DuPont Formula Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar tahun 2006–2010

Keterangan	2006	2007	2008	2009	2010
	(Rp 000)				
Current Assets	21,005,319	24,626,108	35,275,099	42,146,773	28,752,614
Fixed Assets	16,004,760	23,311,374	28,014,497	30,720,996	34,553,762
Total Assets	37.010.079	47.937.482	63.289.595	72.867.769	63.306.376
Sales	20.926.682	22.772.638	56.316.060	58.579.461	44.421.950
Total Assets Turnover	0,57	0,48	0,89	0,80	0,70
Net Income	-6.692.970	3.733.705	2.607.304	6.089.874	2.043.089
Profit Margin (Net)	-31,98	16,40	4,63	10,40	4,60
Total Cost	27.619.652	19.038.933	53.708.756	52.489.587	42.378.861
ROI	18,22	7,79	4,12	8,32	3,22

Sumber: data diolah

Berdasarkan bagan DuPont di atas, kenaikan dalam penjualan pada tahun 2007, 2008, dan tahun 2009 tidak berarti, hal ini disebabkan karena kenaikan penjualan tersebut justru menurunkan *return on investment* (ROI). Hal ini disebabkan karena kenaikan penjualan tersebut dibarengi kenaikan dalam total cost yang besar pula. ROI baru akan nampak meningkat apabila kenaikan penjualan lebih besar dari kenaikan total biaya.

### Analisis Profitabilitas Hasil Usaha

Analisis secara detail terhadap laba (*profit*) dan berbagai unsur yang membentuk laba merupakan aspek analisis yang penting, karena kelangsungan hidup dan sukses suatu usaha itu sangat tergantung pada kemampuannya untuk menghasilkan laba. Adanya berbagai faktor dan kondisi di luar normal yang ikut mempengaruhi

unsur-unsur yang membentuk laba dalam periode bersangkutan, dapat memberi dampak pada laba (rugi), atau hasil usaha tidak menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari usaha.

Perbandingan dari unsur-unsur pokok yang membentuk laba, seperti hasil penjualan, harga pokok penjualan, biaya-biaya usaha dari periode yang satu dengan periode lainnya, akan menunjukkan suatu variasi yang penting untuk dianalisis lebih lanjut. Analisis terhadap berbagai perubahan pada berbagai unsur penting yang membentuk laba, diperlukan untuk menentukan faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dan pengaruhnya terhadap laba (rugi) atau profitabilitas usaha di masa yang akan datang.

### Analisis Hasil Penjualan

Hasil penjualan seperti yang tampak dalam laporan perhitungan rugi

laba suatu usaha, menunjukkan aktivitas dinamis yang fundamental bagi setiap usaha bisnis yang berorientasi profit. Oleh karena itulah, maka setiap sumber pendapatan selain yang berasal dari penjualan, jumlahnya harus disajikan tersendiri secara terpisah dari hasil penjualannya. Kenaikan volume penjualan yang direalisasikan melalui kenaikan biaya usaha yang jauh lebih besar sehingga malah mengurangi laba, jelas tidak dikehendaki baik oleh manajemen

maupun pemilik dan pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan dalam usaha tersebut. Dari segi laba, kenaikan dalam volume penjualan demikian tidak bisa ditolerir oleh manajemen, karena akan menurunkan profitabilitas. Tetapi sebaliknya, penurunan dalam volume penjualan tidak selamanya berakibat merugikan.

Hasil analisis pengaruh perubahan hasil penjualan terhadap laba kotor penjualan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. Trend Perubahan Hasil Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Laba Kotor Penjualan, Tahun 2006-2010

Deskripsi	Jumlah (Rp juta)					Trend (%)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Hsl Penjualan	20,927	22,773	56,316	58,579	44,422	100	108,8	269,1	279,9	212,3
HPPenjualan	16,669	18,067	39,557	41,912	31,980	100	108,4	237,3	251,4	191,9
Laba Kotor	4,258	4,706	16,759	16,667	12,442	100	110,5	393,6	391,4	292,2

Sumber: Diolah

Tabel 4 di atas memperlihatkan adanya peningkatan laba kotor usaha dari Rp 4.258 juta pada tahun 2006 kemudian secara berturut-turut menjadi Rp 4.706 Juta tahun 2007, Rp16.759 juta pada tahun 2008, dan Rp 16.667 juta pada tahun 2009. Namun pada tahun 2010 terjadi penurunan laba kotor usaha dibanding tahun 2009, yakni menjadi sebesar Rp 12.442 juta. Terjadinya penurunan laba kotor usaha tersebut disebabkan persentase dari penurunan hasil penjualan dalam tahun 2010 lebih tinggi dari penurunan dalam harga pokok penjualan. Hal ini berdampak pada menurunnya laba kotor penjualan dalam tahun 2010 dengan persentase yang penurunan yang lebih tinggi.

