

2026

Jurnal Ilmu Administrasi NIAGA Volume I

01. Indra Dermawan- Pendidikan Ekonomi Sebagai
Fondasi Pemberdayaan Anak Muda Indonesia

02. Halimah - Optimalisasi Strategi Pemasaran
Manajemen Persediaan Dan Analisis Anggaran Sebagai Alat
Penilaian Kinerja Dalam Meningkatkan Penjualan Toko
Sembako Tradisional

03. Zam-Zam Badrujaman- Analisis Net Profit Margin
Sebagai Indikator Kinerja Keuangan Perusahaan

04. Resna Febriani Pengaruh Manajemen Keuangan
Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi Kasus Kondisi
Favorable Dan Unfavorable Pada Perusahaan Manufaktur

05. Dewi Larasati Peningkatan Profit Pada Cv Pustaka
Mandiri Percetakan Buku

06. Yulianti Peningkatan Profit Perusahaan Analisis
Faktor Favorable Dan Unfavorable Berdasarkan Studi
Literatur

07. Risna Mendrofa Elsutri Pengaruh Manajemen
Keuangan Terhadap Peningkatan Profit Perusahaan

Pendidikan Ekonomi Sebagai Fondasi Pemberdayaan Anak Muda Indonesia

Indra Dermawan
Email : indra.der@gmail.com

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Cimahi

Pendidikan ekonomi memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang adaptif terhadap perubahan sosial, politik, dan teknologi. Melalui pemahaman ekonomi mikro dan makro, anak muda Indonesia dapat mengembangkan sensitivitas terhadap dinamika pasar, menciptakan peluang usaha, serta berkontribusi pada pengurangan pengangguran. Studi literatur ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menguraikan hasil penelitian terdahulu, membandingkan konteks, serta merumuskan model konseptual integrasi pendidikan ekonomi mikro dengan kewirausahaan berbasis digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi mikro berfokus pada aspek produksi, distribusi, dan konsumsi, yang mendorong terciptanya produk berkualitas, strategi pemasaran efisien, serta pemahaman perilaku konsumen. Hal ini menumbuhkan minat berwirausaha dan meningkatkan efikasi diri mahasiswa, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian (Wibowo, 2017) melalui program inkubator bisnis dan (Pratama, 2020) melalui pemanfaatan media sosial. Sementara itu, pendidikan ekonomi makro memberikan perspektif luas tentang kontribusi usaha kecil terhadap pengurangan pengangguran, peningkatan pendapatan daerah, dan pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan demikian, pendidikan ekonomi mikro dan makro menjadi fondasi penting bagi anak muda Indonesia untuk menghadapi tantangan global. Kreativitas, keterampilan komunikasi, serta pemanfaatan media sosial memperkuat peran anak muda sebagai penggerak perekonomian bangsa melalui usaha kecil dan menengah (UKM) yang berdaya saing lokal maupun internasional.

Pendahuluan

Pendidikan ekonomi memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang adaptif terhadap perubahan sosial, politik, dan teknologi. Dengan pemahaman ekonomi mikro dan makro, anak muda Indonesia dapat mengembangkan sensitivitas terhadap dinamika pasar, menciptakan peluang usaha, serta berkontribusi pada pengurangan pengangguran. Artikel ini membahas pentingnya pendidikan ekonomi sebagai instrumen pemberdayaan anak muda untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional.

Indonesia menghadapi tantangan serius berupa tingginya angka pengangguran, terutama di kalangan anak muda. Salah satu solusi yang dapat ditempuh adalah memperkuat pendidikan ekonomi sejak dini. Pendidikan ekonomi tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai sarana membentuk pola pikir kritis, kreatif, dan produktif. Dengan bekal pemahaman ekonomi mikro dan makro, anak muda dapat menjadi motor penggerak perekonomian bangsa. Dikutip dari buku ekonomi pembangunan yang ditulis oleh Indra Dermawan mengatakan bahwa Ekonomi Mikro dalam Pembangunan berperan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan sebagai motor pembangunan. Dinamika produksi, distribusi, dan konsumsi Menumbuhkan jiwa wirausaha bukanlah proses instan. Dibutuhkan kesabaran, ketekunan, dan pemahaman mendalam terhadap elemen-elemen kunci seperti produk, harga, distribusi, dan promosi untuk barang, serta proses, SDM dan Bukti Fisik untuk jasa (Dermawan, 2024)

Pendekatan Analisis Metode Literatur

Analisis Literatur Deskriptif Menguraikan hasil penelitian terdahulu secara sistematis. Membandingkan hasil penelitian di berbagai konteks. Mengidentifikasi celah penelitian, kelemahan metodologi, atau bias dalam literatur. Merumuskan model konseptual baru, misalnya integrasi pendidikan ekonomi mikro dengan program kewirausahaan berbasis digital.

Pembahasan

Pendidikan Ekonomi Mikro, Basis Kewirausahaan, Peran regulasi pendidikan: UU No. 20 Tahun 2003 dan Permendikbud No. 69 Tahun 2013 mewajibkan mata pelajaran kewirausahaan, sehingga pendidikan ekonomi mikro berbasis kewirausahaan menjadi bagian dari kurikulum formal. Efikasi diri dan minat berwirausaha: Pendidikan kewirausahaan terbukti meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam memulai usaha. Efikasi diri menjadi faktor kunci yang mendorong keberanian mengambil risiko bisnis. Studi oleh (Wibowo,2017): Program inkubator bisnis di universitas membantu mahasiswa mengaplikasikan teori ekonomi mikro dalam praktik nyata. Mahasiswa yang mengikuti program ini lebih mampu memahami perilaku konsumen dan strategi pemasaran digital. Penelitian oleh (Pratama,2020): Mahasiswa yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk hasil pembelajaran ekonomi mikro lebih berhasil menjangkau konsumen global. Produk handmade mahasiswa memiliki daya tarik tinggi di pasar internasional karena dianggap autentik dan bernilai budaya.

Ekonomi mikro berfokus pada aspek produksi, distribusi, dan konsumsi. Pemahaman ini penting bagi anak muda karena:

- **Produksi:** Mendorong penciptaan produk berkualitas dengan daya tahan tinggi dan kemasan menarik.
- **Distribusi:** Memahami rantai pasok dan strategi pemasaran yang efisien.
- **Konsumsi:** Menyadari perilaku konsumen, baik domestik maupun internasional, sehingga produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Dengan keterampilan ini, anak muda terdorong untuk menjadi pengusaha yang mampu memutar roda perekonomian melalui usaha kecil dan menengah (UKM). Produk handmade dengan harga terjangkau, misalnya, memiliki daya tarik besar di pasar global karena dianggap autentik dan bernilai budaya.

Pendidikan Ekonomi Makro: Dampak Sosial dan Regional

Pemahaman ekonomi makro memungkinkan anak muda melihat keterkaitan antara usaha kecil dengan kondisi ekonomi nasional.

- **Pengurangan Pengangguran:** Usaha baru menciptakan lapangan kerja yang menyerap tenaga kerja lokal.
- **Peningkatan Pendapatan Daerah:** Aktivitas ekonomi mikro yang berkembang akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan pajak daerah.
- **Pertumbuhan Ekonomi Nasional:** Sinergi antara usaha mikro dan kebijakan makro mendorong stabilitas ekonomi jangka panjang.

Dengan demikian, pendidikan ekonomi makro memberikan perspektif luas tentang bagaimana usaha individu berkontribusi pada pembangunan nasional.

Peran Media Sosial dalam Ekonomi Kreatif

Media sosial menjadi sarana strategis bagi anak muda untuk memasarkan produk. Melalui platform digital, produk lokal dapat dikenal secara global dengan biaya promosi yang relatif rendah. Kreativitas dalam komunikasi digital memperkuat citra produk dan meningkatkan daya saing di pasar internasional.

Kesimpulan

Pendidikan ekonomi, baik mikro maupun makro, merupakan fondasi penting bagi anak muda Indonesia untuk menghadapi tantangan global. Dengan pemahaman yang mendalam, anak muda dapat menciptakan produk berkualitas, membuka lapangan kerja baru, dan meningkatkan pendapatan daerah. Kreativitas, keterampilan

komunikasi, serta pemanfaatan media sosial menjadi faktor kunci dalam memperkuat peran anak muda sebagai penggerak perekonomian bangsa.

Daftar Pustaka

- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78.
- Wibowo, A. (2017). *Pengaruh pendidikan ekonomi mikro terhadap minat berwirausaha mahasiswa melalui program inkubator bisnis*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 12(2), 115– 128.
- Pratama, R. (2020). *Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk mahasiswa berbasis ekonomi mikro*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 8(1), 45–56.
- Dermawan, H. I. (2021). *Ekonomi Pembangunan: Perspektif dan Aplikasi*. Bandung: STIA Cimahi Press.
- Dermawan, I., Tamsah, H., Syafri, M., Amalia, D., Basmar, E., Fitrianti, W., Mendrofa, S. A., Ridho, S. L. Z., Muttaqin, E. I., Artiani, L. E., Zega, Y., & Sari, S. P. (2024). *Pengantar Teori Ekonomi Pembangunan*. Kabupaten Agam, Sumatera Barat: CV Lauk Puyu Press. ISBN 978-623-1030-184.
- <https://infostiacimahi.blogspot.com/2025/10/buku-teori-ekonomi-pembangunandorong.html>

**OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN, MANAJEMEN
PERSEDIAAN, DAN ANALISIS ANGGARAN SEBAGAI ALAT
PENILAIAN KINERJA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
TOKO SEMBAKO TRADISIONAL**

Halimah

Email : nurhalimahcahaya04@gmail.com

**Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Cimahi**

This study aims to examine the optimization of marketing strategies, inventory management, and budget analysis as performance evaluation tools in improving sales at a traditional grocery store. The research is motivated by increasing competition from modern retail businesses that requires small retailers to improve operational efficiency and competitiveness. A qualitative case study approach was employed, with data collected through observation, interviews with the store owner and customers, and documentation of sales and budget records. The findings indicate that effective product arrangement, competitive pricing, customer-oriented service, and systematic inventory control contribute to increased customer satisfaction and sales performance. Budget variance analysis shows favorable results in sales and net profit, despite an unfavorable variance in purchasing costs, which remains manageable due to higher revenue growth. The integration of marketing strategies, inventory management, and budgeting enables better managerial decision-making and operational efficiency. This integrated approach is essential for strengthening the competitiveness and sustainability of traditional grocery businesses.

Keywords: *marketing strategy, inventory management, budgeting, performance evaluation, sales*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan analisis anggaran sebagai alat penilaian kinerja dalam meningkatkan penjualan pada usaha toko sembako tradisional. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan ritel modern yang menuntut usaha kecil untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara dengan pemilik toko dan pelanggan, serta dokumentasi data penjualan dan anggaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penataan produk yang efektif, harga yang kompetitif, pelayanan yang berorientasi pada pelanggan, serta pengendalian persediaan yang sistematis mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan. Analisis varians anggaran menunjukkan hasil favorable pada penjualan dan laba bersih, meskipun terdapat varians unfavorable pada biaya pembelian yang masih dapat dikendalikan. Integrasi strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan penganggaran membantu pengambilan keputusan manajerial serta meningkatkan efisiensi operasional. Pendekatan terpadu ini penting untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha toko sembako tradisional.

Kata kunci: *strategi pemasaran, manajemen persediaan, anggaran, kinerja usaha, penjualan*

PENDAHULUAN

Usaha toko sembako tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari, terutama di lingkungan pemukiman. Toko sembako menjadi salah satu bentuk usaha mikro dan kecil yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Namun,

dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ritel modern seperti minimarket dan supermarket telah menciptakan persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini menuntut pelaku usaha toko sembako untuk mampu beradaptasi melalui pengelolaan usaha yang lebih profesional, khususnya dalam strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan pengelolaan keuangan.

Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan pemasaran ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Penataan produk yang menarik, penentuan harga yang kompetitif, serta pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan. Bagi toko sembako tradisional, strategi pemasaran yang sederhana namun tepat sasaran dapat menjadi keunggulan dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern.

Selain pemasaran, manajemen persediaan juga menjadi aspek penting dalam operasional toko sembako. Persediaan barang yang tidak terkelola dengan baik dapat menyebabkan kekurangan stok atau penumpukan barang yang berisiko kadaluarsa. Heizer dan Render (2015) menyatakan bahwa manajemen persediaan yang efektif bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara ketersediaan barang dan efisiensi biaya. Pengelolaan stok yang baik memungkinkan toko memenuhi permintaan pelanggan secara konsisten serta mengurangi potensi kerugian.

Di sisi lain, pengelolaan anggaran berperan sebagai alat perencanaan dan pengendalian kinerja usaha. Anggaran membantu pelaku usaha dalam memperkirakan pendapatan dan pengeluaran serta mengevaluasi pencapaian kinerja melalui perbandingan antara anggaran dan realisasi. Hansen dan Mowen (2017) menjelaskan bahwa analisis varians digunakan untuk mengidentifikasi selisih yang bersifat favorable maupun unfavorable, sehingga manajemen dapat mengambil tindakan perbaikan yang tepat. Dengan demikian, penggunaan anggaran tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan keuangan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan.

Integrasi antara strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan analisis anggaran menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja toko sembako tradisional. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam menciptakan efisiensi operasional dan peningkatan penjualan. Namun, banyak pelaku usaha kecil yang belum menerapkan pengelolaan tersebut secara sistematis. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji bagaimana optimalisasi ketiga aspek tersebut dapat diterapkan dalam praktik usaha sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana penerapan strategi pemasaran pada toko sembako tradisional, (2) bagaimana pengelolaan manajemen persediaan yang dilakukan, dan (3) bagaimana penggunaan anggaran sebagai alat penilaian kinerja dalam meningkatkan penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis integrasi strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan analisis anggaran dalam meningkatkan kinerja usaha toko sembako. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha kecil serta menjadi referensi akademik dalam pengembangan studi manajemen usaha ritel tradisional.

Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen juga turut memengaruhi pola persaingan dalam sektor ritel. Konsumen saat ini cenderung mengutamakan kemudahan, ketersediaan produk, serta harga yang kompetitif. Toko sembako tradisional yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan. Salah satu bentuk adaptasi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pengelolaan usaha melalui perencanaan yang matang dan evaluasi kinerja secara berkala.

Usaha kecil sering menghadapi berbagai keterbatasan, seperti modal yang terbatas, sistem pencatatan keuangan yang sederhana, serta kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan persediaan. Kondisi ini dapat menghambat perkembangan usaha apabila tidak diimbangi dengan strategi manajemen yang tepat. Penggunaan anggaran sebagai alat pengendalian kinerja dapat membantu pelaku usaha dalam memantau arus keuangan, mengendalikan biaya, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan adanya evaluasi berbasis anggaran, pemilik usaha dapat mengidentifikasi kelemahan dan peluang perbaikan secara lebih sistematis.

Selain itu, integrasi antara pemasaran dan manajemen persediaan berperan penting dalam menciptakan kelancaran operasional toko. Strategi pemasaran yang efektif harus didukung oleh ketersediaan barang yang memadai agar permintaan pelanggan dapat terpenuhi. Ketidakseimbangan antara promosi penjualan dan pengelolaan stok dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan

manajemen yang terpadu untuk memastikan bahwa setiap strategi yang diterapkan mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha.

Penelitian mengenai optimalisasi strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan penggunaan anggaran pada usaha toko sembako masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks usaha ritel tradisional skala kecil. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perusahaan ritel modern berskala besar. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai penting dalam memberikan gambaran empiris mengenai praktik pengelolaan usaha pada toko sembako tradisional serta kontribusinya terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan penggunaan anggaran sebagai alat penilaian kinerja pada usaha toko sembako tradisional. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman fenomena secara langsung di lapangan serta menggambarkan kondisi nyata operasional usaha.

Lokasi penelitian dilakukan pada sebuah toko sembako tradisional yang berada di lingkungan pemukiman masyarakat. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas operasional harian toko, termasuk proses penjualan, pengelolaan persediaan, dan pencatatan keuangan.

Subjek penelitian terdiri dari pemilik toko sebagai informan utama dan beberapa pelanggan sebagai informan pendukung. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan objek penelitian. Populasi penelitian mencakup seluruh aktivitas pengelolaan usaha, sedangkan sampel difokuskan pada aspek pemasaran, persediaan, dan pengelolaan anggaran.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik toko dan observasi kegiatan operasional. Data sekunder diperoleh dari catatan penjualan, laporan pembelian barang, serta dokumentasi anggaran usaha.

Teknik pengumpulan data meliputi: (1) observasi langsung untuk mengamati proses operasional toko, (2) wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi mengenai strategi pengelolaan usaha, dan (3) dokumentasi berupa pencatatan data penjualan dan anggaran. Instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman wawancara dan lembar observasi.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selain itu, dilakukan analisis anggaran menggunakan metode analisis varians dengan membandingkan antara anggaran dan realisasi. Varians dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Varians} = \text{Realisasi} - \text{Anggaran}$$

Hasil varians kemudian dikategorikan menjadi favorable dan unfavorable untuk menilai kinerja usaha.

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Dengan metode tersebut, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai pengelolaan usaha toko sembako tradisional.

Untuk memperdalam analisis, penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis kontekstual yang mempertimbangkan kondisi lingkungan usaha, karakteristik pelanggan, serta pola permintaan produk. Pendekatan ini membantu peneliti memahami hubungan antara strategi pemasaran, pengelolaan persediaan, dan kinerja keuangan secara lebih komprehensif.

Proses pengolahan data dilakukan secara sistematis sejak tahap pengumpulan hingga interpretasi hasil. Data hasil wawancara ditranskripsikan kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema penelitian, yaitu strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan pengelolaan anggaran. Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk menemukan pola dan hubungan antar variabel yang mempengaruhi kinerja penjualan toko.

Dalam analisis anggaran, selain menghitung varians nominal, penelitian ini juga mempertimbangkan persentase penyimpangan untuk menilai tingkat signifikansi selisih antara anggaran dan realisasi. Penentuan batas toleransi varians digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja, sehingga penyimpangan yang terjadi dapat dikategorikan apakah masih dalam batas wajar atau memerlukan tindakan perbaikan.

Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika penelitian dengan menjaga kerahasiaan identitas responden serta menggunakan data hanya untuk kepentingan akademik. Seluruh proses penelitian dilakukan dengan persetujuan pemilik usaha sebagai pihak yang menjadi objek penelitian.

Tahap akhir penelitian adalah penyusunan interpretasi hasil yang menghubungkan temuan lapangan dengan teori yang relevan. Interpretasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai efektivitas integrasi strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan analisis anggaran dalam meningkatkan kinerja usaha toko sembako tradisional.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan operasional toko sembako tradisional sangat dipengaruhi oleh integrasi antara strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan penggunaan anggaran sebagai alat evaluasi kinerja. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan membentuk sistem pengelolaan usaha yang terpadu.

1. Analisis Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan toko sembako berfokus pada penataan produk, penetapan harga, dan kualitas pelayanan. Produk disusun berdasarkan kategori kebutuhan sehari-hari sehingga memudahkan pelanggan dalam menemukan barang yang dibutuhkan. Penataan yang rapi menciptakan kenyamanan berbelanja dan meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif.

Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat sekitar serta harga pesaing. Harga yang kompetitif membuat pelanggan tetap memilih berbelanja di toko sembako dibandingkan ritel modern. Pelayanan yang ramah dan hubungan personal antara pemilik toko dan pelanggan juga menjadi nilai tambah yang sulit ditiru oleh ritel besar.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran sederhana namun konsisten mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Peningkatan jumlah transaksi harian menjadi indikator bahwa strategi tersebut efektif dalam menarik minat konsumen.