### Analisis Harga Pokok Penjualan dan Laba Kotor

a. Rasio Trend Harga Pokok Penjualan :

$$\text{Tahun 2007} = \frac{\text{Rasio Tahun 2007}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\%$$

Selisih lebih dari hasil penjualan bersih di atas harga pokok penjualan merupakan unsur yang sangat penting, karena merupakan *laba kotor* dari penjualan tersebut yang telah direalisasikan usaha selama tahun yang bersangkutan. Laba kotor penjualan harus cukup untuk dipakai menutup biaya usaha dan membentuk laba bersih (*earning after tax*) yang layak dalam perbandingannya dengan hasil penjualan maupun jumlah modal yang ditanamkan dalam usaha.

Trend dari rasio harga pokok penjualan dan laba kotor penjualan, bagi usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dalam lima tahun terakhir (2006-2010) dengan tahun 2006 sebagai tahun dasar, dapat dilihat dalam Tabel 5, dan perhitungannya dilakukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{70,55}{79,65} \times 100\% = 88,58\% \\
 \text{Tahun 2008} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2008}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{70,24}{79,65} \times 100\% = 88,19\% \\
 \text{Tahun 2009} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2009}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{71,55}{79,65} \times 100\% = 89,83\% \\
 \text{Tahun 2010} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2010}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{71,99}{79,65} \times 100\% = 90,38\%
 \end{aligned}$$

b. Rasio Trend Laba kotor Penjualan

$$\begin{aligned}
 \text{Tahun 2007} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2007}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{29,45}{20,35} \times 100\% = 144,72\% \\
 \text{Tahun 2008} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2008}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{29,76}{20,35} \times 100\% = 146,24\% \\
 \text{Tahun 2009} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2009}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{28,45}{20,35} \times 100\% = 139,80\% \\
 \text{Tahun 2010} &= \frac{\text{Rasio Tahun 2010}}{\text{Rasio Tahun 2006}} \times 100\% \\
 &= \frac{28,01}{20,35} \times 100\% = 137,64\%
 \end{aligned}$$

Tabel 5. Analisis Trend Hasil Penjualan, Harga Pokok Penjualan dan Laba Kotor Tahun 2006-2010

Deskripsi	Data % per Komponen					Trend dgn Tahun 2006 Sebagai Tahun Dasar				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Hsl Penjualan	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-
HPPenjualan	79,65	70,55	70,24	71,55	71,99	100	88,58	88,19	89,83	90,38
Laba Kotor	20,35	29,45	29,76	28,45	28,01	100	144,72	146,24	139,80	137,64

Sumber: Diolah

Berdasarkan hasil analisis trend harga pokok penjualan dan laba kotor penjualan dapat sebagaimana yang tampak dalam tabel di atas menunjukkan bahwa trend harga pokok penjualan usaha cenderung merata, sementara laba kotor cenderung menurun. Hal ini memberi indikasi bahwa biaya-biaya yang membentuk harga pokok penjualan cenderung merata, sementara hasil penjualan usaha mengalami trend penurunan, sehingga laba kotor cenderung menurun.

#### Analisis Biaya Usaha dan Hasil Penjualan

Terdapat saling hubungan/korelasi yang penting antara biaya usaha dan volume penjualan usaha. Analisis terhadap setiap jenis biaya usaha dalam hubungannya dengan volume penjualan, akan memberikan gambaran tentang kemampuan manajemen di dalam mengendalikan biaya-biaya tersebut sejalan dengan perubahan volume dan

hasil penjualan. Secara garis besar, biaya usaha itu meliputi biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Berbagai biaya penjualan seperti biaya promosi dan iklan, biaya pengiriman, biaya gaji dan komisi salesman, biaya garansi, biaya pos, telepon dan telex, biasanya bervariasi sesuai dengan perubahan volume dan hasil penjualan.

Rasio dari tiap-tiap jenis biaya usaha terhadap hasil penjualan, akan menunjukkan jumlah relatif dari hasil penjualan tersebut yang telah dikonsumsi sebagai biaya bagi usaha.