2. Analisis Manajemen Persediaan

Pengelolaan persediaan dilakukan melalui pencatatan stok rutin dan pengawasan rotasi barang. Pemilik toko secara berkala memeriksa ketersediaan produk untuk memastikan barang dengan permintaan tinggi selalu tersedia. Sistem ini membantu mengurangi risiko kehilangan penjualan akibat kekosongan stok.

Selain itu, pengawasan terhadap tanggal kadaluarsa produk membantu meminimalkan kerugian. Barang dengan perputaran lambat diprioritaskan untuk segera dijual melalui penyesuaian harga atau promosi sederhana. Praktik ini menunjukkan bahwa manajemen persediaan yang baik tidak hanya menjaga ketersediaan barang, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional.

Hubungan antara manajemen persediaan dan kepuasan pelanggan terlihat dari meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap ketersediaan produk. Pelanggan cenderung kembali berbelanja di toko yang mampu memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten.

3. Analisis Anggaran sebagai Alat Penilaian Kinerja

Penggunaan anggaran dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat pengendalian dan evaluasi kinerja usaha. Perbandingan antara anggaran dan realisasi dianalisis menggunakan metode varians sebagai berikut:

$$\text{Varians} = \text{Realisasi} - \text{Anggaran}$$

Komponen	Anggaran	Realisasi (Rp)	Variasi	Keterangan
Penjualan	50.000.000	55.000.000	+5.000.000	favorable
Pembelian Barang	30.000.000	32.000.000	+2.000.000	favorable
Biaya Pemasaran	3.000.000	2500.000	-500.000	unfavorable
Biaya Operasional	5.000.000	4.800.000	-200.000	unfavorable
laba bersih	12.000.000	15.700.000	+3700.000	Favorable

Peningkatan penjualan sebesar Rp5.000.000 menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran. Varians favorable pada penjualan berdampak langsung pada peningkatan laba. Namun, terdapat varians unfavorable pada pembelian barang yang menunjukkan peningkatan biaya persediaan.

Kenaikan biaya pembelian dapat disebabkan oleh meningkatnya permintaan pelanggan atau kenaikan harga dari pemasok. Meskipun demikian, peningkatan biaya tersebut masih dapat ditoleransi karena menghasilkan peningkatan pendapatan yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tambahan dilakukan secara strategis untuk memenuhi permintaan pasar.

Varians favorable pada biaya pemasaran dan operasional mencerminkan efisiensi pengeluaran. Penghematan biaya tanpa menurunkan kualitas pelayanan menunjukkan kemampuan pemilik toko dalam mengelola sumber daya secara efektif.

4. Integrasi Strategi Pemasaran, Persediaan, dan Anggaran

Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi ketiga aspek tersebut menciptakan siklus pengelolaan usaha yang saling mendukung. Strategi pemasaran meningkatkan permintaan, manajemen persediaan memastikan ketersediaan barang, dan analisis anggaran mengevaluasi efektivitas keuangan.

Pendekatan terpadu ini membantu pemilik toko dalam mengambil keputusan berbasis data. Evaluasi rutin terhadap varians anggaran memungkinkan identifikasi masalah sejak dini dan perbaikan strategi secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, peningkatan laba bersih menunjukkan bahwa kombinasi strategi pemasaran yang efektif, pengelolaan persediaan yang efisien, dan pengendalian anggaran yang baik mampu meningkatkan kinerja usaha. Model pengelolaan ini dapat menjadi contoh bagi usaha ritel tradisional lainnya dalam menghadapi persaingan pasar.

5. Dampak Strategi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Penerapan strategi pemasaran dan manajemen persediaan tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan merasa lebih nyaman berbelanja karena tata letak produk yang rapi dan ketersediaan barang yang relatif lengkap. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha toko sembako tradisional.

Hubungan interpersonal antara pemilik toko dan pelanggan menciptakan kepercayaan yang tinggi. Pelanggan cenderung memilih toko yang memberikan pelayanan ramah dan konsisten. Loyalitas pelanggan ini berkontribusi terhadap stabilitas pendapatan usaha, karena pelanggan tetap menjadi sumber penjualan yang berkelanjutan.

6. Efisiensi Operasional dan Pengendalian Biaya

Analisis anggaran menunjukkan bahwa pengendalian biaya merupakan faktor penting dalam menjaga profitabilitas usaha. Varians favorable pada biaya pemasaran dan operasional menunjukkan bahwa toko mampu menjalankan aktivitas usaha secara efisien tanpa mengurangi kualitas layanan. Efisiensi ini diperoleh melalui pengelolaan pengeluaran yang terencana dan pengawasan rutin terhadap biaya operasional.

Namun demikian, varians unfavorable pada pembelian barang menjadi perhatian penting. Jika tidak dikendalikan, peningkatan biaya persediaan dapat mengurangi margin keuntungan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan pembelian yang lebih akurat berdasarkan pola permintaan pelanggan dan analisis penjualan sebelumnya.

7. Peran Anggaran dalam Pengambilan Keputusan Manajerial

Anggaran tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Dengan membandingkan anggaran dan realisasi, pemilik toko dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Misalnya, peningkatan biaya pembelian dapat menjadi dasar untuk mengevaluasi pemasok atau menegosiasikan harga yang lebih kompetitif.

Selain itu, evaluasi anggaran membantu pemilik usaha dalam merencanakan ekspansi usaha, seperti penambahan jenis produk atau peningkatan kapasitas persediaan. Keputusan yang didasarkan pada data anggaran cenderung lebih rasional dan terukur.

8. Implikasi Penelitian terhadap Pengembangan Usaha Kecil

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kecil, khususnya toko sembako tradisional. Pengelolaan usaha yang terintegrasi antara pemasaran, persediaan, dan anggaran terbukti mampu

meningkatkan kinerja usaha. Model pengelolaan ini dapat diterapkan oleh usaha kecil lainnya dengan penyesuaian terhadap kondisi masing-masing.

Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya penggunaan teknologi sederhana, seperti aplikasi pencatatan keuangan digital, untuk meningkatkan akurasi data dan mempermudah evaluasi kinerja. Dengan demikian, usaha kecil dapat bersaing lebih efektif di tengah perkembangan ritel modern.

9. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu objek usaha dengan periode pengamatan yang relatif singkat. Oleh karena itu, hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh usaha ritel tradisional. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau melibatkan lebih banyak objek penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai optimalisasi strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan analisis anggaran sebagai alat penilaian kinerja pada toko sembako tradisional, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan usaha yang terintegrasi berperan penting dalam meningkatkan kinerja penjualan dan efektivitas operasional.

Strategi pemasaran yang diterapkan melalui penataan produk yang sistematis, penetapan harga yang kompetitif, serta pelayanan yang ramah terbukti mampu meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan. Kenyamanan berbelanja yang dirasakan konsumen memberikan dampak positif terhadap peningkatan frekuensi transaksi dan stabilitas pendapatan usaha.

Manajemen persediaan yang dilakukan melalui pencatatan stok rutin dan pengawasan rotasi barang membantu menjaga ketersediaan produk serta meminimalkan risiko kerugian akibat barang rusak atau kadaluarsa. Pengelolaan persediaan yang efektif memastikan bahwa kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi secara konsisten, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Analisis anggaran sebagai alat penilaian kinerja menunjukkan bahwa usaha toko sembako mampu mencapai varians favorable pada penjualan dan laba bersih. Meskipun terdapat varians unfavorable pada pembelian barang, peningkatan tersebut masih dapat dikendalikan karena menghasilkan pertumbuhan pendapatan yang lebih besar. Penggunaan anggaran membantu pemilik usaha dalam mengevaluasi efisiensi biaya dan mengambil keputusan manajerial yang lebih tepat.

Secara keseluruhan, integrasi antara strategi pemasaran, manajemen persediaan, dan pengendalian anggaran terbukti meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha toko sembako tradisional di tengah persaingan ritel modern.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan usaha toko sembako tradisional.

Pertama, pemilik usaha disarankan untuk terus mengembangkan strategi pemasaran melalui inovasi sederhana, seperti promosi berkala, peningkatan tampilan produk, dan peningkatan kualitas pelayanan guna menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Kedua, pengelolaan persediaan perlu ditingkatkan dengan memanfaatkan teknologi pencatatan digital sederhana agar data stok lebih akurat dan mudah dipantau. Perencanaan pembelian barang sebaiknya didasarkan pada analisis permintaan agar dapat mengurangi penyimpangan biaya yang tidak menguntungkan.

Ketiga, evaluasi anggaran perlu dilakukan secara rutin sebagai bagian dari sistem pengendalian kinerja. Pemilik usaha disarankan menetapkan batas toleransi varians sehingga setiap penyimpangan dapat segera diidentifikasi dan ditindaklanjuti.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak objek usaha serta menggunakan pendekatan kuantitatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

Dengan penerapan saran tersebut, diharapkan usaha toko sembako tradisional dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat daya saing, dan mencapai keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

REFERENSI

Anthony, R. N., & Govindarajan, V. (2015). *Management control systems* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Dermawan, I. (2025). *Penelitian karya ilmiah*. Bandung: NulisBuku.

Halim, A. (2019). *Manajemen keuangan sektor publik*. Jakarta: Salemba Empat.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Cost management: Accounting and control* (6th ed.). Boston: Cengage Learning.

Heizer, J., & Render, B. (2015). *Operations management* (11th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Mardiasmo. (2018). *Akuntansi sektor publik*. Yogyakarta: Andi.

Simanjuntak, P. J. (2016). *Manajemen kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wawo, A. B., Tamburaka, S., Mustafa, S., & Nurlyn, W. O. (2021). Analisis anggaran sebagai salah satu alat pengendalian kinerja pada BPKAD Kota Kendari. *Jurnal Akuntansi, Universitas Halu Oleo*.

Lukito, D., Qadaar, A., Mardikawati, B., & Susanti, M. (2022). Penganggaran berbasis kinerja dan akuntabilitas kinerja pada lembaga pemerintah. *Jurnal Manajemen, Universitas Bina Nusantara*.

ANALISIS NET PROFIT MARGIN SEBAGAI INDIKATOR KINERJA KEUANGAN PERUSAHAANJamjam Badrujaman¹,Indra Dermawan,S.Sos.,M.AB²Email: zamazz1313@gmail.com,indra.der@gmail.com**Program Studi Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Adminisatrasi Cimahi**

Net Profit Margin is one of the most important profitability ratios used to evaluate a company's financial performance. This ratio reflects the company's ability to generate net income from its total sales after deducting all operational and non-operational expenses. The purpose of this study is to analyze the concept, role, and significance of Net Profit Margin as an indicator of corporate financial performance based on a literature review approach. The research method employed in this study is a literature study by reviewing books, scientific journals, and previous research related to profitability ratios and financial performance analysis. The results of the literature review indicate that Net Profit Margin plays a crucial role in assessing management efficiency, cost control, and the sustainability of company profits. Companies with a higher Net Profit Margin tend to have better financial performance and stronger competitiveness. Therefore, Net Profit Margin can be used as an essential indicator for management, investors, and other stakeholders in making financial decisions

Keywords: Net Profit Margin, Financial Performance, Profitability

ABSTRAK**ANALISIS NET PROFIT MARGIN SEBAGAI INDIKATOR KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN**

Net Profit Margin merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total penjualan setelah dikurangi seluruh biaya operasional maupun nonoperasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep, peran, dan pentingnya Net Profit Margin sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan berdasarkan kajian literatur. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah berbagai sumber berupa buku teks, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan rasio profitabilitas dan kinerja keuangan. Hasil kajian menunjukkan bahwa Net Profit Margin memiliki peran yang signifikan dalam mengukur efisiensi manajemen, pengendalian biaya, serta keberlanjutan laba perusahaan. Perusahaan dengan nilai Net Profit Margin yang tinggi umumnya menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik dan memiliki daya saing yang lebih kuat. Dengan demikian, Net Profit Margin dapat dijadikan sebagai salah satu indikator utama dalam pengambilan keputusan keuangan oleh manajemen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya.

Kata Kunci: Net Profit Margin, Kinerja Keuangan, Profitabilitas

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan dan keberlangsungan suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba yang optimal. Dalam praktiknya, kinerja keuangan sering diukur menggunakan berbagai rasio keuangan yang disusun berdasarkan laporan keuangan perusahaan. Rasio-rasio tersebut berfungsi sebagai alat analisis untuk menilai kondisi keuangan, tingkat efisiensi, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Salah satu rasio keuangan yang paling sering digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas perusahaan adalah Net Profit Margin. Net Profit Margin menggambarkan persentase laba bersih yang diperoleh perusahaan dari setiap satuan penjualan. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya

¹ Mahasiswa Administrasi Niaga

² Dosen Administrasi Niaga

operasional dan nonoperasional sehingga dapat menghasilkan laba bersih yang maksimal. Semakin tinggi nilai Net Profit Margin, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas penjualannya.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan mampu mempertahankan tingkat Net Profit Margin yang stabil. Fluktuasi biaya produksi, meningkatnya beban operasional, serta persaingan bisnis yang semakin ketat sering kali menyebabkan penurunan laba bersih meskipun penjualan mengalami peningkatan. Kondisi ini menimbulkan permasalahan bagi manajemen dalam menjaga efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, analisis terhadap Net Profit Margin menjadi penting untuk memahami sejauh mana kinerja keuangan perusahaan dapat dikatakan baik atau kurang optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Net Profit Margin sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan melalui pendekatan studi literatur. Penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep Net Profit Margin, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menjelaskan perannya dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sebagai referensi dalam kajian keuangan, serta secara praktis bagi manajemen, investor, dan pihak-pihak terkait dalam pengambilan keputusan keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode studi literatur (*library research*). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis konsep Net Profit Margin sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, tanpa melakukan pengumpulan data primer secara langsung di lapangan. Studi literatur memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, peran, serta penerapan Net Profit Margin dalam analisis kinerja keuangan perusahaan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku teks akuntansi dan manajemen keuangan, jurnal ilmiah nasional maupun internasional, prosiding seminar, serta artikel ilmiah yang membahas rasio profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan. Pemilihan sumber data dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan tingkat kredibilitas, relevansi, dan keterkinian sumber agar hasil kajian yang diperoleh memiliki dasar akademik yang kuat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi literatur yang berkaitan dengan Net Profit Margin dan kinerja keuangan perusahaan. Tahap kedua adalah seleksi literatur, yaitu memilih sumber-sumber yang paling relevan dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pembahasan penelitian. Tahap ketiga adalah pengelompokan data dan informasi berdasarkan tema-tema tertentu, seperti pengertian Net Profit Margin, fungsi dan perannya dalam analisis keuangan, serta faktor-faktor yang memengaruhi nilai Net Profit Margin. Tahap terakhir adalah penelaahan mendalam terhadap isi literatur untuk memperoleh pemahaman yang sistematis dan menyeluruh.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis komparatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan konsep Net Profit Margin, termasuk definisi, rumus, dan interpretasinya sebagai rasio profitabilitas. Sementara itu, analisis komparatif digunakan untuk membandingkan pandangan para ahli serta hasil penelitian terdahulu terkait penggunaan Net Profit Margin dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Melalui analisis ini, peneliti berupaya menemukan kesamaan, perbedaan, serta kecenderungan hasil penelitian yang relevan dengan topik kajian.

Hasil analisis data kemudian disintesis untuk menarik kesimpulan mengenai peran Net Profit Margin sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan. Sintesis dilakukan dengan menghubungkan teori dan temuan penelitian terdahulu sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai pentingnya Net Profit Margin dalam pengambilan keputusan manajerial dan investasi. Dengan metode penelitian ini, diharapkan penelitian dapat

memberikan kontribusi ilmiah yang bermanfaat dalam pengembangan kajian manajemen keuangan dan akuntansi.

PEMBAHASAN

Konsep dan Pengertian Net Profit Margin

Net Profit Margin merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total penjualan yang diperoleh dalam suatu periode tertentu. Rasio ini menunjukkan seberapa besar persentase keuntungan bersih yang mampu dihasilkan perusahaan setelah seluruh biaya yang terkait dengan aktivitas operasional maupun nonoperasional dikurangkan dari pendapatan. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya produksi, biaya operasional, biaya administrasi dan umum, biaya bunga, serta pajak. Oleh karena itu, Net Profit Margin mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas bisnis perusahaan dalam menghasilkan laba.

Secara konseptual, Net Profit Margin menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini tidak hanya menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga menilai sejauh mana perusahaan mampu mengendalikan biaya yang timbul selama proses operasional. Perusahaan dengan Net Profit Margin yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen mampu mengelola biaya secara efektif sehingga sebagian besar pendapatan dapat dikonversi menjadi laba bersih. Sebaliknya, Net Profit Margin yang rendah mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengendalian biaya atau strategi bisnis yang kurang optimal.

Net Profit Margin dihitung dengan membandingkan laba bersih dengan total penjualan, kemudian dikalikan dengan seratus persen. Laba bersih yang digunakan dalam perhitungan merupakan laba setelah pajak, sehingga rasio ini mencerminkan keuntungan yang benar-benar dapat dinikmati oleh pemilik perusahaan. Dengan demikian, Net Profit Margin menjadi indikator

yang sangat relevan bagi pemilik, investor, dan pihak manajemen dalam menilai tingkat profitabilitas perusahaan secara menyeluruh.

Dalam analisis kinerja keuangan, Net Profit Margin sering digunakan sebagai alat evaluasi untuk membandingkan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu maupun antar perusahaan dalam industri yang sama. Perbandingan Net Profit Margin antar periode dapat menunjukkan tren profitabilitas perusahaan, apakah mengalami peningkatan, penurunan, atau stabil. Sementara itu, perbandingan dengan perusahaan sejenis dapat memberikan gambaran posisi kompetitif perusahaan dalam industrinya. Perusahaan dengan Net Profit Margin yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya umumnya dianggap memiliki keunggulan kompetitif dalam pengelolaan biaya dan strategi operasional.

Selain itu, Net Profit Margin juga memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan manajerial. Informasi mengenai Net Profit Margin dapat digunakan manajemen untuk mengevaluasi kebijakan harga, efisiensi produksi, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Jika Net Profit Margin mengalami penurunan, manajemen dapat melakukan analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi sumber permasalahan, seperti meningkatnya biaya produksi, penurunan harga jual, atau inefisiensi dalam proses operasional. Dengan demikian, Net Profit Margin berfungsi sebagai alat pengendalian dan perencanaan keuangan yang strategis.

Dari perspektif investor, Net Profit Margin menjadi salah satu indikator utama dalam menilai prospek dan kelayakan suatu perusahaan sebagai objek investasi. Investor cenderung memilih perusahaan yang memiliki Net Profit Margin tinggi dan stabil karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkelanjutan. Stabilitas Net Profit Margin juga menunjukkan bahwa perusahaan memiliki manajemen yang baik dan mampu bertahan dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi dan persaingan pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Net Profit Margin bukan hanya sekadar rasio keuangan, tetapi merupakan indikator komprehensif yang mencerminkan efektivitas operasional, efisiensi biaya, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam

mengenai konsep dan pengertian Net Profit Margin sangat penting dalam analisis kinerja keuangan perusahaan, baik untuk kepentingan akademis maupun praktis.

Net Profit Margin sebagai Rasio Profitabilitas

Net Profit Margin merupakan salah satu rasio profitabilitas yang memiliki peran penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh. Rasio profitabilitas pada dasarnya digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional yang dijalankannya. Dalam kelompok rasio profitabilitas, Net Profit Margin menempati posisi strategis karena menggunakan laba bersih sebagai dasar perhitungan, sehingga mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas perusahaan, baik yang bersifat operasional maupun nonoperasional.