#### a. Rasio Trend Biaya Penjualan

Analisis terhadap biaya penjualan/ penjualan usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar selama lima tahun terakhir (2006-2010) sesuai dengan data yang ada, dilakukan dengan menggunakan analisis trend sebagai berikut:

Tabel 6. Analisis Biaya Penjualan dan Hasil Penjualan Tahun 2006-2010

Deskripsi	Periode Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
By Penjualan (Rp juta)	4,571	3,068	4,870	3,915	6,001
Trend By Penjualan (%)	100,00	67,12	106,54	85,65	131,28
Hasil Penjualan (Rp juta)	20,927	22,773	56,316	58,579	44,422
Trend Hasil Penjualan (%)	100,00	108,82	269,11	279,92	212,27

Sumber: Diolah

Berdasarkan hasil analisis trend biaya penjualan sebagaimana tampak dalam tabel di atas, memperlihatkan adanya fluktuasi pengeluaran biaya penjualan usaha. Pada tahun 2007 terjadi penurunan biaya penjualan jika dibanding tahun sebelumnya (2006). Kemudian pada tahun 2008

biaya penjualan kembali meningkat dengan peningkatan yang cukup signifikan. Namun pada tahun 2009, pengeluaran biaya penjualan usaha kembali berkurang, dan pada tahun 2010 biaya penjualan kembali meningkat tajam. Jika dilihat dalam analisis per komponen, terlihat bahwa biaya penjualan usaha

telah mengkonsumsi sebagian besar hasil penjualan usaha.

Hal ini dapat menggambarkan berbagai situasi yang dihadapi oleh usaha ini sehubungan dengan besarnya biaya penjualan usaha: (1) usaha telah melakukan promosi penjualan secara besar-besaran, namun tidak berhasil meningkatkan penjualan dalam proporsi yang sebanding dengan biaya promosinya, (2) diperkenalkannya program promosi yang baru oleh usaha, tetapi manfaatnya terhadap hasil penjualan belum seluruhnya dapat dinikmati.

### Rasio Trend Biaya Administrasi dan Umum

Tabel 7. Analisis Biaya Administrasi dan Umum terhadap Hasil Penjualan Tahun 2006-2010

Deskripsi	Periode Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
By Adm & Umum (Rp juta)	560	835	4.001	4.736	2.303
Trend By Adm & Umum (%)	100,00	149,11	714,46	845,71	411,25
Hasil Penjualan (Rp juta)	20.927	22.773	56.316	58.579	44.422
Trend Hasil Penjualan (%)	100,00	108,82	269,11	279,92	212,27

Sumber: Diolah

Dari analisis data dalam tabel tersebut, menggambarkan bahwa trend rasio biaya administrasi dan umum usaha ini jika dilihat dari nilai relatif atau persentase kenaikannya, maka pos biaya administrasi dan umum usaha ini mengalami peningkatan yang sangat tajam jika dibandingkan dengan tahun 2006 sebagai tahun dasar. Pada tahun 2007 biaya administrasi dan umum usaha meningkat menjadi 149,11 persen. Pada tahun 2008 biaya administrasi dan umum usaha kembali mengalami peningkatan yang sangat tajam sebesar 714,46 persen. Peningkatan biaya ini berlanjut terus pada tahun 2009 yang mencapai 845,71 persen. Pada tahun 2010 meskipun terjadi penurunan jika dibandingkan tahun 2009 sebelumnya, namun tetap mengalami peningkatan yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan tahun dasar 2006. Meskipun secara relatif biaya

Kenaikan atau penurunan komponen dalam biaya administrasi dan umum, biasanya sejalan dengan tingkat aktivitas operasional usaha. Jika aktivitas usaha mengalami peningkatan, biaya administrasi dan umum juga biasanya meningkat, demikian sebaliknya jika aktivitas usaha menurun. Dalam aktivitas yang normal dan cenderung stabil, maka biaya administrasi dan umum ini juga pada umumnya akan relatif tetap. Trend dari rasio biaya administrasi dan umum bagi usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dapat dilihat dalam tabel yang disajikan berikut.

administrasi dan umum mengalami peningkatan yang luar biasa, namun jika dilihat dari angka absolutnya, maka peningkatan biaya administrasi dan umum tersebut tidaklah terlalu besar jika dibandingkan dengan konsumsi biaya penjualan.

### Analisis terhadap *Operating Ratio*

*Operating ratio* atau rasio biaya operasi merupakan rasio dari seluruh biaya operasional usaha termasuk harga pokok penjualan, biaya penjualan, dan biaya administrasi dan umum terhadap penghasilan operasional (hasil penjualan). *Operating ratio* yang tinggi, sehingga mengakibatkan laba usaha tidak cukup untuk dipakai untuk menutup biaya bunga, deviden yang diharapkan oleh pemilik.

Trend dari *operating ratio* dari usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dalam lima tahun terakhir dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 8. Trend Operating Ratio Usaha, Tahun 2006-2010

Deskripsi	Periode Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
Hasil Penjualan (Rp juta)	20.927	22.723	56.316	58.579	44.422
Trend dalam %	100,00	108,82	269,11	279,92	212,27
By Operasi (HPP + By Pms + By Adum) dalam Rp juta	21.800	21.970	48.428	50.563	40.284
Trend dalam %	100,00	100,78	222,15	231,94	184,79
Operating Ratio	1,04	0,97	0,86	0,86	0,91
Trend dalam %	100,00	93,27	82,69	82,69	87,50

Berdasarkan data hasil analisis diatas, menunjukkan bahwa trend perubahan dalam operating rasio lebih kecil dari trend perubahan dalam hasil penjualan. Trend operating ratio mengalami penurunan sementara trend hasil penjualan mengalami peningkatan. Hal dapat mengindikasikan bahwa usaha dapat menekan angka biaya operasi, sehingga laba usaha mengalami peningkatan.

#### Analisis terhadap Laba Usaha

Laba usaha dipandang sebagai indikator mengenai profitabilitas yang sesungguhnya dari kegiatan-kegiatan pokok usaha yang meliputi kegiatan

pembelian, produksi dan penjualan.. Oleh karena itu, laba usaha juga mempunyai hubungan atau korelasi yang erat terhadap hasil penjualan. Rasio atau persentase laba usaha dari hasil penjualan, menunjukkan bagian yang tersisa dari setiap Rp 1,00 hasil penjualan setelah dikurangi dengan harga pokok penjualan dan biaya usaha lainnya.

Analisis trend atas laba usaha dalam hubungannya dengan hasil penjualan dari usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar dalam lima tahun terakhir (2006-2010) dapat dilihat dalam tabel yang disajikan berikut.

Tabel 9. Trend Laba Usaha terhadap Hasil Penjualan, Tahun 2006-2010

Deskripsi	Periode Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
Hasil Penjualan (Rp juta)	20.927	22.723	56.316	58.579	44.422
Trend dalam %	100,00	108,82	269,11	279,92	212,27
Laba Usaha (Rp juta)	-873	803	7.888	8.017	4.138
Trend dalam %	100,00	191,98	1.003,55	1.018,33	574,00
Laba Usaha untuk setiap Rp1,00 penjualan	-0,04	0,04	0,14	0,14	0,09
Trend dalam %	100,00	200,00	450,00	450,00	325,00

Sumber: Diolah

Dari hasil analisis data di atas, tampak bahwa trend dari kemampuan usaha untuk menghasilkan laba memperlihatkan gambaran yang kurang mengembirakan. Meskipun terlihat adanya peningkatan hasil penjualan usaha selama lima tahun tersebut, namun jika dilihat dari sumbangan laba usaha terhadap setiap rupiah hasil penjualan sangatlah kecil. Apabila hal ini dikaitkan dengan tujuan utama usaha untuk memaksimalkan laba, maka nampaknya usaha

mengalami kesulitan dalam merealisasikan tujuan tersebut.

#### Analisis Tingkat Pertumbuhan

Analisis tingkat pertumbuhan yang dilakukan terhadap Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar di sini adalah Analisis terhadap tingkat pertumbuhan berkelanjutan atau *sustainable growth rate* (SGR). Analisis ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana usaha

merencanakan keuangannya sesuai dengan kondisinya agar dapat mencapai

tingkat pertumbuhan yang berkesinambungan.

Tabel 10. Perhitungan *Sustainable Growth Rate* (SGR) Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar tahun 2006-2010

Keterangan	2006	2007	2008	2009	2010
	(Rp 000)				
(1) Aktiva	37.010.079	47.937.482	63.289.595	72.867.769	63.306.376
(2) Sales	20.926.682	22.772.638	56.316.060	58.579.461	44.421.950
(3) A/S (T)	1,77	2,11	1,12	1,24	1,43
(4) Laba Usaha	-873.104	802.986	7.887.559	8.016.581	4.138.213
(5) Laba Bersih	-6.692.970	3.733.705	2.607.304	6.089.874	2.043.089
(6) Profit Margin (p) = (4)/(2)	-0,04	0,04	0,14	0,14	0,09
(7) Deviden	0	1.816.350	1.433.265	0	0
(8) d = (7)/(5)	0	0,49	0,55	0	0
(9) Debt	14.844.443	23.854.490	38.032.564	41.520.864	29.916.382
(10) L = (9)/(1)	0,40	0,50	0,60	0,57	0,47
(11) p (1 - d) (1 + L)	-0,056	0,0306	0,1008	0,2198	0,1323
(12) T -(p (1 - d) (1+L)	1,826	2,0794	1,0192	1,0202	1,2977
(13) SGR (%): (11)/(12)	-3,07%	1,47%	9,89%	21,54%	10,19%

Sumber: data diolah

Dari Tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan berkelanjutan (SGR) dari Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar cenderung berfluktuasi dan rata rendah.