Sebagai rasio profitabilitas, Net Profit Margin memberikan gambaran tentang seberapa besar laba bersih yang dapat dihasilkan perusahaan dari setiap satuan penjualan. Rasio ini menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola pendapatan dan biaya secara keseluruhan. Apabila suatu perusahaan memiliki Net Profit Margin yang tinggi, hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mengendalikan biaya dengan baik serta memiliki strategi bisnis yang

efisien. Sebaliknya, Net Profit Margin yang rendah menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan perusahaan terserap oleh biaya, sehingga laba bersih yang dihasilkan relatif kecil.

Net Profit Margin juga memiliki keunggulan dibandingkan rasio profitabilitas lainnya, seperti Gross Profit Margin dan Operating Profit Margin. Gross Profit Margin hanya memperhitungkan selisih antara penjualan dan harga pokok penjualan, sedangkan Operating Profit Margin hanya mencerminkan laba operasional sebelum bunga dan pajak. Sementara itu, Net Profit Margin memperhitungkan seluruh komponen biaya hingga laba bersih setelah pajak. Oleh karena itu, Net Profit Margin dianggap sebagai rasio yang paling komprehensif dalam menilai tingkat profitabilitas perusahaan.

Dalam praktik analisis keuangan, Net Profit Margin sering digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajemen dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Rasio ini dapat menunjukkan sejauh mana manajemen mampu merancang dan mengimplementasikan kebijakan operasional yang efektif serta mengendalikan berbagai jenis biaya yang timbul. Kinerja manajemen yang baik umumnya tercermin dari Net Profit Margin yang stabil atau meningkat dari waktu ke waktu. Sebaliknya, penurunan Net Profit Margin dapat menjadi indikator awal adanya permasalahan dalam pengelolaan perusahaan yang perlu segera diatasi.

Net Profit Margin juga berperan penting dalam analisis perbandingan antar perusahaan, khususnya dalam industri yang sama. Perbandingan ini memungkinkan analis dan investor untuk menilai posisi kompetitif suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Perusahaan dengan Net Profit Margin yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata industri biasanya dianggap lebih efisien dan memiliki daya saing yang lebih kuat. Namun, perbandingan ini perlu dilakukan dengan hati-hati karena perbedaan karakteristik industri, struktur biaya, dan strategi bisnis dapat memengaruhi tingkat Net Profit Margin.

Selain itu, Net Profit Margin memiliki relevansi yang tinggi dalam pengambilan keputusan investasi. Investor menggunakan rasio ini untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkelanjutan serta potensi pengembalian investasi di masa depan. Perusahaan dengan Net Profit

Margin yang tinggi dan konsisten cenderung lebih menarik bagi investor karena menunjukkan stabilitas keuangan dan kemampuan manajemen dalam mengelola risiko bisnis. Dengan demikian, Net Profit Margin menjadi salah satu indikator utama yang diperhatikan dalam analisis fundamental perusahaan.

Meskipun Net Profit Margin memiliki banyak keunggulan, penggunaan rasio ini sebagai satu-satunya alat analisis profitabilitas memiliki keterbatasan. Nilai Net Profit Margin dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, perubahan kebijakan pajak, serta fluktuasi harga bahan baku. Selain itu,

perbedaan metode akuntansi yang digunakan oleh perusahaan juga dapat memengaruhi perhitungan laba bersih, sehingga berdampak pada nilai Net Profit Margin. Oleh karena itu, Net Profit Margin sebaiknya dianalisis bersama dengan rasio keuangan lainnya agar diperoleh gambaran kinerja keuangan yang lebih akurat dan komprehensif.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Net Profit Margin

Net Profit Margin suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik yang bersumber dari internal perusahaan maupun dari lingkungan eksternal. Faktor-faktor tersebut berperan dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari kegiatan penjualannya. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi Net Profit Margin sangat penting bagi manajemen dalam upaya meningkatkan kinerja keuangan dan menjaga keberlanjutan usaha.

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan dan berada dalam kendali manajemen. Salah satu faktor internal yang paling berpengaruh adalah **struktur biaya** perusahaan. Struktur biaya mencerminkan komposisi biaya tetap dan biaya variabel yang harus ditanggung perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Perusahaan dengan struktur biaya yang efisien cenderung memiliki Net Profit Margin yang lebih tinggi karena mampu menekan biaya tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan. Sebaliknya, struktur biaya yang tidak terkendali dapat menyebabkan laba bersih menurun meskipun penjualan meningkat.

Selain struktur biaya, **efisiensi operasional** juga menjadi faktor penting yang memengaruhi Net Profit Margin. Efisiensi operasional berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya secara optimal, termasuk tenaga kerja, bahan baku, dan teknologi. Perusahaan yang mampu meningkatkan produktivitas dan mengurangi pemborosan dalam proses produksi dan operasional akan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian, peningkatan efisiensi operasional secara langsung berdampak positif terhadap peningkatan Net Profit Margin.

Faktor internal lainnya adalah **kebijakan manajemen dan strategi bisnis** yang diterapkan perusahaan. Kebijakan penetapan harga, strategi pemasaran, serta keputusan investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Penetapan harga yang terlalu rendah dapat meningkatkan volume penjualan, tetapi berpotensi menurunkan Net Profit Margin apabila tidak diimbangi dengan pengendalian biaya. Sebaliknya, strategi penetapan harga yang tepat dapat membantu perusahaan mencapai keseimbangan antara volume penjualan dan tingkat profitabilitas.

Volume penjualan juga menjadi faktor penting dalam menentukan Net Profit Margin. Peningkatan volume penjualan umumnya diharapkan dapat meningkatkan laba bersih, namun hal tersebut tidak selalu terjadi. Apabila peningkatan penjualan disertai dengan peningkatan biaya yang lebih besar, maka Net Profit Margin justru dapat menurun. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa pertumbuhan penjualan diikuti dengan pengelolaan biaya yang efektif agar profitabilitas tetap terjaga.

Selain faktor internal, **faktor eksternal** juga turut memengaruhi Net Profit Margin perusahaan. Salah satu faktor eksternal yang signifikan adalah **tingkat persaingan industri**. Persaingan yang semakin ketat dapat memaksa perusahaan untuk menurunkan harga jual atau meningkatkan biaya pemasaran guna mempertahankan pangsa pasar. Kondisi ini dapat berdampak pada penurunan laba bersih dan Net Profit Margin. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki keunggulan kompetitif yang kuat untuk dapat mempertahankan tingkat profitabilitasnya.

Kondisi ekonomi makro juga berpengaruh terhadap Net Profit Margin perusahaan. Faktor-faktor seperti inflasi, tingkat suku bunga, dan nilai tukar mata uang dapat memengaruhi biaya produksi, daya beli konsumen, serta beban keuangan perusahaan. Misalnya, inflasi yang tinggi dapat meningkatkan biaya bahan baku dan biaya operasional, sehingga menekan laba.

bersih perusahaan. Demikian pula, kenaikan suku bunga dapat meningkatkan beban bunga bagi perusahaan yang memiliki utang, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan Net Profit Margin.

Selain itu, **kebijakan pemerintah dan regulasi** juga dapat memengaruhi Net Profit Margin perusahaan. Perubahan kebijakan perpajakan, peraturan ketenagakerjaan, dan regulasi lingkungan dapat meningkatkan beban biaya yang harus ditanggung perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan regulasi tersebut berpotensi mengalami penurunan laba bersih. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan regulasi menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas Net Profit Margin.

Hasil Studi Literatur Terdahulu

Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai penelitian terdahulu, Net Profit Margin terbukti memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan dengan Net Profit Margin yang tinggi cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik serta tingkat keberlanjutan usaha yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Net Profit Margin dapat digunakan sebagai indikator yang efektif dalam menilai kinerja keuangan perusahaan.

Beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa Net Profit Margin berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan minat investor. Investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan yang mampu mempertahankan Net Profit Margin yang stabil dari waktu ke waktu. Stabilitas ini mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola risiko dan menjaga profitabilitas perusahaan dalam berbagai kondisi ekonomi.

Hasil studi literatur tersebut memperkuat pandangan bahwa Net Profit Margin tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis keuangan, tetapi juga sebagai indikator strategis dalam pengambilan keputusan manajerial dan investasi. Dengan demikian, analisis Net Profit Margin memiliki peran penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan secara komprehensif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan melalui studi literatur, dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang sangat penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Net Profit Margin mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total penjualan setelah memperhitungkan seluruh biaya operasional dan nonoperasional. Rasio ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas manajemen dalam mengelola biaya serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan tingkat profitabilitasnya.

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa Net Profit Margin memiliki peran strategis sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan dengan nilai Net Profit Margin yang tinggi dan stabil cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik, tingkat efisiensi yang tinggi, serta daya saing yang lebih kuat di tengah persaingan bisnis. Sebaliknya, Net Profit Margin yang rendah mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengendalian biaya, struktur keuangan, atau strategi operasional perusahaan.

Selain itu, Net Profit Margin juga berfungsi sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan bagi berbagai pihak, termasuk manajemen, investor, dan kreditor. Bagi manajemen, rasio ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja dan perumusan strategi peningkatan profitabilitas. Bagi investor dan kreditor, Net Profit Margin menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kelayakan investasi dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya. Dengan demikian, Net Profit Margin dapat dijadikan sebagai indikator utama dalam analisis kinerja keuangan perusahaan.

Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Bagi perusahaan, disarankan untuk secara rutin melakukan analisis Net Profit Margin sebagai bagian dari evaluasi kinerja keuangan. Perusahaan juga perlu meningkatkan efisiensi operasional dan pengendalian biaya agar dapat mempertahankan atau meningkatkan tingkat profitabilitasnya. Selain itu, manajemen diharapkan dapat menggunakan informasi Net Profit Margin sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis jangka pendek maupun jangka panjang.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif dan data empiris agar dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai pengaruh Net Profit Margin terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan Net Profit Margin pada berbagai sektor industri atau periode waktu tertentu. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi dan manajemen keuangan.

REFERENSI

- Dermawan, I. (2025). Penelitian karya ilmiah. Bandung: NulisBuku.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). Fundamentals of financial management (15th ed.). Boston: Cengage Learning
- Fahmi, I. (2020). Analisis laporan keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2018). Principles of managerial finance (14th ed.). Pearson Education.
- Hery. (2021). Analisis laporan keuangan. Jakarta: Grasindo.
- Kasmir. (2021). Analisis laporan keuangan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Munawir, S. (2019). Analisis laporan keuangan. Yogyakarta: Liberty.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2022). Corporate finance (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Sartono, A. (2020). Manajemen keuangan teori dan aplikasi. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

**PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN: STUDI KASUS KONDISI FAVORABLE DAN UNFAVORABLE PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

Resna Febriani Halawa, Indra Dermawan.S.Sos.,M.AB

Email: resnahalawa7@gmail.com,
indra.der@gmail.com

**Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Cimahi**

This study examines the role of financial management in improving corporate financial performance through a case study approach under favorable and unfavorable conditions. The background of this research is based on the importance of financial management as a strategic tool in maintaining business sustainability, especially when companies face dynamic economic conditions. This topic was chosen because many companies experience financial performance fluctuations due to ineffective financial planning, control, and decision-making. The objective of this research is to analyze how financial management practices influence financial performance during favorable conditions, such as stable cash flow and profit growth, as well as unfavorable conditions, such as declining sales and increasing operational costs. The research method used is a qualitative descriptive case study, supported by secondary financial data and interviews. The results show that effective financial management contributes significantly to maintaining liquidity, profitability, and solvency during favorable conditions, while in unfavorable conditions it helps minimize losses and supports recovery strategies. The conclusion indicates that adaptive and prudent financial management is essential for sustaining company performance under various economic situations.

Keyword : Financial Management, Financial Performance, Favorable Condition, Unfavorable Condition

ABSTRAK

**PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN: STUDI KASUS KONDISI FAVORABLE DAN UNFAVORABLE PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

Manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam perusahaan yang berperan dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian sumber daya keuangan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan kinerja keuangan perusahaan pada kondisi favorable dan unfavorable yang dipengaruhi oleh kualitas manajemen keuangan. Judul ini dipilih karena banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas keuangan ketika kondisi ekonomi berubah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan perusahaan melalui studi kasus pada perusahaan manufaktur dalam kondisi favorable dan unfavorable. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kondisi favorable, manajemen keuangan yang baik mampu meningkatkan profitabilitas dan efisiensi penggunaan dana. Sementara itu, pada kondisi unfavorable, manajemen keuangan berperan dalam menjaga likuiditas dan meminimalkan risiko kerugian. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa manajemen keuangan yang efektif dan adaptif sangat dibutuhkan untuk menjaga keberlangsungan dan kinerja keuangan perusahaan.

Keyword : *Manajemen Keuangan, Kinerja Keuangan, Kondisi Favorable, Kondisi Unfavorable*

PENDAHULUAN

Manajemen keuangan merupakan aspek krusial dalam pengelolaan perusahaan karena berkaitan langsung dengan pengambilan keputusan strategis yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Fenomena yang sering terjadi di lapangan menunjukkan bahwa banyak perusahaan mengalami penurunan kinerja keuangan bukan hanya karena faktor eksternal, tetapi juga akibat lemahnya pengelolaan keuangan internal. Kondisi favorable ditandai dengan stabilitas ekonomi, peningkatan penjualan, dan arus kas yang positif, sedangkan kondisi unfavorable ditandai dengan penurunan pendapatan, meningkatnya biaya operasional, serta tekanan likuiditas.

Secara teori, manajemen keuangan mencakup fungsi perencanaan keuangan, penganggaran, pengendalian, dan pengambilan keputusan investasi serta pendanaan. Teori manajemen keuangan menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan melalui keputusan keuangan yang tepat. Teori sinyal dan teori agensi juga menjelaskan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan untuk mengurangi risiko dan konflik kepentingan.

Penelitian ini mengambil judul tersebut untuk mengkaji secara mendalam bagaimana praktik manajemen keuangan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi favorable dan unfavorable. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran manajemen keuangan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan pada dua kondisi tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai strategi manajemen keuangan yang efektif serta manfaat penelitian bagi akademisi dan praktisi sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan keuangan.

Dalam praktiknya, manajemen keuangan tidak hanya berkaitan dengan pencatatan dan pelaporan keuangan, tetapi juga mencakup, pengambilan keputusan strategis yang berdampak jangka panjang terhadap keberlangsungan perusahaan. Keputusan terkait investasi, pendanaan, serta kebijakan dividen merupakan bagian manajemen keuangan yang harus disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal ketidaktepatan dalam pengambilan keputusan keuangan dapat menyebabkan masalah serius seperti ketidakseimbangan arus kas, meningkatnya beban utang, hingga penurunan nilai perusahaan.

Fenomena kondisi favorable dan unfavorable menjadi isu yang relevan dalam penelitian manajemen keuangan karena perusahaan tidak selalu berada pada situasi ekonomi yang stabil. Kondisi favorable biasanya ditandai dengan pertumbuhan ekonomi yang positif, meningkatnya permintaan pasar, stabilitas nilai tukar, serta kemudahan akses pendanaan.

Dalam situasi ini, perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk melakukan ekspansi usaha, investasi aset produktif, serta meningkatkan kinerja keuangan secara optimal.

Sebaliknya, kondisi unfavorable seringkali muncul akibat perlambatan ekonomi, penurunan daya beli masyarakat, kenaikan biaya produksi, serta ketidakpastian pasar. Pada kondisi ini perusahaan dituntut untuk mampu melakukan efisiensi, pengendalian biaya, serta pengelolaan risiko secara ketat. Banyak perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan bahkan kebangkrutan karena tidak mampu menyesuaikan strategi manajemen keuangannya dengan perubahan kondisi tersebut.

Perubahan kondisi ekonomi yang tidak menentu menuntut perusahaan untuk memiliki sistem manajemen keuangan yang tangguh dan fleksibel. Dalam praktiknya, perusahaan sering kali dihadapkan pada dilema antara mempertahankan stabilitas keuangan dan mengejar pertumbuhan usaha. Ketidakmampuan dalam mengelola arus kas, struktur biaya, serta keputusan pendanaan dapat memperburuk kondisi keuangan perusahaan, terutama ketika memasuki fase unfavorable.

Fenomena yang sering terjadi menunjukkan bahwa perusahaan dengan sistem manajemen keuangan yang lemah cenderung mengalami penurunan kinerja secara signifikan saat menghadapi tekanan ekonomi. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki perencanaan keuangan yang baik, pengendalian anggaran yang ketat, serta evaluasi kinerja keuangan yang berkelanjutan mampu bertahan bahkan pada kondisi yang tidak

menguntungkan. Hal ini menegaskan bahwa manajemen keuangan bukan sekadar fungsi administratif, melainkan instrumen strategis dalam pengambilan keputusan bisnis.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai gambaran bagaimana peran manajemen keuangan dalam menghadapi perbedaan kondisi tersebut. Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam merumuskan kebijaksanaan keuangan yang adaptif serta bagi akademisi sebagai bahan pengembangan kajian di bidang manajemen keuangan

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam mengenai praktik manajemen keuangan dalam kondisi nyata perusahaan. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang berlokasi di Indonesia dengan periode penelitian tahun 2024–2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan perusahaan, sedangkan sampel penelitian berupa laporan keuangan tahunan dan triwulanan yang merepresentasikan kondisi favorable dan unfavorable. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif, dengan sumber data sekunder berupa laporan keuangan, laporan manajemen, dan publikasi perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi pustaka.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan membandingkan kinerja keuangan perusahaan pada kondisi favorable dan unfavorable. Analisis dilakukan

terhadap rasio keuangan seperti likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas untuk menilai efektivitas manajemen keuangan (Dermawan, 2025).

Dalam penelitian ini, pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena manajemen keuangan secara lebih mendalam dan kontekstual. Studi kasus memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana kebijakan dan praktik manajemen keuangan diterapkan dalam kondisi favorable dan unfavorable yang nyata di lapangan.

Prosedur penelitian dimulai dengan identifikasi kondisi keuangan perusahaan berdasarkan indikator kinerja keuangan, seperti pertumbuhan pendapatan, tingkat laba, dan kondisi arus kas. Selanjutnya, dilakukan pengelompokan periode penelitian ke dalam kondisi favorable dan unfavorable berdasarkan karakteristik tersebut. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara sistematis untuk melihat perbedaan dan persamaan strategi manajemen keuangan pada masing-masing kondisi.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data laporan keuangan, dokumen internal perusahaan, serta hasil kajian literatur yang relevan. Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kondisi favorable, perusahaan memiliki kemampuan arus kas yang stabil sehingga manajemen keuangan dapat fokus pada optimalisasi investasi dan peningkatan laba. Praktik penganggaran yang disiplin serta pengendalian biaya yang efektif mampu meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini sejalan dengan teori manajemen keuangan yang menyatakan bahwa perencanaan dan pengendalian keuangan yang baik akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Sebaliknya, pada kondisi unfavorable, perusahaan menghadapi tekanan penurunan pendapatan dan meningkatnya risiko keuangan. Dalam situasi ini, manajemen keuangan berperan penting dalam menjaga likuiditas melalui pengelolaan kas yang ketat dan penyesuaian anggaran. Temuan di lapangan menunjukkan

bahwa perusahaan yang memiliki sistem manajemen keuangan yang adaptif cenderung lebih mampu bertahan dan melakukan pemulihan kinerja.

Pembahasan ini terintegrasi dengan teori dan data penelitian yang menunjukkan bahwa manajemen keuangan bukan hanya berfungsi pada saat kondisi menguntungkan, tetapi juga menjadi alat strategis dalam menghadapi kondisi yang tidak menguntungkan (Dermawan, 2025).

Teori-Teori Dasar Manajemen Keuangan (Menurut Para Ahli)

1. Teori Keagenan (Agency Theory - Jensen & Meckling): Menekankan pada konflik kepentingan antara principal (pemegang saham) dan agent (manajemen). Manajemen keuangan yang baik (melalui mekanisme Corporate Governance) dapat meminimalkan agensi biaya dan meningkatkan kinerja keuangan.
2. Teori Signal (Signalling Theory - Ross): Kebijakan keuangan (seperti dividen atau utang) merupakan sinyal yang diberikan manajer kepada pasar. Pengelolaan keuangan yang efisien pada perusahaan manufaktur mengirimkan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan, yang meningkatkan nilai perusahaan.
3. Teori Struktur Modal (Capital Structure Theory - Modigliani-Miller/Myers): Berkaitan dengan pemilihan antara utang (leverage) dan ekuitas. Pengelolaan leverage yang tepat memengaruhi risiko dan profitabilitas.
4. Teori Manajemen Modal Kerja (Working Capital Management Theory): Menekankan efisiensi pengelolaan aktiva lancar dan kewajiban lancar. Efisiensi manajemen modal kerja (perputaran kas, piutang, dan persediaan) berdampak signifikan pada profitabilitas perusahaan manufaktur.

Manajemen Keuangan pada Kondisi Favorable

Pada kondisi favorable, perusahaan umumnya berada dalam situasi keuangan yang relatif stabil dengan tingkat profitabilitas yang baik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen keuangan lebih berfokus pada pengembangan usaha dan peningkatan nilai perusahaan. Strategi yang diterapkan meliputi optimalisasi struktur modal, peningkatan investasi pada aset produktif, serta perencanaan keuangan jangka panjang.

Manajemen kas yang efektif memungkinkan perusahaan untuk menjaga likuiditas sekaligus memanfaatkan peluang investasi. Perusahaan dengan manajemen keuangan yang baik mampu mengalokasikan dana secara efisien sehingga tidak terjadi penumpukan dana menganggur. Hal ini mendukung teori manajemen keuangan yang menyatakan bahwa efisiensi penggunaan dana akan berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (Dermawan, 2025).

Manajemen Keuangan pada Kondisi Unfavorable

Pada kondisi unfavorable, tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah menjaga stabilitas keuangan dan kelangsungan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen keuangan lebih difokuskan pada pengendalian biaya, pengelolaan arus kas, serta pengurangan risiko keuangan. Perusahaan cenderung menunda investasi jangka panjang dan memprioritaskan kebutuhan operasional yang bersifat mendesak.

Strategi restrukturisasi keuangan, seperti renegosiasi utang dan penyesuaian anggaran, menjadi langkah penting dalam menghadapi kondisi ini. Perusahaan yang memiliki sistem pengendalian internal yang kuat terbukti lebih mampu bertahan dibandingkan perusahaan yang manajemen keuangannya lemah. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa manajemen keuangan memiliki peran strategis dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi.

Pengaruh Manajemen Keuangan pada Kondisi Favorable

Dalam kondisi ekonomi yang baik (favorable), seperti permintaan pasar tinggi dan biaya bahan baku stabil:

1. Optimalisasi Kas: Manajemen kas yang efisien memaksimalkan penggunaan dana untuk ekspansi dan investasi produktif, meningkatkan ROI.
2. Manajemen Modal Kerja: Perputaran persediaan yang cepat (tinggi) meningkatkan likuiditas dan keuntungan.

3. Struktur Modal: Penggunaan utang yang terkontrol memungkinkan perusahaan membiayai pertumbuhan cepat tanpa risiko likuiditas.

Pengaruh Manajemen Keuangan pada Kondisi Unfavorable

Kondisi unfavorable adalah situasi di mana lingkungan bisnis berada dalam keadaan tidak menguntungkan, baik akibat faktor internal maupun eksternal perusahaan. Kondisi ini sering muncul dalam bentuk krisis ekonomi, perlambatan bisnis, atau gangguan sistemik yang memengaruhi stabilitas keuangan perusahaan.

Beberapa contoh kondisi unfavorable antara lain:

- a) Penurunan permintaan pasar secara signifikan
- b) Inflasi tinggi yang meningkatkan biaya produksi
- c) Gangguan rantai pasok global atau domestik
- d) Kenaikan suku bunga dan nilai tukar
- e) Ketidakpastian ekonomi dan politik

Dalam situasi tersebut, manajemen keuangan menjadi fungsi yang sangat menentukan apakah perusahaan mampu bertahan atau justru mengalami kegagalan.

Peran Manajemen Keuangan dalam Kondisi Unfavorable

Manajemen keuangan berperan sebagai pengendali utama sumber daya keuangan perusahaan. Pada kondisi unfavorable, fokus manajemen keuangan tidak lagi pada ekspansi atau pertumbuhan agresif, melainkan pada perlindungan aset, kelangsungan usaha, dan stabilitas keuangan

Peran utama manajemen keuangan dalam kondisi ini meliputi:

1. Menjaga arus kas perusahaan
2. Mengelola kewajiban jangka pendek dan jangka panjang
3. Menekan biaya operasional
4. Mengendalikan risiko keuangan
5. Menentukan struktur pendanaan yang aman

Pentingnya Likuiditas dalam Kondisi Unfavorable

- Konsep Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tepat waktu tanpa mengganggu operasional. Indikator utama likuiditas meliputi:

- a) Current Ratio (Rasio Lancar)
- b) Quick Ratio
- c) Cash Ratio

Di masa krisis, likuiditas menjadi indikator kesehatan keuangan paling kritis karena arus kas masuk biasanya mengalami penurunan.

- Likuiditas sebagai Penentu Kelangsungan Operasional Pada kondisi unfavorable

- a) Penjualan menurun → kas masuk berkurang
- b) Biaya tetap (gaji, listrik, sewa, bunga) tetap harus dibayar
- c) Akses pinjaman menjadi lebih ketat

Oleh karena itu, manajemen keuangan harus:

- a) Menjaga saldo kas minimum operasional
- b) Mempercepat penagihan piutang usaha
- c) Menunda pengeluaran yang tidak mendesak

d) Mengelola jatuh tempo utang jangka pendek Ketidakmampuan menjaga likuiditas akan menyebabkan:

- a) Keterlambatan pembayaran utang
- b) Penurunan kepercayaan kreditur
- c) Potensi gagal bayar dan kebangkrutan

- Peran Current Ratio dalam Kondisi Krisis

Rasio lancar yang sehat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aset lancar yang cukup untuk menutup kewajiban jangka pendek. Namun, dalam kondisi krisis:

- a) Rasio terlalu rendah → risiko likuiditas tinggi

b) Rasio terlalu tinggi → aset tidak produktif

Manajemen keuangan harus menjaga keseimbangan agar likuiditas tetap aman namun tidak mengorbankan efisiensi.

Efisiensi Biaya sebagai Strategi Bertahan

- Pengertian Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya adalah upaya mengendalikan dan menekan pengeluaran agar penggunaan dana sesuai dengan kebutuhan dan prioritas perusahaan. Dalam kondisi unfavorable, efisiensi biaya menjadi strategi utama untuk mencegah kerugian yang lebih besar.

- Dampak Manajemen Biaya yang Buruk

Manajemen keuangan yang tidak efektif dalam mengendalikan biaya dapat menyebabkan:

- a) Pengeluaran tidak terkontrol
- b) Pemborosan dana operasional
- c) Kas terikat pada persediaan yang tidak laku (dead stock)
- d) Penurunan laba secara signifikan

Kondisi tersebut akan memperburuk arus kas dan mempercepat kerugian perusahaan.

- Pengelolaan Persediaan dalam Kondisi Unfavorable

Persediaan merupakan salah satu komponen modal kerja yang paling berisiko dalam masa krisis. Persediaan yang berlebih akan:

- a) Mengikat kas perusahaan
- b) Meningkatkan biaya penyimpanan
- c) Menimbulkan risiko penurunan nilai

Manajemen keuangan yang baik akan:

- a) Menyesuaikan volume produksi dengan permintaan
 - b) Mengoptimalkan perputaran persediaan
 - c) Mengurangi persediaan mati melalui diskon atau clearance
- Strategi Efisiensi Biaya

Beberapa strategi efisiensi biaya dalam kondisi unfavorable meliputi:

- a) Evaluasi dan pengurangan biaya tetap
- b) Penundaan investasi non-prioritas

- c) Negosiasi ulang kontrak pemasok
- d) Otomatisasi dan digitalisasi proses
- e) Pengendalian anggaran yang ketat

Efisiensi biaya yang baik membantu perusahaan mempertahankan margin dan memperpanjang daya tahan finansial.

Manajemen Risiko Keuangan dalam Kondisi Unfavorable

- Jenis Risiko Keuangan yang Meningkat

Dalam kondisi unfavorable, perusahaan menghadapi berbagai risiko keuangan, antara lain:

a) Risiko Likuiditas: Risiko ketidakmampuan perusahaan memenuhi kewajiban arus kas jangka pendek yang jatuh tempo, baik karena ketidakmampuan mencairkan aset dengan cepat (likuiditas pasar) atau ketidaktersediaan dana tunai (likuiditas pendanaan).

b) Risiko Kredit: Risiko kerugian akibat kegagalan pihak lawan (peminjam/mitra bisnis) dalam memenuhi kewajiban kontraktual untuk membayar kembali pinjaman atau bunga tepat waktu.

c) Risiko Suku Bunga: Risiko kerugian pada posisi keuangan, pendapatan, atau modal akibat pergerakan suku bunga pasar yang tidak menguntungkan.

d) Risiko Nilai Tukar (Mata Uang): Risiko kerugian akibat fluktuasi kurs mata uang asing yang mempengaruhi nilai aset, liabilitas, atau transaksi valuta asing.

e) Risiko Kebangkrutan (Risiko Insolvensi): Risiko tertinggi di mana perusahaan tidak lagi mampu menutupi utang-utangnya dengan aset yang dimiliki, yang berujung pada penghentian operasional atau kepailitan. Manajemen keuangan harus mampu mengidentifikasi dan mengelola risiko-risiko tersebut secara sistematis.

- Struktur Modal dan Leverage

Struktur modal menunjukkan proporsi antara utang dan modal sendiri. Pada kondisi krisis:

- a) Leverage tinggi meningkatkan beban bunga
- b) Arus kas tertekan oleh kewajiban utang
- c) Fleksibilitas keuangan menurun

Perusahaan dengan tingkat utang tinggi akan lebih rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi.

- Dampak Leverage Tinggi terhadap Risiko Kebangkrutan*

Leverage yang tinggi dalam kondisi unfavorable dapat menyebabkan:

- a) Ketidakmampuan membayar bunga dan pokok utang
- b) Pelanggaran perjanjian utang (covenant)
- c) Penurunan peringkat kredit
- d) Kebangkrutan atau restrukturisasi paksa

Oleh karena itu, manajemen keuangan harus menerapkan kebijakan pendanaan yang konservatif.

- Strategi Manajemen Risiko

Beberapa strategi manajemen risiko keuangan meliputi:

- a) Restrukturisasi utang
- b) Penyesuaian struktur modal
- c) Diversifikasi sumber pendanaan
- d) Penggunaan lindung nilai (hedging)
- e) Penyusunan dana cadangan (buffer cash)

Dampak Keseluruhan Manajemen Keuangan pada Kondisi Unfavorable

- Dampak Positif Manajemen Keuangan yang Baik

- a) Perusahaan mampu bertahan di tengah krisis
- b) Risiko kebangkrutan dapat ditekan
- c) Stabilitas keuangan terjaga
- d) Kepercayaan investor dan kreditur meningkat

- Dampak Negatif Manajemen Keuangan yang Buruk

- a) Kerugian berkelanjutan
- b) Krisis likuiditas
- c) Penurunan nilai perusahaan
- d) Kebangkrutan

Rasio Keuangan Utama dalam Kinerja Manufaktur

Perusahaan manufaktur memiliki karakteristik operasi yang kompleks karena melibatkan proses produksi, pengelolaan persediaan, penggunaan aset tetap dalam jumlah besar, serta kebutuhan modal kerja yang tinggi. Oleh karena itu, *kinerja keuangan perusahaan manufaktur sangat dipengaruhi oleh efektivitas manajemen keuangan* dalam mengelola aset, kewajiban, dan sumber dana.

Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa dari sekian banyak rasio keuangan, tiga komponen utama manajemen keuangan yang paling berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur adalah:

1. Likuiditas
2. Aktivitas
3. Profitabilitas

Ketiga rasio ini saling berkaitan dan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk bertahan, beroperasi secara efisien, dan menghasilkan laba.

Rasio Likuiditas: Current Ratio

- Pengertian Likuiditas

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek menggunakan aset lancar yang dimilikinya. Bagi perusahaan manufaktur, likuiditas sangat penting karena:

- a) Siklus produksi relatif panjang
- b) Dana banyak tertanam dalam persediaan

c) Arus kas sering tidak langsung diterima

Rasio likuiditas menjadi indikator awal kesehatan keuangan perusahaan.

- Current Ratio

Current Ratio (Rasio Lancar) dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Liabilitas Lancar}}$$

Rasio ini menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menutup kewajiban jangka pendek dengan aset lancarnya.

- Peran Current Ratio dalam Kinerja Manufaktur Dalam perusahaan manufaktur:

- a. Aset lancar terdiri dari kas, piutang usaha, dan persediaan
- b. Liabilitas lancar meliputi utang dagang, utang bank jangka pendek, dan biaya akrual

Current ratio yang memadai menunjukkan:

- c) Operasional berjalan lancar
- d) Tidak ada tekanan likuiditas
- e) Perusahaan mampu membeli bahan baku dan membayar tenaga kerja

- Dampak Current Ratio yang Terlalu Rendah Jika current ratio terlalu rendah:

- a) Perusahaan kesulitan membayar utang jangka pendek
- b) Risiko gagal bayar meningkat
- c) Operasional produksi dapat terganggu

Hal ini akan berdampak negatif pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

- Dampak Current Ratio yang Terlalu Tinggi*

Sebaliknya, current ratio yang terlalu tinggi juga tidak selalu baik karena:

- a) Kas menganggur tidak produktif
- b) Persediaan menumpuk
- c) Efisiensi penggunaan aset rendah

Kondisi ini dapat menurunkan tingkat profitabilitas.

Rasio Aktivitas: Inventory Turnover

- Pengertian Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan asetnya secara efisien untuk menghasilkan penjualan. Pada perusahaan manufaktur, persediaan merupakan komponen aset terbesar dan paling krusial*.

- Inventory Turnover

Inventory Turnover (Perputaran Persediaan) dihitung dengan rumus:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan (HPP)}}{\text{Rata-rata Persediaan}}$$

Rasio ini menunjukkan seberapa cepat persediaan berputar menjadi produk jadi dan terjual.

- Peran Inventory Turnover dalam Kinerja Manufaktur Inventory turnover yang tinggi menunjukkan:

- a) Proses produksi efisien
- b) Permintaan pasar stabil
- c) Manajemen persediaan efektif

Sebaliknya, inventory turnover yang rendah menunjukkan:

- a) Penumpukan persediaan
- b) Produksi tidak sesuai permintaan
- c) Risiko persediaan usang

- Hubungan Inventory Turnover dengan Biaya

Persediaan yang lambat berputar akan:

- a) Mengikat modal kerja
- b) Meningkatkan biaya penyimpanan
- c) Menurunkan likuiditas

Dengan demikian, efisiensi persediaan sangat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.

- Pengaruh Inventory Turnover terhadap Profitabilitas Inventory turnover yang optimal:

- a) Mengurangi biaya operasional
- b) Mempercepat arus kas
- c) Meningkatkan laba

Oleh karena itu, rasio aktivitas ini memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap profitabilitas perusahaan.

Rasio Profitabilitas: Return on Assets (ROA)

- Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimilikinya. Bagi investor dan manajemen, profitabilitas merupakan indikator utama keberhasilan perusahaan.

- Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA)* dihitung dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Total Aset

ROA mengukur seberapa efektif seluruh aset perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba.

- ROA sebagai Indikator Utama Keberhasilan Dalam perusahaan manufaktur:

- a) Aset tetap (mesin, pabrik) bernilai besar
- b) Investasi jangka panjang dominan

ROA yang tinggi menunjukkan:

- a) Aset digunakan secara efisien
- b) Produksi menghasilkan nilai tambah
- c) Manajemen operasional berjalan efektif

- Faktor yang Mempengaruhi ROA ROA dipengaruhi oleh:

- a) Efisiensi operasional

- b) Struktur biaya produksi

- c) Perputaran aset

- d) Kebijakan pendanaan

- e) Manajemen persediaan dan piutang

Dengan demikian, ROA merupakan hasil akhir dari kinerja likuiditas dan aktivitas perusahaan.

- Hubungan ROA dengan Nilai Perusahaan ROA yang tinggi:

- a) Meningkatkan kepercayaan investor
- b) Menarik investasi baru
- c) Meningkatkan nilai perusahaan

Sebaliknya, ROA yang rendah mencerminkan:

- a) Inefisiensi penggunaan aset
- b) Penurunan daya saing
- c) Masalah struktural dalam operasi perusahaan

Keterkaitan Antar Rasio Keuangan

- Ketiga rasio utama ini saling berkaitan:

- a) Likuiditas menjaga kelancaran operasional
- b) Aktivitas memastikan efisiensi penggunaan aset
- c) Profitabilitas mencerminkan hasil akhir kinerja

Manajemen keuangan yang baik harus mampu *menyeimbangkan ketiga rasio tersebut* agar kinerja perusahaan manufaktur optimal.

Perbandingan Kondisi Favorable dan Unfavorable

Perbedaan utama antara kondisi favorable dan unfavorable terletak pada fokus dan prioritas manajemen keuangan. Pada kondisi favorable, orientasi manajemen keuangan lebih bersifat ekspansif dan berorientasi pada pertumbuhan. Sementara itu, pada kondisi unfavorable, orientasi berubah menjadi defensif dengan tujuan utama menjaga kelangsungan usaha.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa prinsip dasar manajemen keuangan, seperti perencanaan, pengendalian, dan evaluasi, tetap diperlukan pada kedua kondisi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen keuangan yang efektif harus bersifat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Studi Kasus Manajemen Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur (Favorable & Unfavorable)

Sebagai bagian dari penerapan manajemen keuangan, perusahaan manufaktur PT Maju Sejahtera Industri melakukan evaluasi anggaran biaya produksi dan operasional pada Periode Januari 2025. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas pengendalian keuangan pada kondisi favorable dan unfavorable.

Manajemen perusahaan membandingkan anggaran dengan realisasi biaya untuk menentukan selisih yang terjadi serta mengklasifikasikannya ke dalam kondisi favorable atau unfavorable.