Analisis *Sustainable growth rate* atau tingkat pertumbuhan berkesinambungan merupakan perangkat analisis kinerja keuangan yang digunakan untuk melihat besarnya peningkatan persentase tahunan maksimum dalam penjualan yang dapat dicapai usaha berdasarkan sasaran operasi, hutang, akumulasi laba ditahan, dan rasio pembayaran deviden. Karena kunci utama dari analisis SGR ialah terletak pada besarnya volume penjualan tahunan usaha yang dicapai, maka dengan demikian dapat dipahami bahwa rendahnya SGR tersebut merupakan dampak dari kinerja profitabilitas yang kurang berhasil dicapai manajemen usaha Koperasi Karyawan PT Telkom Makassar selama lima tahun terakhir (2006-2010).

### Kesimpulan

Faktor-faktor yang menyebabkan turunnya kemampuan berlabanya (profitabilitas)

perusahaan selama lima tahun terakhir karena meningkatnya harga pokok penjualan, meningkatnya biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum perusahaan pada tahun 2006-2010. Terhadap HPP, karena penjualan meningkat lebih sebesar dari peningkatan HPP, maka penurunan profitabilitas sebagai akibat turunnya HPP tersebut, dan faktor biaya pemasaran/penjualan merupakan faktor yang berpengaruh dalam turunnya tingkat kemampuan laba perusahaan selama lima tahun terakhir.

Tingkat profitabilitas yang tercermin dalam variabel ROI yang diwakili oleh variabel profit margin dan total assets turnover (TATO) berpengaruh kuat terhadap tingkat pertumbuhan berkelanjutan (*sustainable growth rate*, SGR).

Model prediktor yang digunakan memiliki kekuatan prediksi cukup tinggi ( $R^2$ ) sebesar 0,780 (78%).

### Saran

Untuk mempertahankan profitabilitas yang baik, maka pihak manajemen perusahaan hendaknya menjaga tingkat

keseimbangan antara volume penjualan dan proporsi biaya operasi yang dikeluarkan.

Perusahaan hendaknya ke depan lebih menekan biaya administrasi dan umum dengan cara mengadakan efisiensi kerja dengan mengurangi kegiatan yang tidak terlalu perlu (pemborosan) dan pengawasan yang lebih efektif melalui mekanisme kontrol anggaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Awat, Napa J, dan Muljadi Ps., 2003, *Keputusan-keputusan Keuangan Perusahaan: Teori dan Hasil Pengujian Empiris*, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta.
- Brigham, Eugene F. and Louis Gapenski, 2001, *Financial Management (Theory and Practice)*, 7 th Ed. The Dryden Press, Harcourt Brace Collage Publishers, Singapore.
- Djarwanto. P.S, 2004, *Analisa Laporan Keuangan; Teori dan Penerapan*, Cetakan ke tujuh. BPFE Yogyakarta
- Finnerty, John D., 2001. *Corporate Financial Analysis*, First Edition, McGraw-Hill, Inc. New York
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, 2002, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lesmana, Rico dan Rudy Surjanto, 2003. *Financial Performance Analyzing: Pedoman Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Livingstone, John Leslie, 2004, *The Portable MBA Keuangan dan Akunting*, Edisi Indonesia, Terjemahan: Dyah R> Permatasari, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Munawir, S, 2002, *Analisis Informasi Keuangan*, Edisi 1, Liberty, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Keenam, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riyanto, Bambang, 2002, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Ross, Stephen A., R.W. Westerfield, and J.Jaffe, 2001, *Corporate Finance*, Fifth Edition, Irwin McGraw-Hill, Printed Singapore.
- Sawir, A., 2001, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*, Edisi Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sundjaja, Ridwan S. dan Inge Barlian, 2002, *Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, Prenhallindo, Jakarta.
- Syamsuddin, Lukman, 2006, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Edisi Baru, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Van Horne, James C., 2004, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Keenam, Terjemahan: Marianus Sinaga, Erlangga, Jakarta.
- White, Gerald I., A.C. Sondhi, and D.Fried. 2003. *The Analysis and Use of Financial Statements*, Second Edition, John Wiley & Sons, Inc.