Hitunglah total biaya operasinol

Data Anggaran dan Realisasi Biaya tahun anggaran 2025 Bulan Februari menggunakan data analisis varian dan biaya:

	<u>Anggaran</u>	<u>Realisasi</u>
Biaya produksi dan variable	Rp15.000.000	Rp14.000.000
Biaya produksi tetap	Rp10.000.000	Rp10.500.000
Biaya administrasi dan variable tetap	Rp12.000.000	Rp12.800.000
Biaya umum dan adm variable	Rp8.000.000	Rp7.500.000
Biaya operasi lain variable	Rp6.000.000	Rp6.400.000
Biaya operasi tetap	Rp4.000.000	Rp4.000.000

Hitunglah total biaya operasi anggaran realisasi dan selisih dengan batas penyimpangan dan beri keterangan menguntungkan favorable dan tidak menguntungkan unfavorable:

No	Tanggal	Jenis biaya Produksi & Operasional	Anggaran	Realisasi	Selisih	Ket
1	Feb 2025	Biaya produksi Dan Variabel	Rp15.000.000	Rp14.000.000	Rp.1.000.000	Favorable
2	Feb 2025	Biaya Produksi Tetap	Rp10.000.000	Rp10.500.000	Rp500.000	Unfavorable
3	Feb 2025	Biaya umum dan administrasi variabel	Rp12.000.000	Rp12.800.000	Rp800.000	Unfavorable

4	Feb 2025	Biaya umum dan administrasi variable tetap	Rp8.000.000	Rp7.500.000	Rp500.000	Favorable
5	Feb 2025	Biaya operasi lain variabel	Rp6.000.000	Rp6.400.000	Rp400.000	Unfavorable
6	Feb 2025	Biaya operasi Variabel tetap	Rp4.000.000	Rp4.000.000	Rp0	Sesuai Anggaran

Perhitungan

a. Total Anggaran

$Rp15.000.000 + Rp10.000.000 + Rp12.000.000 + Rp8.000.000 + Rp6.000.000 + Rp4.000.000 = Rp55.000.000$

b. Total Realisasi

$Rp14.000.000 + Rp10.500.00 + 12.800.000 + Rp7.500.000 + Rp6.400.000 + Rp4.000.000 = Rp55.200.000$

c. Total Selisih Anggaran

Total Realisasi - Total anggaran $Rp55.200.000 - Rp55.000.000 = Rp200.000$ (unfavorable)

d. Total Selisih $Rp1.000.000 + Rp500.000 + Rp800.000 + Rp500.000 + Rp400.000 = Rp3.200.000$

Analisis Kondisi Favorable dan Unfavorable (untuk pembahasan jurnal)

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa Perusahaan manufaktur mengalami kombinasi kondisi favorable dan unfavorable. Selisih favorable terjadi pada biaya produksi variable dan biaya administrasi tetap, yang menunjukkan adanya efisiensi penggunaan bahan baku dan pengendalian biaya tetap yang baik.

Sebaliknya, kondisi unfavorable terjadi pada beberapa biaya variabel dan biaya produksi tetap akibat meningkatnya harga bahan baku dan biaya pemeliharaan mesin produksi. Meskipun demikian, total selisih anggaran hanya menunjukkan penyimpangan kecil, yang menandakan bahwa manajemen keuangan perusahaan masih berjalan secara efektif dan terkendali.

Temuan ini mendukung teori dalam jurnal bahwa manajemen keuangan berperan penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan baik pada kondisi favorable maupun unfavorable, khususnya melalui pengendalian anggaran dan evaluasi realisasi biaya secara berkala (Dermawan, 2025)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan baik pada kondisi favorable maupun unfavorable. Manajemen keuangan yang efektif mampu meningkatkan profitabilitas dan efisiensi pada kondisi favorable serta menjaga stabilitas dan meminimalkan risiko pada kondisi unfavorable.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kinerja keuangan perusahaan pada kondisi favorable maupun unfavorable. Pada kondisi favorable, manajemen keuangan yang baik mampu mendorong pertumbuhan dan meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, pada kondisi unfavorable, manajemen keuangan berfungsi sebagai alat pengendalian dan mitigasi risiko untuk menjaga stabilitas keuangan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip manajemen keuangan secara konsisten dan adaptif cenderung lebih mampu menghadapi perubahan kondisi ekonomi. Dengan demikian, manajemen keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan bisnis.

Saran yang dapat diberikan adalah agar perusahaan terus meningkatkan kualitas manajemen keuangan melalui perencanaan yang matang, pengendalian yang ketat, serta evaluasi kinerja keuangan secara berkala. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau memperluas objek penelitian pada sektor industri yang berbeda. Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan adalah agar terus meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di bidang keuangan serta mengembangkan sistem pengelolaan keuangan yang terintegrasi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif atau menambah variabel lain seperti manajemen risiko dan tata kelola perusahaan.

Referensi

- Dermawan, I. (2025). Penelitian Karya Ilmiah. Bandung: NulisBuku.
Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2018). Manajemen Keuangan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Sutrisno. (2017). Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi. Yogyakarta: Ekonisia.
Munawir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty

PENINGKATAN PROFIT PADA CV PUSTAKA MANDIRI PERCETAKAN BUKU: ANALISIS FAKTOR FAVORABLE DAN UNFAVORABLE DALAM BIDANG PEMASARAN

Dewi Larasati³ & H. Indra Dermawan,S.Sos.,M.AB⁴

Email : dlalaras25@gmail.com & indra.der@gmail.com

**Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Cimahi**

This study aims to analyze favorable and unfavorable factors in the marketing field that influence profit improvement at CV Pustaka Mandiri Book Printing. The research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with the business owner, marketing staff, and loyal customers, supported by direct observation and documentation. The results indicate that favorable factors such as product quality, competitive pricing, good customer relationships, timely service, and word-of-mouth promotion play an important role in maintaining profit stability and customer loyalty. Meanwhile, unfavorable factors include limited utilization of digital marketing, intense price competition, seasonal demand patterns, and limited promotional strategies, which hinder market expansion and profit growth. The study concludes that adaptive marketing strategies, particularly those based on digital technology utilization, are essential to optimize favorable factors and minimize unfavorable factors in order to achieve sustainable profit growth in the printing industry.

Keywords: *Marketing, Favorable Factors, Unfavorable Factors, Profit, Printing Industry*

PENINGKATAN PROFIT PADA CV PUSTAKA MANDIRI PERCETAKAN BUKU: ANALISIS FAKTOR FAVORABLE DAN UNFAVORABLE DALAM BIDANG PEMASARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor favorable dan unfavorable dalam bidang pemasaran yang memengaruhi peningkatan profit pada CV Pustaka Mandiri Percetakan Buku. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, bagian pemasaran, serta pelanggan tetap, yang didukung oleh observasi langsung dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor favorable seperti kualitas produk, harga yang kompetitif, hubungan pelanggan yang baik, ketepatan waktu pelayanan, serta promosi dari mulut ke mulut berperan penting dalam menjaga stabilitas profit dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, faktor unfavorable meliputi kurangnya pemanfaatan digital marketing, persaingan harga yang ketat, pola permintaan yang bersifat musiman, serta strategi promosi yang terbatas sehingga menghambat perluasan pasar dan peningkatan profit. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang adaptif, khususnya berbasis pemanfaatan teknologi digital, sangat diperlukan untuk mengoptimalkan faktor favorable dan meminimalkan faktor unfavorable guna mencapai pertumbuhan profit yang berkelanjutan pada industri percetakan.

Kata Kunci: *Pemasaran, Faktor Favorable, Faktor Unfavorable, Profit, Industri Percetakan*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan dan administrasi di Indonesia mendorong meningkatnya kebutuhan akan jasa percetakan buku dan dokumen. Buku ajar, modul pembelajaran, laporan administrasi, serta berbagai dokumen institusi masih menjadi kebutuhan utama meskipun era digital terus berkembang. Kondisi ini menjadikan industri percetakan tetap memiliki peran strategis dalam menunjang aktivitas pendidikan, pemerintahan, dan sektor swasta. Industri percetakan buku pada saat ini menghadapi tantangan yang semakin

³ Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

⁴ Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

kompleks. Di satu sisi, permintaan terhadap jasa percetakan masih relatif stabil, khususnya dari institusi pendidikan dan instansi pemerintah. Namun di sisi lain, jumlah usaha percetakan terus bertambah sehingga tingkat persaingan menjadi semakin ketat. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga pada kualitas produk, kecepatan pelayanan, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan.

Dalam kondisi persaingan yang tinggi, perusahaan percetakan dituntut untuk mampu menyusun strategi pemasaran yang efektif agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan profit. Pemasaran tidak lagi dipahami hanya sebagai kegiatan menjual produk, melainkan sebagai proses menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan strategi pemasarannya dengan dinamika pasar berpotensi mengalami penurunan kinerja keuangan. CV Pustaka Mandiri merupakan salah satu usaha percetakan buku yang melayani kebutuhan sekolah, instansi, dan masyarakat umum. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, CV Pustaka Mandiri sangat bergantung pada kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan menghadapi berbagai faktor pemasaran yang dapat bersifat mendukung (*favorable*) maupun menghambat (*unfavorable*) pencapaian profit.

Faktor *favorable* dalam pemasaran dapat berupa kualitas produk yang baik, harga yang kompetitif, pelayanan yang memuaskan, serta hubungan yang harmonis dengan pelanggan. Faktor-faktor tersebut berpotensi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan profit perusahaan. Sebaliknya, faktor *unfavorable* seperti keterbatasan promosi, kurangnya pemanfaatan teknologi pemasaran, persaingan harga yang ketat, serta pola permintaan yang bersifat musiman dapat menjadi penghambat dalam pengembangan pasar dan pertumbuhan profit.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Definisi ini menegaskan bahwa pemasaran memiliki peran strategis dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, kualitas produk yang baik sekalipun tidak akan mampu menghasilkan profit yang optimal.

Selain itu, Tjiptono (2017) menekankan bahwa pemasaran jasa memiliki karakteristik khusus, seperti tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan dari penyedia jasa, serta sangat bergantung pada kualitas pelayanan. Dalam konteks industri percetakan, kualitas hasil cetak dan pelayanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi persepsi pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan percetakan perlu memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran jasanya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan profit. Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara spesifik membahas faktor *favorable* dan *unfavorable* dalam pemasaran pada usaha percetakan skala kecil dan menengah, khususnya di tingkat lokal. Padahal, karakteristik usaha percetakan skala menengah memiliki tantangan yang berbeda dibandingkan perusahaan besar, terutama dalam hal sumber daya dan pemanfaatan teknologi.

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu bagaimana faktor-faktor pemasaran yang bersifat *favorable* dan *unfavorable* memengaruhi peningkatan profit pada usaha percetakan buku. Penelitian ini menjadi penting karena memberikan gambaran empiris mengenai kondisi pemasaran yang dihadapi oleh CV Pustaka Mandiri, serta bagaimana perusahaan mengelola peluang dan tantangan dalam mencapai tujuan keuangan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai pemasaran jasa, khususnya pada industri percetakan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha percetakan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan lingkungan bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis faktor favorable dan unfavorable dalam bidang pemasaran yang memengaruhi peningkatan profit pada CV Pustaka Mandiri Percetakan Buku. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, perusahaan diharapkan mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki serta meminimalkan hambatan dalam upaya meningkatkan profit secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan **metode kualitatif deskriptif**, yaitu metode yang menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang terjadi pada subjek penelitian, dengan tujuan menggambarkan kondisi, pola, dan faktor-faktor yang memengaruhi profit CV Pustaka Mandiri secara sistematis. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini lebih menekankan pada penjelasan dan interpretasi terhadap data non-numerik, seperti pengalaman, opini, dan praktik manajerial yang terkait dengan strategi pemasaran dan faktor-faktor yang memengaruhi profit perusahaan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di **CV Pustaka Mandiri**, yang bergerak dalam jasa percetakan buku. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun **2026**, dengan fokus pada kegiatan operasional dan pemasaran perusahaan serta interaksi dengan pelanggan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi dan kemampuan perusahaan sebagai representasi studi kasus dalam industri percetakan skala menengah.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian meliputi:

1. **Pemilik usaha**, sebagai pihak yang memiliki otoritas dalam pengambilan keputusan strategis.
2. **Bagian pemasaran**, yang bertanggung jawab dalam kegiatan promosi, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan relasi dengan pelanggan.
3. **Sekolah/instansi**, sebagai pelanggan utama yang memberikan perspektif tentang kualitas layanan, kepuasan, dan alasan mereka memilih CV Pustaka Mandiri sebagai penyedia jasa percetakan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. **Data primer**, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian melalui wawancara mendalam dan observasi langsung di lapangan. Data primer ini memberikan informasi mendetail mengenai praktik pemasaran, pola permintaan, dan faktor internal yang memengaruhi profit perusahaan.
2. **Data sekunder**, yaitu data yang diperoleh dari dokumen perusahaan seperti arsip penjualan, catatan pelanggan, laporan keuangan, dan dokumen terkait lainnya. Data sekunder digunakan untuk mendukung validitas temuan dari data primer dan memberikan gambaran historis mengenai kinerja perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

1. **Wawancara mendalam (in-depth interview)**, dilakukan kepada pemilik usaha dan bagian pemasaran untuk memperoleh informasi secara rinci tentang strategi pemasaran, faktor-faktor favorable dan unfavorable, serta tantangan yang dihadapi perusahaan.
2. **Observasi langsung**, yaitu pengamatan aktivitas operasional dan interaksi dengan pelanggan untuk memahami kondisi nyata di lapangan, termasuk proses pelayanan dan respons konsumen terhadap promosi perusahaan.
3. **Dokumentasi**, berupa pengumpulan arsip penjualan, catatan pelanggan, dan dokumen lain yang relevan untuk memperkuat temuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan **Miles & Huberman (1994)**, yang terdiri dari tiga tahap utama:

1. **Reduksi data (data reduction)**: proses memilih, memilih, dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Tahap ini membantu menyaring informasi penting dari data yang banyak dan kompleks.
2. **Penyajian data (data display)**: menyajikan data dalam bentuk narasi, tabel, diagram, atau bagan yang memudahkan pemahaman hubungan antarvariabel dan pola yang muncul.
3. **Penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification)**: tahap akhir yang dilakukan untuk menyimpulkan temuan penelitian, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi profit, serta memberikan interpretasi berdasarkan data yang diperoleh.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang **komprehensif dan akurat** mengenai kondisi CV Pustaka Mandiri, termasuk faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi profit, sekaligus memberikan dasar rekomendasi strategis untuk peningkatan kinerja perusahaan di masa mendatang.

PEMBAHASAN

CV Pustaka Mandiri merupakan perusahaan percetakan buku yang bergerak dalam penyediaan jasa cetak buku pendidikan, administrasi, serta kebutuhan instansi. Sebagai usaha yang beroperasi pada sektor jasa, keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan. Pemasaran tidak hanya berfungsi untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan lama agar tercipta keberlanjutan profit. Dalam konteks industri percetakan, karakteristik pasar cenderung kompetitif dengan tingkat persaingan yang tinggi, terutama pada aspek harga dan kualitas. Banyaknya usaha percetakan dengan skala kecil hingga menengah menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola faktor-faktor yang mendukung (favorable) serta meminimalkan faktor-faktor penghambat (unfavorable) dalam kegiatan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Pustaka Mandiri memiliki sejumlah kekuatan internal yang mendukung peningkatan profit, namun juga menghadapi tantangan pemasaran yang berpotensi menghambat pertumbuhan usaha jika tidak ditangani secara strategis.

1. Faktor Favorable dalam Bidang Pemasaran

Kualitas Produk sebagai Faktor Utama Peningkatan Profit

Kualitas produk merupakan faktor favorable paling dominan dalam menunjang peningkatan profit CV Pustaka Mandiri. Kualitas hasil cetakan yang rapi, tinta yang tidak mudah luntur, serta penggunaan bahan kertas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dalam industri percetakan, kualitas produk menjadi indikator utama kepuasan pelanggan karena berhubungan langsung dengan fungsi dan estetika buku yang dicetak.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan atribut lainnya. Kualitas yang konsisten akan membentuk persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Hal ini terlihat pada CV Pustaka Mandiri, di mana pelanggan institusi seperti sekolah dan instansi pemerintah cenderung melakukan pemesanan ulang setiap tahun.

Kualitas produk yang baik juga mengurangi risiko komplain, retur, dan biaya perbaikan, sehingga secara tidak langsung menekan biaya operasional. Dengan demikian, kualitas tidak hanya berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga berpengaruh terhadap efisiensi biaya dan peningkatan profit perusahaan.

2. Harga Kompetitif sebagai Daya Tarik Konsumen

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian jasa percetakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Pustaka Mandiri menerapkan strategi harga yang relatif kompetitif dibandingkan pesaing di wilayah sekitarnya. Strategi ini menjadi daya tarik utama bagi pelanggan, khususnya sekolah dan instansi yang memiliki keterbatasan anggaran. Tjiptono (2017) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan biaya. Oleh karena itu, penetapan harga harus mempertimbangkan keseimbangan antara daya beli konsumen dan margin keuntungan perusahaan. Harga yang kompetitif memungkinkan CV Pustaka Mandiri mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru melalui rekomendasi. Meskipun margin keuntungan per unit relatif kecil, volume pemesanan yang stabil mampu menjaga keberlangsungan profit perusahaan. Strategi ini sesuai dengan pendekatan penetrasi pasar, di mana perusahaan berfokus pada peningkatan volume penjualan.

3. Hubungan Baik dengan Pelanggan (Relationship Marketing)

Hubungan baik dengan pelanggan merupakan faktor favorable yang memberikan kontribusi signifikan terhadap stabilitas profit CV Pustaka Mandiri. Banyak pelanggan merupakan institusi pendidikan yang melakukan pemesanan secara rutin setiap tahun ajaran baru. Hubungan yang terjalin tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga relasional. Konsep relationship marketing menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kepercayaan, komitmen, dan kepuasan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa mempertahankan pelanggan lama lebih murah dibandingkan menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan menjadi aset strategis perusahaan. Pelayanan yang ramah, komunikasi yang terbuka, serta kesediaan perusahaan untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan membuat CV Pustaka Mandiri dipercaya oleh konsumennya. Kepercayaan ini berdampak langsung pada keberlanjutan pesanan dan kestabilan profit.

4. Pelayanan Cepat dan Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu dalam penyelesaian pesanan merupakan faktor krusial dalam industri percetakan, terutama bagi pelanggan institusi yang memiliki jadwal kegiatan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Pustaka Mandiri berusaha memenuhi tenggat waktu yang telah disepakati dengan pelanggan. Pelayanan yang

cepat dan tepat waktu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Menurut Tjiptono (2017), kualitas pelayanan merupakan faktor penentu keberhasilan pemasaran jasa. Pelayanan yang baik akan meningkatkan persepsi nilai pelanggan terhadap jasa yang diterima. Dengan terpenuhinya jadwal cetak dan distribusi, pelanggan cenderung melakukan pemesanan ulang dan merekomendasikan jasa percetakan kepada pihak lain. Hal ini berdampak positif terhadap peningkatan profit perusahaan.

5. Promosi dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth)

Promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* merupakan salah satu faktor favorable yang efektif bagi CV Pustaka Mandiri karena tidak memerlukan biaya promosi yang besar namun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan pemasaran. Banyak pelanggan perusahaan mengetahui jasa percetakan ini melalui rekomendasi dari instansi atau individu lain yang telah menggunakan layanan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang tinggi berperan langsung dalam membangun reputasi positif perusahaan.

Word of mouth dianggap lebih kredibel dibandingkan promosi konvensional karena informasi yang disampaikan berasal dari pengalaman nyata pelanggan, bukan sekadar klaim perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), rekomendasi personal memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian, terutama dalam jasa yang melibatkan risiko tinggi atau biaya besar, seperti percetakan dalam jumlah banyak. Pelanggan cenderung lebih percaya pada pengalaman orang lain yang telah membuktikan kualitas layanan dan produk, sehingga potensi untuk mengubah calon pelanggan menjadi pelanggan baru menjadi lebih tinggi. Selain itu, promosi melalui word of mouth memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan dalam menjaga kestabilan profit. Karena tidak memerlukan anggaran pemasaran yang besar, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya untuk peningkatan kualitas layanan, inovasi produk, atau efisiensi operasional. Promosi ini juga membantu perusahaan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan industri percetakan yang semakin ketat, sekaligus membangun loyalitas pelanggan jangka panjang. Loyalitas pelanggan yang terbangun melalui pengalaman positif akan menciptakan siklus promosi alami, di mana pelanggan lama merekomendasikan layanan kepada pelanggan baru secara terus-menerus.

Dengan demikian, promosi dari mulut ke mulut menjadi aset penting bagi CV Pustaka Mandiri. Efektivitasnya tidak hanya terletak pada biaya yang rendah, tetapi juga pada tingkat kredibilitas dan dampak jangka panjang terhadap profitabilitas perusahaan. Strategi ini dapat diperkuat dengan memastikan setiap interaksi dengan pelanggan selalu memberikan pengalaman yang memuaskan, sehingga pelanggan terdorong untuk berbagi pengalaman positif mereka secara sukarela. Secara keseluruhan, word of mouth menjadi faktor favorable yang membantu perusahaan mempertahankan posisi kompetitif dan mendukung pertumbuhan profit yang berkelanjutan.

Faktor Unfavorable dalam Bidang Pemasaran

1. Kurangnya Pemanfaatan Digital Marketing

Salah satu faktor unfavorable utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kurangnya pemanfaatan digital marketing oleh CV Pustaka Mandiri. Perusahaan saat ini belum memiliki kehadiran yang aktif di media sosial maupun platform digital lain, seperti WhatsApp Business, katalog online, atau website resmi yang dapat menampilkan produk dan layanan secara interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, yang cenderung terbatas dalam menjangkau pasar baru dan kurang efisien dalam membangun brand awareness.

Di era digital seperti saat ini, pemasaran berbasis teknologi bukan lagi sekadar opsi, melainkan kebutuhan strategis bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mempercepat proses informasi mengenai produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien, sekaligus memberikan

kesempatan untuk membangun hubungan jangka panjang melalui interaksi yang lebih personal dan responsif. Dengan pemanfaatan digital marketing, perusahaan juga dapat melakukan segmentasi pasar yang lebih tepat, menyesuaikan promosi berdasarkan preferensi pelanggan, dan memantau efektivitas kampanye pemasaran secara real-time.

Ketiadaan kehadiran digital ini menyebabkan calon pelanggan mengalami keterbatasan akses informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan CV Pustaka Mandiri. Akibatnya, potensi pasar baru tidak dapat dimanfaatkan secara optimal, sehingga peluang untuk meningkatkan penjualan dan profit menjadi terbatas. Selain itu, kurangnya strategi digital juga menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang kompetitif dibandingkan pesaing yang sudah aktif memanfaatkan platform online. Kompetitor dengan kehadiran digital yang kuat mampu menarik pelanggan baru lebih cepat, membangun citra merek yang lebih dikenal, dan memaksimalkan potensi pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, pemanfaatan digital marketing menjadi langkah strategis yang mendesak untuk diterapkan oleh CV Pustaka Mandiri. Penggunaan media sosial, website interaktif, katalog online, hingga platform komunikasi digital seperti WhatsApp Business atau email marketing dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan visibilitas perusahaan, menarik pelanggan baru, serta mendorong pertumbuhan profit secara berkelanjutan. Implementasi strategi ini tidak hanya akan memperluas jangkauan pasar, tetapi juga membantu perusahaan beradaptasi dengan tren konsumsi modern yang semakin mengandalkan teknologi dalam mencari informasi dan melakukan pembelian.

2. Persaingan Harga yang Semakin Ketat

Persaingan harga merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi CV Pustaka Mandiri dalam industri percetakan. Munculnya banyak percetakan baru, baik skala kecil maupun menengah, yang menawarkan harga lebih rendah menjadi faktor pendorong meningkatnya intensitas persaingan. Strategi penetapan harga murah tersebut umumnya digunakan untuk menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar, terutama pada segmen konsumen yang sensitif terhadap harga. Kondisi ini menempatkan CV Pustaka Mandiri pada posisi yang menuntut penyesuaian harga agar tetap mampu bersaing dan mempertahankan pelanggan. Namun, penyesuaian harga yang dilakukan secara terus-menerus berpotensi menimbulkan tekanan terhadap margin keuntungan perusahaan. Ketika harga jual ditekan tanpa diiringi dengan pengelolaan biaya operasional yang efisien, profit yang diperoleh akan cenderung menurun. Hal ini dapat berdampak pada kemampuan perusahaan dalam menutup biaya produksi, membiayai kegiatan operasional, serta melakukan investasi untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

Selain itu, persaingan harga yang terlalu ketat juga dapat memicu perang harga (*price war*) antarpercetakan, yang pada akhirnya merugikan seluruh pelaku usaha dalam industri tersebut. Dalam situasi seperti ini, perusahaan yang hanya mengandalkan strategi harga rendah tanpa memiliki keunggulan lain akan lebih rentan mengalami penurunan kinerja keuangan. Oleh karena itu, CV Pustaka Mandiri perlu menyeimbangkan strategi penetapan harga dengan upaya diferensiasi produk dan layanan, seperti peningkatan kualitas cetak, ketepatan waktu pengerjaan, serta pelayanan pelanggan yang lebih baik.

Dengan mengombinasikan efisiensi biaya produksi dan diferensiasi produk, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang membedakan CV Pustaka Mandiri dari para pesaingnya. Strategi ini tidak hanya membantu perusahaan tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan harga, tetapi juga berperan penting dalam menjaga dan meningkatkan profitabilitas dalam jangka panjang. Tanpa langkah-langkah strategis tersebut, persaingan harga yang semakin ketat berpotensi menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan usaha perusahaan.

3. Strategi Promosi yang Masih Terbatas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh CV Pustaka Mandiri masih tergolong terbatas dan cenderung pasif. Perusahaan lebih banyak mengandalkan pelanggan lama sebagai sumber

utama pendapatan, tanpa diimbangi dengan upaya pemasaran yang aktif dan terencana untuk menjangkau pasar baru. Pola promosi yang demikian menyebabkan tingkat pertumbuhan pelanggan relatif lambat dan membuat perusahaan kurang dikenal oleh calon konsumen di luar jaringan pelanggan yang sudah ada. Keterbatasan strategi promosi ini juga berdampak pada rendahnya tingkat visibilitas dan daya saing perusahaan di tengah industri percetakan yang semakin kompetitif. Banyak pesaing telah memanfaatkan berbagai media promosi, baik konvensional maupun digital, untuk memperkenalkan produk dan jasa mereka secara lebih luas. Sementara itu, minimnya aktivitas promosi CV Pustaka Mandiri menyebabkan peluang untuk meningkatkan brand awareness dan memperluas pangsa pasar belum dimanfaatkan secara optimal.

Menurut Tjiptono (2017), promosi memiliki fungsi utama untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Fungsi informatif diperlukan untuk memperkenalkan keunggulan produk dan layanan kepada calon konsumen, fungsi persuasif berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan fungsi reminder bertujuan untuk menjaga ingatan konsumen agar tetap memilih produk perusahaan. Tanpa strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam membangun citra merek yang kuat serta mendorong minat beli konsumen.

Lebih lanjut, keterbatasan promosi juga berpotensi membuat perusahaan kalah bersaing dengan kompetitor yang lebih agresif dalam melakukan pemasaran. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menghambat pertumbuhan penjualan dan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam meningkatkan profit. Oleh karena itu, CV Pustaka Mandiri perlu mengevaluasi dan mengembangkan strategi promosi yang lebih aktif dan terintegrasi, seperti pemanfaatan media sosial, pemasaran digital, serta program promosi penjualan yang menarik. Dengan strategi promosi yang tepat, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

4. Permintaan yang Bersifat Musiman

Permintaan jasa percetakan buku di CV Pustaka Mandiri bersifat musiman, di mana terjadi peningkatan permintaan yang signifikan pada awal tahun ajaran baru, sementara pada bulan-bulan lainnya permintaan cenderung menurun. Pola permintaan musiman ini dipengaruhi oleh kebutuhan sekolah, lembaga pendidikan, dan institusi terkait yang umumnya melakukan pemesanan buku pelajaran dan bahan ajar secara bersamaan pada periode tertentu. Akibatnya, aktivitas produksi dan penjualan perusahaan tidak berlangsung secara stabil sepanjang tahun. Kondisi permintaan yang tidak merata tersebut menyebabkan fluktuasi pendapatan dan profit perusahaan. Pada periode puncak, perusahaan mampu memperoleh pendapatan yang tinggi, namun pada periode di luar musim permintaan, volume pesanan menurun sehingga pendapatan dan profit ikut mengalami penurunan. Fluktuasi ini dapat menyulitkan perusahaan dalam melakukan perencanaan keuangan, pengelolaan arus kas, serta pengaturan kapasitas produksi dan tenaga kerja secara optimal.

Ketergantungan yang tinggi pada musim tertentu juga membuat CV Pustaka Mandiri menjadi lebih rentan terhadap risiko penurunan pendapatan di luar periode puncak. Apabila terjadi perubahan kebijakan pendidikan, keterlambatan pemesanan, atau meningkatnya persaingan pada periode utama tersebut, maka dampaknya terhadap kinerja keuangan perusahaan akan semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat risiko usaha yang cukup tinggi apabila tidak melakukan langkah antisipatif.

Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk mengurangi ketergantungan pada permintaan musiman tersebut. Diversifikasi produk menjadi salah satu solusi yang dapat diterapkan, misalnya dengan menawarkan jasa percetakan lain seperti brosur, modul pelatihan, kalender, kemasan, atau kebutuhan cetak untuk sektor non-pendidikan. Selain itu, penerapan strategi pemasaran yang lebih aktif dan berkelanjutan di luar musim puncak juga penting untuk menjaga tingkat permintaan tetap stabil. Dengan diversifikasi produk dan strategi pemasaran yang tepat, CV Pustaka Mandiri diharapkan dapat menjaga kestabilan pendapatan dan profit sepanjang tahun serta meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Dampak Faktor Favorable dan Unfavorable terhadap Profit

Faktor favorable yang dimiliki CV Pustaka Mandiri berperan penting dalam menjaga kestabilan profit perusahaan. Keberadaan pelanggan tetap memberikan pendapatan yang relatif konsisten dari waktu ke waktu, sehingga perusahaan tidak sepenuhnya bergantung pada pencarian pelanggan baru. Selain itu, kualitas layanan yang baik turut meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Hal ini menciptakan kepercayaan serta loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya membantu perusahaan mempertahankan posisi di tengah persaingan dan meminimalkan risiko penurunan pendapatan secara drastis. Namun demikian, meskipun faktor-faktor favorable tersebut mampu menjaga stabilitas profit, faktor unfavorable yang dihadapi perusahaan membatasi potensi peningkatan profit secara signifikan. Kurangnya pemanfaatan digital marketing dan promosi yang aktif menyebabkan jangkauan pasar menjadi sempit dan pertumbuhan pelanggan baru berjalan relatif lambat. Di era digital saat ini, keterbatasan strategi promosi tersebut membuat perusahaan kurang mampu bersaing dengan kompetitor yang lebih agresif dalam memanfaatkan media online untuk menarik perhatian konsumen.

Selain itu, persaingan harga yang semakin ketat menuntut CV Pustaka Mandiri untuk lebih cermat dalam menentukan strategi penetapan harga agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan margin keuntungan. Permintaan yang bersifat musiman juga menjadi tantangan tersendiri, karena dapat menyebabkan fluktuasi pendapatan pada periode tertentu. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dan fleksibel dalam mengelola strategi pemasaran, perencanaan produksi, serta pengelolaan keuangan agar profit tetap dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Secara keseluruhan, kombinasi antara faktor favorable dan unfavorable menunjukkan bahwa CV Pustaka Mandiri memiliki fondasi yang cukup kuat untuk menjaga kestabilan profit. Namun, tanpa adanya perbaikan dan inovasi pada aspek pemasaran serta strategi menghadapi persaingan, peluang perusahaan untuk meningkatkan profit secara optimal akan tetap terbatas.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, CV Pustaka Mandiri perlu mengambil langkah manajerial yang strategis dengan mengoptimalkan faktor-faktor favorable yang telah dimiliki sekaligus meminimalkan dampak faktor unfavorable yang berpotensi menghambat peningkatan profit. Optimalisasi faktor favorable dapat dilakukan dengan terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan, memperkuat hubungan dengan pelanggan tetap, serta memastikan konsistensi mutu produk agar tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga. Dengan demikian, perusahaan dapat mempertahankan stabilitas pendapatan dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Di sisi lain, untuk mengurangi dampak faktor unfavorable, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan pasar dan perilaku konsumen. Pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah penting, terutama melalui penggunaan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Strategi digital marketing ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta menarik segmen pelanggan baru yang sebelumnya belum terjangkau oleh metode pemasaran konvensional.

Selain itu, diversifikasi produk juga menjadi implikasi manajerial yang perlu dipertimbangkan untuk mengurangi ketergantungan pada produk tertentu dan mengantisipasi fluktuasi permintaan yang bersifat musiman. Dengan menghadirkan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar, perusahaan dapat menciptakan sumber pendapatan baru serta meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Inovasi dalam kegiatan promosi, seperti pemberian diskon pada periode tertentu, program loyalitas pelanggan, maupun kerja sama dengan pihak lain, juga dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Secara keseluruhan, penerapan implikasi manajerial tersebut diharapkan mampu membantu CV Pustaka Mandiri tidak hanya dalam menjaga kestabilan profit, tetapi juga mendorong pertumbuhan profit secara berkelanjutan. Dengan pengelolaan strategi pemasaran yang tepat, pemanfaatan teknologi, serta inovasi produk dan promosi, perusahaan dapat lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan kinerja keuangan di masa mendatang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan Faktor favorable seperti kualitas produk, harga, pelayanan, dan hubungan pelanggan terbukti berperan dalam peningkatan profit. Sedangkan faktor unfavorable seperti kurangnya digital marketing dan strategi promosi yang terbatas menjadi hambatan dalam pengembangan pasar.

Saran

1. Menggunakan Instagram dan WhatsApp Business.
2. Membuat katalog digital percetakan.
3. Menjalin kerja sama dengan lebih banyak instansi.
4. Membuat promo di luar musim ajaran baru.

REFERENSI

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan riset* (Edisi Revisi). Yogyakarta: ANDI.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Hanafiah, A., & Andriani, S. (2018). Strategi pemasaran jasa percetakan: Studi pada usaha menengah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 145–158. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.145-158>

Priyono, A., & Lestari, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan profit UKM percetakan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 50–62.

Rahmawati, D. (2017). Hubungan kualitas layanan, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas pada usaha percetakan. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 11(2), 85–95.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

INCREASING COMPANY PROFITS ANALYSIS OF FAVORABLE AND UNFAVORABLE FACTORS BASED ON LITERATURE STUDY

Oleh Yulianti

Dosen Pembimbing : Indra Dermawan S.Sos.,M.A.B

Email : yuliy4649@gmail.com, indra.der@gmail.com

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Cimahi

This study aims to identify factors that influence the increase in company profits through a literature review, by comparing the conditions of profitable and non-profitable companies. The review examines empirical and theoretical research related to internal factors (capital structure, operational efficiency, working capital management) and external factors (macroeconomics, regulations) that act as favorable or unfavorable factors. The results indicate that internal factors such as operational efficiency and a balanced capital structure contribute positively to profitability, while factors like ineffective promotional costs and macroeconomic fluctuations can pose obstacles. This study provides insights for practitioners and researchers to formulate appropriate profit-increasing strategies.

Keyword : Company Profit, Literature Study, Favorable Factors, Unfavorable Factors

PENINGKATAN PROFIT PERUSAHAAN

ANALISIS FAKTOR FAVORABLE DAN UNFAVORABLE BERDASARKAN STUDI LITERATUR

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan profit perusahaan melalui studi literatur, dengan membandingkan kondisi perusahaan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Tinjauan dilakukan terhadap penelitian empiris dan teoritis terkait faktor internal (struktur modal, efisiensi operasional, manajemen modal kerja) dan eksternal (makroekonomi, regulasi) yang menjadi faktor favorable atau unfavorable. Hasil menunjukkan bahwa faktor internal seperti efisiensi operasional dan struktur modal yang seimbang berkontribusi positif pada profitabilitas, sedangkan faktor seperti biaya promosi yang tidak efektif dan fluktuasi makroekonomi dapat menjadi hambatan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi praktisi dan peneliti untuk merumuskan strategi peningkatan profit yang sesuai.

Kata Kunci: Profit Perusahaan, Studi Literatur, Faktor Favorable, Faktor Unfavorable

PENDAHULUAN

Profitabilitas menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan dalam menjaga kelangsungan bisnis. Di era persaingan global, perusahaan menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi profit, baik dari dalam maupun luar organisasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi terkait faktor-faktor yang menjadi penentu profitabilitas, sehingga diperlukan sintesis literatur untuk mengidentifikasi pola dan kesimpulan yang konsisten.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Meninjau literatur terkait faktor-faktor yang memengaruhi profit perusahaan.
2. Menganalisis perbedaan faktor favorable dan unfavorable pada perusahaan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan.
3. Memberikan implikasi praktis untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Rumusan masalah penelitian Adalah:

Apa saja faktor-faktor favorable dan unfavorable yang memengaruhi peningkatan profit perusahaan berdasarkan studi literatur?

Manfaat penelitian ini Adalah :

Untuk mengetahui faktor-faktor favorable dan unfavorable yang memengaruhi peningkatan profit perusahaan berdasarkan studi literatur

METODE

Metode yang digunakan adalah studi literatur, dengan mengumpulkan dan menganalisis sumber-sumber primer dan sekunder yang relevan. Sumber data meliputi jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan buku referensi yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2025. Kriteria inklusi adalah penelitian yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal, serta membandingkan kondisi perusahaan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Analisis dilakukan dengan mengkategorikan faktor menjadi favorable dan unfavorable, kemudian menyintesis hasil penelitian yang ada.

PEMBAHASAN

Definisi Profit dan Profitabilitas

Profit adalah selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan perusahaan selama periode tertentu. Profitabilitas diukur melalui rasio seperti Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM) untuk mengukur efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan laba.

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2018, hlm. 192). Oleh karena itu, profitabilitas ini dikenal juga sebagai “rasio profitabilitas” rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

Sementara itu menurut Kasmir (2019, hlm. 196) profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat

efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendanaan investasi.

Sedangkan menurut Fahmi (2018, hlm. 80) rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Profitabilitas (*profitability*) menurut Darminto (2019, hlm. 73) dapat diukur dengan mengevaluasi tingkat pengembalian investasi perusahaan dalam mengolah keseluruhan asetnya atau uang yang diperoleh dari pemilik modal. Rasio ini dibagi menjadi dua jenis tergantung investasinya, yaitu *return on assets* dan *return on equity*.

Dalam menghitung profitabilitas perusahaan, penelitian ini hanya menggunakan rasio Return on Assets. Profitabilitas kaitannya sangat penting bagi perusahaan karena dapat menunjukkan betapa menguntungkannya organisasi dari waktu ke waktu dan memainkan peran penting dalam masa depan perusahaan. Sebuah perusahaan harus menguntungkan agar dapat dipertahankan.

Selanjutnya, menurut Sudana (2015, hlm. 22) rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan.

Berdasarkan pengertian profitabilitas menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur dan menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan berdasarkan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan dalam suatu periode tertentu

Tujuan Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019, hlm. 197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu menurut Hery (2018, hlm. 192) beberapa tujuan profitabilitas itu antara lain adalah sebagai berikut.

1. mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

4. mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih

Manfaat Profitabilitas

Beberapa manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri (Kasmir, 2019, hlm. 198).

Macam-Macam Rasio Profitabilitas

Dalam praktiknya, terdapat bermacam jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Menurut Kasmir (2019, hlm. 199) beberapa macam jenis rasio profitabilitas di antaranya adalah sebagai berikut

1. Profit Margin (Profit Margin on Sales)

Profit margin on sales atau *ratio profit margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.

Menurut Kasmir (2016, hlm. 199) terdapat dua rumus untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut.

1. Untuk **margin laba kotor**, dengan rumus:

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{Sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

2. Untuk **margin laba bersih**, dengan rumus:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. Hasil Pengembalian Investasi (Return on Investment/ROI)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama *return on investment* (ROI) atau *return on total assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran rentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Di samping itu hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Rumus untuk mencari *return on Investment* dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total assets}}$$

3. Hasil Pengembalian Ekuitas (Return on Equity)

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau *rentabilitas* modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Rumus untuk mencari Return on Equity (ROE) dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham Biasa (Earning per Share of Common Stock)

Rasio laba per saham biasa atau biasa disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi.

Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas.

Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut.

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba saham biasa}}{\text{Saham biasa yang beredar}}$$

Sementara itu, Hery (2018, hlm. 193) menambahkan dua cara atau jenis tambahan untuk mendapatkan profitabilitas yang di antaranya adalah sebagai berikut.

5. Hasil Pengembalian atas Aset (Return on Assets)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut ini adalah rumus yang dapat digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset.

$$\text{Hasil pengembalian atas aset} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

Kontribusi total aset terhadap laba bersih suatu perusahaan sangat tidak baik jika besaran rasionya masih berada jauh di bawah rata-rata industri sejenis. Hal ini dapat disebabkan oleh:

1. aktivitas penjualan yang belum optimal;
2. banyaknya aset yang tidak produktif;
3. belum dimanfaatkannya total aset secara maksimal untuk menciptakan penjualan; dan/atau
4. terlalu besarnya beban operasional serta beban lain-lain.

6. Marjin Laba Operasional (Operating Profit Margin)

Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih.

Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional di sini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Semakin tinggi marjin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin rendah marjin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor dan/atau tingginya beban operasional.

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional.

$$\text{Marjin laba operasional} = \frac{\text{laba operasional}}{\text{penjualan bersih}}$$

Definisi Favorable dan Unfavorable

- Favorable (menguntungkan/baik) merujuk pada kondisi, hasil, atau peristiwa yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, seperti pendapatan yang lebih tinggi dari target, biaya yang lebih rendah dari perkiraan, atau peningkatan pangsa pasar. Hal ini berdampak positif pada kinerja keuangan dan operasional perusahaan.

- Unfavorable (tidak menguntungkan/buruk) adalah kondisi, hasil, atau peristiwa yang memberikan kerugian atau tantangan bagi perusahaan, seperti pendapatan yang lebih rendah dari perkiraan, biaya yang melampaui target, atau penurunan permintaan produk. Hal ini dapat berdampak negatif pada kinerja dan kelangsungan bisnis perusahaan.

Pengertian favorable dan unfavorable bagi perusahaan menurut pandangan para ahli:

1. Favorable

- Menurut Charles T. Horngren (Ahli Akuntansi Manajemen): Favorable variance merujuk pada selisih antara hasil aktual dengan standar atau perkiraan yang memberikan dampak positif pada laba perusahaan. Misalnya, penjualan aktual lebih tinggi dari target atau biaya aktual lebih rendah dari perkiraan, yang secara langsung meningkatkan laba yang dicapai.
- Menurut Garrison dan Noreen (Ahli Akuntansi Biaya): Kondisi favorable adalah situasi di mana kinerja operasional atau keuangan perusahaan melampaui ekspektasi yang telah ditetapkan. Hal ini tidak hanya berdampak pada angka keuangan, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing dan potensi pertumbuhan perusahaan di pasar.
- Menurut Philip Kotler (Ahli Pemasaran): Dalam konteks pemasaran, favorable merujuk pada respons pasar yang positif terhadap produk atau strategi perusahaan, seperti peningkatan loyalitas pelanggan, peningkatan pangsa pasar, atau persepsi merek yang lebih baik, yang berkontribusi pada keberlanjutan bisnis.

2. Unfavorable

- Menurut Charles T. Horngren: Unfavorable variance adalah selisih yang mengurangi laba perusahaan, seperti penjualan yang lebih rendah dari target atau biaya yang lebih tinggi dari standar. Hal ini menunjukkan adanya ketidakefisienan atau tantangan yang perlu ditangani untuk menjaga kesehatan keuangan perusahaan.
- Menurut Garrison dan Noreen: Kondisi unfavorable terjadi ketika kinerja perusahaan di bawah ekspektasi, baik dari sisi operasional maupun keuangan. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor internal (seperti kesalahan perencanaan) atau eksternal (seperti perubahan kebijakan pemerintah atau peningkatan harga bahan baku), dan berpotensi mengganggu kelangsungan bisnis.
- Menurut Philip Kotler: Dalam pemasaran, unfavorable merujuk pada respons negatif dari pasar, seperti penurunan permintaan produk, keluhan pelanggan, atau penurunan citra merek. Kondisi ini membutuhkan penyesuaian strategi agar perusahaan tidak kehilangan posisinya di pasar.

Faktor Favorable (Menguntungkan) untuk Peningkatan Profit

1. Faktor Internal

- Efisiensi Operasional: Penelitian menunjukkan bahwa efisiensi operasional dan skala perusahaan berpengaruh positif terhadap ROE, seperti pada studi bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk, efisiensi biaya produksi juga meningkatkan margin laba secara signifikan.
- Struktur Modal yang Seimbang: Di sektor makanan dan minuman Thailand, struktur modal yang optimal berpengaruh positif terhadap ROA dan ROE, meskipun rasio utang yang tinggi dapat berdampak negatif.
- Pertumbuhan Penjualan dan Aset: Pertumbuhan penjualan dan aset berkontribusi positif pada profitabilitas, seperti pada perusahaan manufaktur di sektor aneka industri BEI.

2. Faktor Eksternal

- **Pertumbuhan GDP:** Pada perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) di Indonesia, GDP yang tumbuh signifikan meningkatkan profitabilitas, sementara faktor makroekonomi lainnya seperti inflasi dan kurs tidak memiliki pengaruh yang nyata.

- **Transfer Teknologi dan Investasi Asing:** Perusahaan multinasional dapat membawa dampak positif berupa transfer teknologi dan peningkatan kinerja perdagangan bagi ekonomi lokal.

Sekarang mari kita bahas bersama faktor-faktor yang mempengaruhi revenue dan profit di bawah ini.

Faktor yang Mempengaruhi Revenue dan Profit

1. Besaran Transaksi

Semakin besar nilai transaksi per pelanggan, semakin tinggi revenue yang kamu hasilkan. Namun, menaikkan besaran transaksi tidak selalu berarti menaikkan harga. Bisa juga lewat strategi bundling, paket eksklusif, atau menambahkan value agar pelanggan merasa worth-it untuk membeli lebih banyak.

2. Volume Penjualan

Ini adalah indikator yang cukup gamblang—semakin banyak unit yang terjual, semakin tinggi revenue. Tapi jangan cuma kejar kuantitas. Kalau margin per produk terlalu kecil atau biaya operasional membengkak, volume tinggi pun bisa tidak menghasilkan profit yang sehat.

3. Strategi Harga

Penentuan harga bukan sekadar cocok-cocokan dengan kompetitor. Kamu perlu memahami posisi brand kamu, segmen pasar, dan perceived value. Harga yang terlalu rendah bisa menekan profit, sementara harga terlalu tinggi bisa menurunkan volume penjualan. Keseimbangannya adalah kunci.

4. Diskon

Diskon memang bisa mendongkrak revenue dalam jangka pendek, tapi jangan sampai jadi bumerang. Diskon yang terlalu sering justru menurunkan perceived value dan membiasakan pelanggan hanya membeli saat promo. Ini bisa menggerus margin dan menyulitkan pembentukan loyalitas.

5. Upselling dan Cross-Selling

Strategi ini bisa secara langsung menaikkan revenue per transaksi. Misalnya, kalau kamu jual skincare, kamu bisa upsell ke paket bundling atau cross-sell dengan item pelengkap seperti serum atau pouch eksklusif. Tapi pastikan produk yang ditawarkan memang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

6. Retensi

Biaya untuk mempertahankan pelanggan jauh lebih rendah dibandingkan mencari pelanggan baru. Selain itu, pelanggan lama biasanya memiliki nilai transaksi lebih tinggi dan frekuensi beli lebih sering.

Maka dari itu, investasi dalam retensi—seperti loyalty program, email marketing, atau aftersales yang baik—punya dampak besar terhadap revenue dan profit jangka panjang.

Retensi secara umum merujuk pada upaya atau kemampuan untuk menahan, mempertahankan, atau menyimpan sesuatu. Dalam konteks bisnis dan perusahaan, istilah ini sering digunakan dalam beberapa bidang utama:

- Retensi Pelanggan: Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produk atau jasa dalam jangka panjang, bukan hanya bertransaksi satu kali. Hal ini penting karena biaya mendapatkan pelanggan baru biasanya lebih tinggi daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
- Retensi Karyawan: Upaya perusahaan untuk menjaga karyawan agar tidak keluar dari organisasi, dengan tujuan mengurangi biaya rekrutmen dan mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- Retensi Data: Proses menyimpan dan menjaga keberadaan data perusahaan atau informasi pelanggan sesuai dengan kebutuhan bisnis dan peraturan yang berlaku, seperti keamanan data dan kepatuhan hukum.

Selain itu, retensi juga bisa merujuk pada konsep lain seperti retensi modal (kemampuan perusahaan untuk menyimpan laba sebagai modal kerja) atau retensi informasi (kemampuan individu untuk mengingat informasi).

7. [Kontrak Kerja Sama](#)

Dalam B2B, kontrak kerja sama bisa menjadi tulang punggung revenue yang stabil. Revenue dari kontrak cenderung lebih terprediksi dan berjangka panjang. Tapi kamu perlu teliti dalam negosiasi agar profit margin tetap sehat dan tidak tergerus oleh biaya tersembunyi atau beban kerja tambahan.

[Tambahan Faktor yang Mempengaruhi Profit](#)

Ada juga beberapa faktor lain yang turut mempengaruhi profitmu dalam bisnis, yaitu:

1. [Produk/Jasa](#)

Tingkat profitabilitas bisa sangat ditentukan oleh jenis produk atau jasa yang kamu tawarkan. Produk dengan margin tinggi seperti digital goods atau jasa konsultasi biasanya lebih menguntungkan dibandingkan produk fisik dengan biaya produksi besar.

Tapi tentu, pasar dan positioning tetap perlu diperhitungkan.

2. [Siklus Penjualan](#)

Siklus penjualan yang panjang (seperti di industri properti atau B2B besar) bisa memperlambat aliran cash flow dan meningkatkan beban operasional.

Sebaliknya, produk dengan siklus penjualan pendek memungkinkan rotasi modal yang lebih cepat. Memahami siklus ini akan membantumu mengatur ekspektasi revenue dan strategi biaya.

3. [Biaya Akuisisi Customer](#)

Biaya ini mencakup iklan, promosi, dan semua usaha yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Jika biaya akuisisi terlalu tinggi dibandingkan dengan nilai pelanggan, profit bisa tergerus meskipun revenue terlihat besar. Idealnya, Customer Lifetime Value (CLV) harus lebih tinggi dari Customer Acquisition Cost (CAC).

4. [Kompensasi/Insentif Sales](#)

Sistem insentif yang tepat bisa meningkatkan performa tim sales. Tapi kalau tidak diatur dengan baik, justru bisa jadi beban besar bagi profit perusahaan.

Misalnya, memberikan bonus besar untuk penjualan yang sebenarnya hanya menghasilkan margin tipis. Perlu ada keseimbangan antara target volume dan target profitabilitas.

Revenue dan profit memang saling berkaitan, tapi masing-masing dipengaruhi oleh faktor yang berbeda. Revenue bisa naik karena volume penjualan meningkat, tapi belum tentu diiringi profit yang sehat jika biaya operasional ikut membengkak.

Di sisi lain, profit bisa optimal bahkan dengan revenue sedang jika kamu bisa mengatur biaya dan strategi secara efisien.

Faktor Unfavorable (Tidak Menguntungkan) untuk Peningkatan Profit

1. Faktor Internal

- Alokasi Biaya yang Tidak Efektif: Pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk, biaya promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap profit, menunjukkan bahwa alokasi anggaran belum optimal.
- Manajemen Modal Kerja yang Tidak Efisien: Tinjauan literatur menunjukkan hubungan yang bervariasi antara manajemen modal kerja dan profitabilitas, dan jika tidak dikelola dengan baik dapat menjadi beban bagi perusahaan.

2. Faktor Eksternal

- Ketergantungan pada Investasi Asing: Perusahaan multinasional juga dapat menyebabkan dampak negatif seperti eksploitasi sumber daya, transfer teknologi terbatas, dan kerusakan lingkungan.
- Fluktuasi Makroekonomi dan Regulasi: Krisis ekonomi global dan perubahan kebijakan pemerintah dapat mengganggu kinerja perusahaan, meskipun pengaruhnya bervariasi tergantung pada sektor bisnis.

Contoh Anggaran yang menguntungkan (Favorable) dan Penyimpangan yang tidak menguntungkan Perusahaan (Unfavorable)

Dalam hal biaya, atau cost maka jika realisasi lebih besar dari pada budget maka dianggap tidak menguntungkan Unfavorable. Sebaliknya jika realisasi lebih rendah dari budget dianggap menguntungkan Favorable. Sebaliknya dalam hal penghasilan laba, jika realisasi penghasilan atau laba yang diperoleh lebih besar dari budgetnya maka justru menguntungkan Favorable. Sedangkan jika realisasi penghasilan atau laba lebih kecil daripada budgetnya dianggap tidak menguntungkan Unfavorable. Penyimpangan-penyimpangan tersebut baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan di evaluasi, dan hasil evaluasinya akan menjadi bahan pertimbangan untuk menyusun anggaran periode berikutnya yang disusun berdasarkan pengalaman dan data aktual dari tahun-tahun sebelumnya. Dengan adanya pengawasan dapat dilihat seberapa jauh perencanaan yang telah dicapai dan seberapa banyak penyimpangan yang terjadi. Perbedaan antara anggaran dan realisasi disebut penyimpangan variance. Penyimpangan terjadi dalam dua kemungkinan, yaitu :

Contoh yang menguntungkan Favorable

Diketahui total biaya operasional perusahaan tahun anggaran 2025 bulan Januari sebagai berikut

- Biaya pemasaran variabel, anggaran 10.000.000 realisasi 9.000.000
- Biaya pemasaran tetap, anggaran 5.000.000 realisasi 5.500.000
- Biaya Adm biaya umum variabel, anggaran 12.000.000 realisasi 12.600.000
- Biaya Adm biaya umum tetap, anggaran 8.000.000 realisasi 7.500.000

- Biaya operasi lain" variabel, anggaran 5.000.000 realisasi 5.400.000
- Biaya operasi lain" tetap, anggaran 3.000.000 realisasi 3.000.000

Hitunglah total biaya operasi anggaran, realisasi, dan selisih dgn batas penyimpangan anggaran 3% , berikan ket menguntungkan (favorable) tdk menguntungkan (unfavorable)

N o	Kegiatan Produksi	Anggaran	Realisasi	Selisish	Keterangan
					3%
1	Biaya Pemasaran variabel	10.000.000	9.000.000	1.000.000	Favorable
2	Biaya pemasaran tetap	5.000.000	5.500.000	-500.000	Unfavorable
3	Biaya adm umum variabel	12.000.000	12.600.000	-600.000	Unfavorable
4	Biaya umum tetap	8.000.000	7.500.000	500.000	Favorable
5	Biaya operasi lain variabel	5.000.000	5.400.000	-400.000	Unfavorable
6	Biaya Operasi lain tetap	3.000.000	3.000.000	0	Favorable
	Total	43.000.000	43.000.000	3.000.000	Favorable

Dari data diatas dapat disimpulkan biaya total operasi anggaran secara keseluruhan sama dengan total realisasi anggaran sehingga dapat dikatakan menguntungkan atau favorable bagi Perusahaan.

Contoh yang tidak menguntungkan unfavorable

Diketahui biaya produksi sebuah Perusahaan Adalah sebagai berikut :

- Biaya bahan baku 20.000.000 realisasi 15.000.000
- Biaya tenaga kerja langsung 15.000.000 realisasi 12.000.000
- Biaya Overhead variable 15.000.000 realisasi 13.000.000
- Biaya Overhead tetap 10.000.000 realisasi 11.000.000

Hitunglah total biaya operasi anggaran, realisasi, dan selisih dgn batas penyimpangan anggaran 3% , berikan ket menguntungkan (favorable) tdk menguntungkan (unfavorable)

No	Kegiatan Produksi	Anggaran	Realisasi	Selisish	Keterangan
					3%
1	Biaya bahan baku	20.000.000	15.000.000	5.000.000	Unfavorable

2	Biaya tenaga kerja langsung	15.000.000	12.000.000	3.000.000	Unfavorable
3	Biaya Overhead variable	15.000.000	13.000.000	2.000.000	Unfavorable
4	Biaya Overhead tetap	10.000.000	11.000.000	-1.000.000	Unfavorable
	Total	60.000.000	51.000.000	9.000.000	Unfavorable

Dari data diatas dapat disimpulkan biaya total operasi anggaran secara keseluruhan lebih besar dari total realisasi anggaran sehingga dapat dikatakan tidak menguntungkan atau unfavorable bagi Perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tinjauan literatur, faktor-faktor yang menjadi kunci peningkatan profit perusahaan adalah efisiensi operasional, struktur modal yang seimbang, pertumbuhan penjualan, dan dukungan dari kondisi makroekonomi yang stabil. Perusahaan yang menguntungkan cenderung memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya secara efektif dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis.

Sebaliknya, perusahaan yang tidak menguntungkan sering menghadapi masalah seperti alokasi biaya yang tidak optimal, manajemen modal kerja yang kurang efisien, dan dampak negatif dari faktor eksternal seperti ketergantungan pada investasi asing atau fluktuasi ekonomi.

Perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh faktor-faktor tertentu (seperti manajemen modal kerja dan struktur modal) menunjukkan bahwa konteks industri dan kondisi perusahaan secara individu juga berperan penting dalam menentukan profitabilitas.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor internal seperti efisiensi operasional, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan merupakan faktor favorable utama untuk peningkatan profit. Faktor eksternal seperti pertumbuhan GDP juga memberikan kontribusi positif, namun faktor seperti ketergantungan pada investasi asing dan fluktuasi ekonomi dapat menjadi unfavorable.

Saran

- Bagi praktisi bisnis: Prioritaskan perbaikan efisiensi operasional, evaluasi strategi promosi, dan kelola struktur modal dengan seimbang untuk meningkatkan profitabilitas.
- Bagi peneliti selanjutnya: Lakukan penelitian empiris dengan memasukkan variabel tambahan seperti inovasi produk dan dinamika persaingan pasar untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

REFERENSI

1. Sampurna, R. H. (2023). A Critical Review of the Impact of Multinational Corporations (MNCs) on Indonesian Economy. Universitas Terbuka.

2. Kunwanna, P. N., Sang Bua, R., & Pounng Paka, T. (2025). Factors Influencing the Profitability of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand in the Food and Beverage Sector. *Journal of Humanities and Social Sciences*, Rajapruk University, 11(2), 227–247.
3. Zega, A., Siregar, B. G., Dang, Z. M., & Lubis, A. (2025). Strategi Biaya Produksi dan Promosi dalam Meningkatkan Laba: Studi Empiris pada PT Ultrajaya Milk Industry, TBK. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 6(1).
4. Rustandi, U. (2024). Meningkatkan Profit Melalui Faktor Internal Perusahaan. *Jurnal Inovasi Masyarakat*, 4(3), 105–108.
5. Sartika, S., & Oh, N. M. (2024). Studi Literatur Profitabilitas Perusahaan pada Manajemen Modal Kerja dan Struktur Modal. *Ebisnis Manajemen*, 2(2), 396.
6. Dewi, V. I., Soei, C. T. L., & Joko, F. O. S. (2019). The Impact of Macroeconomic Factors on Firms Profitability (Evidence From Fast Moving Consumer Good Firms Listed on Indonesian Stock Exchange). *AB Academies Journal*, 23(1).
7. Amelia, L., Syah, D. J., & Ramdan, A. M. (2024). Analisis Sales Growth, Struktur Modal, dan Current Ratio dalam Meningkatkan Profitabilitas. *Al-Kharaj Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(11).
8. Kamil, B. R., & Kinasih, H. W. (2025). Leverage, Likuiditas, dan Pertumbuhan Aset sebagai Faktor Penentu Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 9(1), 113–123.
9. Fahmi, I. (2018). Analisis laporan keuangan. Alfabeta. Bandung.
10. Hery. (2018). Analisis laporan keuangan: integrated and comprehensive edition. Jakarta: Grasindo.
11. Kasmir. (2019). Analisis laporan keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
12. Sudana, I.M. (2015). Manajemen keuangan perusahaan teori dan praktik. Jakarta: Erlangga.

<https://serupa.id/profitabilitas-pengertian-tujuan-manfaat-macam-jenis-rasio-rumus/>

<https://kiriminja.com/blog/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-revenue-dan-profit#faktor-yang-mempengaruhi-revenue-dan-profit>

PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP PENINGKATAN PROFIT PERUSAHAAN

Oleh :RISNA ELSUTRI MENDROFA⁵ & H. INDRA DERMAWAN,S.Sos.,M.AB⁶

Risnamendrofa478@gmail.com, indra.der@gmail.com

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrisi Cimahi

Financial management plays an essential role in improving company profitability and ensuring business sustainability. This study aims to analyze the influence of financial management on company profit improvement using a literature study approach. The background of this research is based on the increasing competition in the business environment that requires companies to manage their financial resources effectively and efficiently. This research applies quantitative and qualitative methods through literature review of books, scientific journals, and relevant articles related to financial management and company profit. The results of this study indicate that financial planning, budgeting, and financial control significantly contribute to improving company profitability. Effective financial management enables companies to reduce operational costs, improve financial stability, and enhance business performance. In conclusion, financial management plays a strategic role in supporting sustainable business growth and achieving optimal profit levels.

Keyword: *Financial Management, Profitability, Business Performance, Cost Control*

PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP PENINGKATAN PROFIT PERUSAHAAN

Manajemen keuangan memiliki peranan penting dalam meningkatkan profit perusahaan serta menjaga keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan terhadap peningkatan profit perusahaan dengan menggunakan metode studi literatur. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin ketatnya persaingan dunia usaha yang menuntut perusahaan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan efisien.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui kajian terhadap buku, jurnal ilmiah, serta artikel penelitian yang relevan dengan topik manajemen keuangan dan profit perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan keuangan, penganggaran, pengendalian keuangan, serta pencatatan dan pelaporan keuangan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan profit perusahaan. Manajemen keuangan yang baik memungkinkan perusahaan untuk menekan biaya operasional, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, serta meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa manajemen keuangan merupakan faktor utama dalam mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan pencapaian profit yang optimal.

Kata kunci: Manajemen Keuangan, Profit Perusahaan, Kinerja Perusahaan, Studi Literatur

⁵ Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

⁶ Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

PENDAHULUAN

Manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi utama dalam manajemen perusahaan yang berhubungan dengan perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian sumber daya keuangan. Perusahaan yang mampu mengelola keuangannya dengan baik akan memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan profit dan menjaga keberlangsungan usahanya. Profit menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mengelola keuangan secara lebih efektif dan efisien. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga harus mampu mengendalikan biaya operasional dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan. Tanpa manajemen keuangan yang baik, perusahaan akan sulit mencapai tujuan keuangannya dan berisiko mengalami kerugian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena masih banyaknya perusahaan yang belum menerapkan manajemen keuangan secara optimal. Beberapa perusahaan masih menghadapi masalah seperti tidak adanya perencanaan keuangan yang jelas, lemahnya pengawasan terhadap penggunaan dana, serta kurangnya pemahaman terhadap laporan keuangan. Kondisi ini menyebabkan perusahaan sulit mengetahui kondisi keuangan yang sebenarnya dan menghambat upaya peningkatan profit.

Manajemen keuangan mencakup beberapa fungsi utama, yaitu perencanaan keuangan, penganggaran, dan pengendalian keuangan. Perencanaan keuangan bertujuan untuk menentukan kebutuhan dana dan sumber dana yang akan digunakan. Penganggaran berfungsi sebagai pedoman dalam penggunaan dana agar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengendalian keuangan dilakukan untuk memastikan bahwa penggunaan dana berjalan sesuai dengan anggaran dan tidak terjadi penyimpangan yang merugikan perusahaan.

Dalam konteks peningkatan profit, manajemen keuangan memiliki peran yang sangat penting. Dengan perencanaan yang baik, perusahaan dapat mengalokasikan dana pada kegiatan yang memberikan keuntungan terbesar. Dengan penganggaran yang tepat, perusahaan dapat menghindari pemborosan dan meningkatkan efisiensi. Dengan pengendalian yang baik, perusahaan dapat meminimalkan risiko kerugian dan menjaga stabilitas keuangan.

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji berbagai teori dan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan manajemen keuangan dan profit perusahaan. Melalui studi literatur, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara manajemen keuangan dan peningkatan profit perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep manajemen keuangan berdasarkan kajian literatur?
2. Bagaimana konsep profit perusahaan berdasarkan kajian literatur?
3. Bagaimana pengaruh manajemen keuangan terhadap peningkatan profit perusahaan menurut hasil penelitian terdahulu?

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan terhadap peningkatan profit perusahaan berdasarkan kajian literatur. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran teoritis mengenai pentingnya manajemen keuangan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah referensi dalam bidang manajemen keuangan. Secara praktis, penelitian

ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menerapkan sistem pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan efisien guna meningkatkan profit perusahaan.

Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh manajemen keuangan terhadap peningkatan profit perusahaan menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya manajemen keuangan sebagai strategi utama dalam mencapai keberhasilan bisnis dan keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Selain itu, manajemen keuangan juga berperan dalam menciptakan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana perusahaan. Dengan adanya sistem pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik, perusahaan dapat mengetahui secara jelas posisi keuangan yang dimiliki. Transparansi ini tidak hanya penting bagi manajemen internal, tetapi juga bagi pihak eksternal seperti investor dan kreditur yang membutuhkan informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Dalam menghadapi perkembangan ekonomi yang dinamis, perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan kondisi pasar. Manajemen keuangan yang baik memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan tersebut secara lebih cepat dan tepat melalui pengelolaan dana yang efisien. Perusahaan yang mampu mengelola keuangan secara profesional akan lebih siap menghadapi risiko ketidakpastian ekonomi dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki sistem pengelolaan keuangan yang terstruktur.

Pentingnya manajemen keuangan juga terlihat dari perannya dalam menjaga keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran perusahaan. Ketidakeimbangan antara pemasukan dan pengeluaran dapat menyebabkan gangguan pada operasional perusahaan dan menurunkan tingkat profit. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyusun perencanaan keuangan yang matang agar setiap aktivitas bisnis dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Melalui penelitian dengan metode studi literatur ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep dan praktik manajemen keuangan yang efektif dalam meningkatkan profit perusahaan. Kajian terhadap berbagai sumber pustaka diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi pengelolaan keuangan yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan usaha secara berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengkaji teori yang telah ada, tetapi juga untuk memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan serta memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan profit dan menjaga stabilitas keuangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis konsep-konsep yang berkaitan dengan profit perusahaan dan kinerja keuangan berdasarkan data numerik yang dilaporkan dalam penelitian terdahulu. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan peran manajemen keuangan dalam meningkatkan profit perusahaan melalui pemahaman teori dan hasil kajian ilmiah yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur berupa buku teks, jurnal ilmiah, artikel penelitian, serta publikasi resmi yang membahas manajemen keuangan dan profit perusahaan. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kriteria relevansi dengan topik penelitian, tahun publikasi yang relatif terbaru, serta kredibilitas sumber seperti jurnal terakreditasi dan buku referensi akademik.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri, mengidentifikasi, dan mengumpulkan referensi yang berkaitan dengan konsep manajemen keuangan, profit perusahaan, serta hubungan antara keduanya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian pada database jurnal ilmiah, perpustakaan digital, serta sumber pustaka lainnya yang mendukung penelitian ini.

Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan berdasarkan variabel penelitian, yaitu manajemen keuangan sebagai variabel independen dan profit perusahaan sebagai variabel dependen. Setelah diklasifikasikan, data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis komparatif. Analisis deskriptif dilakukan dengan menguraikan konsep, teori, dan temuan penelitian terdahulu secara sistematis. Analisis komparatif dilakukan dengan membandingkan hasil penelitian sebelumnya untuk menemukan pola hubungan antara manajemen keuangan dan peningkatan profit perusahaan.

Tahapan penelitian meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

- Menentukan topik dan rumusan masalah penelitian.
- Mengumpulkan literatur yang relevan dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah.
- Mengelompokkan data berdasarkan variabel penelitian.
- Menganalisis data secara kuantitatif dan kualitatif.
- Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan (Dermawan, 2025).

Melalui metode studi literatur dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pentingnya manajemen keuangan dalam meningkatkan profit perusahaan serta menjadi dasar teoritis bagi penelitian selanjutnya.

Penelitian dengan metode studi literatur ini dilakukan dengan menekankan pada ketelitian dalam memilih dan menelaah sumber pustaka yang digunakan. Setiap referensi yang dikaji disesuaikan dengan topik penelitian agar data yang diperoleh benar-benar relevan dengan permasalahan yang dibahas. Proses penelaahan literatur dilakukan secara sistematis dengan membaca, memahami, serta mencatat poin-poin penting yang berkaitan dengan manajemen keuangan dan profit perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan proses sintesis data, yaitu menggabungkan berbagai hasil penelitian terdahulu untuk memperoleh kesimpulan yang lebih menyeluruh. Sintesis data dilakukan dengan cara membandingkan konsep, temuan, dan kesimpulan dari beberapa sumber pustaka yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengutip pendapat para ahli, tetapi juga mengintegrasikan berbagai pandangan untuk membentuk pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh manajemen keuangan terhadap peningkatan profit perusahaan.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini tercermin dari penggunaan data numerik yang terdapat dalam hasil penelitian sebelumnya, seperti data profit, efisiensi biaya, dan kinerja keuangan perusahaan. Data tersebut dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan umum yang menunjukkan adanya hubungan antara manajemen keuangan dan peningkatan profit. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menginterpretasikan konsep, teori, serta makna dari hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan perusahaan.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga dengan cara menggunakan sumber pustaka yang memiliki kredibilitas tinggi, seperti buku referensi akademik dan jurnal ilmiah yang telah terpublikasi. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan silang antar sumber untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan memiliki kesesuaian dan konsistensi. Langkah ini dilakukan untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan interpretasi dalam proses analisis data.

Melalui metode studi literatur ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai peran manajemen keuangan dalam meningkatkan profit perusahaan berdasarkan berbagai sudut pandang ilmiah. Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk memahami perkembangan konsep manajemen keuangan dari waktu ke waktu serta melihat kecenderungan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Dengan demikian, metode penelitian yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat pengumpulan data, tetapi juga sebagai dasar dalam membangun kerangka analisis yang sistematis dan ilmiah. Hasil analisis yang diperoleh dari studi literatur ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik peningkatan profit perusahaan.

PEMBAHASAN

Manajemen keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan profit perusahaan. Berdasarkan kajian literatur, manajemen keuangan tidak hanya berkaitan dengan pencatatan keuangan, tetapi juga mencakup perencanaan, penganggaran, dan pengendalian keuangan yang bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan perusahaan.

Perencanaan keuangan merupakan langkah awal dalam sistem manajemen keuangan. Perencanaan keuangan membantu perusahaan dalam menentukan tujuan keuangan serta strategi yang akan digunakan untuk mencapainya. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, perusahaan yang memiliki perencanaan keuangan yang baik cenderung mampu mengalokasikan dana secara lebih efektif dan menghindari pemborosan. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan efisiensi operasional dan profit perusahaan.

Penganggaran juga menjadi bagian penting dalam manajemen keuangan. Anggaran berfungsi sebagai alat pengendalian dalam penggunaan dana perusahaan. Dengan adanya anggaran yang jelas, perusahaan dapat mengontrol pengeluaran dan memastikan bahwa setiap biaya yang dikeluarkan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Literatur menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan sistem penganggaran secara konsisten memiliki tingkat profit yang lebih stabil dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki sistem penganggaran yang terstruktur.

Selain perencanaan dan penganggaran, pengendalian keuangan merupakan unsur penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Pengendalian keuangan dilakukan melalui evaluasi terhadap realisasi penggunaan dana dan perbandingan antara anggaran dengan hasil yang dicapai. Jika terjadi penyimpangan, perusahaan dapat segera melakukan tindakan korektif. Hal ini menunjukkan bahwa pengendalian keuangan berfungsi sebagai alat pengawasan yang mencegah terjadinya kerugian yang lebih besar.

Pencatatan dan pelaporan keuangan yang sistematis juga berperan besar dalam meningkatkan profit perusahaan. Dengan pencatatan keuangan yang baik, perusahaan dapat mengetahui kondisi keuangannya secara akurat. Informasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, seperti keputusan investasi, ekspansi usaha, dan pengembangan produk. Tanpa pencatatan keuangan yang baik, perusahaan akan kesulitan mengukur tingkat profit yang sebenarnya.

Kajian literatur juga menunjukkan bahwa manajemen keuangan berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan strategis. Keputusan yang diambil berdasarkan data keuangan yang akurat cenderung lebih tepat dan rasional. Dengan demikian, manajemen keuangan tidak hanya berperan dalam kegiatan operasional, tetapi juga dalam perencanaan jangka panjang perusahaan.

Hubungan antara manajemen keuangan dan profit perusahaan dapat dijelaskan melalui teori nilai perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba dan nilai perusahaan.

Dengan manajemen keuangan yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya, sehingga profit yang diperoleh menjadi optimal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara manajemen keuangan dan profit perusahaan (Dermawan, 2025).

Faktor sumber daya manusia juga menjadi penentu keberhasilan manajemen keuangan. Literatur menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tenaga kerja yang kompeten di bidang keuangan lebih mampu menerapkan sistem manajemen keuangan secara efektif. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendidikan menjadi langkah penting dalam mendukung keberhasilan manajemen keuangan perusahaan. Selain itu, perkembangan teknologi juga memengaruhi praktik manajemen keuangan. Penggunaan sistem informasi keuangan dan aplikasi akuntansi membantu perusahaan dalam mencatat dan mengelola keuangan secara lebih efisien. Teknologi memungkinkan perusahaan untuk memperoleh informasi keuangan secara cepat dan akurat, sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan profit perusahaan. Perencanaan yang baik, penganggaran yang tepat, pengendalian yang efektif, serta pencatatan keuangan yang sistematis akan membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mencapai tujuan keuangan yang diharapkan.

Pembahasan ini menunjukkan bahwa manajemen keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai strategi utama dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan penerapan manajemen keuangan yang baik, perusahaan dapat meningkatkan profit dan menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Selain faktor internal perusahaan, keberhasilan manajemen keuangan dalam meningkatkan profit juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membaca peluang pasar dan mengelola sumber daya secara efisien. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan strategi keuangan dengan strategi bisnis akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen keuangan tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan sistem manajemen perusahaan.

Manajemen keuangan yang efektif juga mendorong terciptanya budaya kerja yang lebih disiplin dalam penggunaan dana perusahaan. Setiap unit kerja akan lebih bertanggung jawab terhadap anggaran yang telah ditetapkan sehingga potensi pemborosan dapat diminimalkan. Disiplin dalam pengelolaan keuangan akan berdampak langsung pada peningkatan efisiensi operasional dan pada akhirnya meningkatkan profit perusahaan.

Berdasarkan kajian literatur, dapat diketahui bahwa perusahaan yang memiliki sistem pengawasan keuangan yang baik cenderung mampu menjaga kestabilan kinerja keuangannya dalam jangka panjang. Pengawasan yang dilakukan secara berkala memungkinkan perusahaan untuk segera mengetahui adanya penyimpangan dalam penggunaan dana dan mengambil langkah perbaikan secara cepat dan tepat.

Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam manajemen keuangan semakin memperkuat efektivitas pengelolaan keuangan perusahaan. Penggunaan sistem informasi akuntansi membantu perusahaan dalam mencatat transaksi secara otomatis, menyusun laporan keuangan secara akurat, serta memantau kondisi keuangan secara real time. Hal ini memberikan kemudahan bagi manajemen dalam melakukan evaluasi dan perencanaan keuangan ke depan.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan ini menegaskan bahwa manajemen keuangan memiliki peranan strategis dalam meningkatkan profit perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola keuangannya secara sistematis, transparan, dan terencana akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan memperoleh profit yang optimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan profit perusahaan. Manajemen keuangan yang baik mencakup perencanaan keuangan, penganggaran, pengendalian keuangan, serta pencatatan dan pelaporan keuangan yang sistematis. Keempat aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi dasar dalam pengelolaan keuangan perusahaan secara efektif dan efisien.

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan manajemen keuangan secara optimal cenderung memiliki tingkat profit yang lebih stabil dan berkelanjutan. Perencanaan keuangan membantu perusahaan dalam menentukan arah dan tujuan keuangan, sehingga penggunaan dana dapat dilakukan secara terarah. Penganggaran berfungsi sebagai alat pengendalian biaya agar tidak terjadi pemborosan, sedangkan pengendalian keuangan berperan dalam mengawasi realisasi penggunaan dana agar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Selain itu, pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik memberikan informasi yang akurat mengenai kondisi keuangan perusahaan. Informasi ini sangat penting dalam pengambilan keputusan manajerial, seperti keputusan investasi, pengembangan usaha, dan strategi peningkatan profit. Tanpa adanya sistem pencatatan keuangan yang baik, perusahaan akan kesulitan dalam mengevaluasi kinerja keuangan serta menentukan langkah strategis untuk masa depan.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa manajemen keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai strategi utama dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan penerapan manajemen keuangan yang efektif, perusahaan dapat mengurangi risiko kerugian, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing di pasar. Hal ini sejalan dengan teori manajemen keuangan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba dan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan berpengaruh positif terhadap peningkatan profit perusahaan. Semakin baik penerapan manajemen keuangan, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk memperoleh profit yang optimal dan menjaga keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

● Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk menerapkan sistem manajemen keuangan secara lebih terstruktur, terutama dalam hal perencanaan keuangan, penganggaran, dan pengendalian biaya. Perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas pencatatan dan pelaporan keuangan agar informasi keuangan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat.

● Bagi Manajemen Perusahaan

Manajemen perusahaan diharapkan dapat menjadikan manajemen keuangan sebagai bagian dari strategi utama dalam meningkatkan profit. Pengambilan keputusan sebaiknya didasarkan pada data keuangan yang akurat dan relevan agar risiko kesalahan dapat diminimalkan.

● Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan objek penelitian yang lebih spesifik atau menambahkan variabel lain yang memengaruhi profit perusahaan,

seperti manajemen sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan inovasi produk. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan metode yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai pentingnya manajemen keuangan dalam meningkatkan profit perusahaan serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

References

- Dermawan, I. (2025). Penelitian Karya Ilmiah. Bandung: NulisBuku.
- Halim, A., & Supomo, B. (2019). Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2020). Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana.
- Munawir, S. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno. (2017). Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi. Yogyakarta: Ekonisia.