

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap usaha manusia diyakini secara umum adalah untuk peningkatan taraf hidup yang lebih baik. Begitu pula bagi suatu organisasi dalam bentuk perusahaan, dalam menjalankan usahanya memiliki suatu tujuan dan pastinya ingin mendapatkan keuntungan atau profit. Agar keuntungan atau profit tersebut tercapai maka produk-produknya harus dikenali dan dibeli oleh konsumen sehingga ketika produknya diterima dan dibeli oleh konsumen maka perusahaan tersebut menunjukkan kinerja yang baik. Kinerja suatu perusahaan tersebut merupakan hasil dari rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dalam kurung waktu tertentu. Salah satu sumber informasi untuk mengetahui dan mengukur kinerja perusahaan adalah laporan keuangan.

Analisis Laporan Keuangan pada dasarnya bertujuan untuk menilai keadaan keuangan perusahaan di masa lalu, saat ini, dan kemungkinan di masa yang akan datang. Informasi posisi keuangan di masa lalu sering kali dijadikan dasar untuk memprediksi posisi keuangan di masa yang akan datang. Selain itu, laporan keuangan perusahaan juga bertujuan untuk memberikan informasi keuangan sebagai salah satu sumber untuk mendukung penguatan dalam pengambilan keputusan, khususnya dari sisi keuangan perusahaan.¹

Menurut Syahrial dan Purba, bahwa “Laporan Keuangan sebagai objek analisis untuk melaporkan aktivitas pendanaan dan investasi pada saat tertentu dan meringkas aktivitas operasi selama periode tertentu”.² Sementara menurut Prihadi, mengatakan bahwa “Laporan Keuangan juga dapat digunakan sebagai proses untuk perencanaan atau analisis kedepan”.³ Dengan demikian, urgensi dari adanya laporan keuangan tersebut tidak hanya sebagai sumber informasi tentang posisi keuangan tetapi laporan keuangan juga ditujukan untuk menilai prestasi perusahaan, mengetahui sampai di

¹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010) 3.

² Dermawan Syahrial dan Purba, *Analisis Laporan Keuangan Cara Mudah dan Praktis Memahami Laporan Keuangan*, Edisi Kedua, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013) 6.

³ Toto Prihadi, *Analisis Laporan Keuangan Lanjutan*, (Jakarta: PPM, 2013) 29.

mana keberhasilan perkembangan perusahaan, apakah ada peningkatan, ataukah ada penurunan dari periode sebelumnya.

Laporan keuangan dalam praktiknya tidak dibuat secara serampangan tetapi harus dibuat dan disusun sesuai dengan aturan atau standar yang berlaku. Hal ini perlu dilakukan agar laporan keuangan mudah dibaca dan dimengerti. Laporan keuangan yang disajikan sangat penting bagi manajemen dan pemilik perusahaan. Di samping itu, banyak pihak yang memerlukan dan berkepentingan terhadap laporan keuangan yang dibuat perusahaan, seperti pemerintah, kreditor maupun investor.⁴ Sehubungan dengan hal tersebut maka agar perusahaan mendapatkan hasil yang diinginkan maka dapat dilakukan melalui analisis keuangan dengan memakai rasio-rasio keuangan. Rasio yang digunakan yakni rasio likuiditas, rasio leverage, rasio aktivitas dan rasio profitabilitas. Rasio keuangan dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan dan kinerjanya. Dengan membandingkan rasio keuangan perusahaan dapat menentukan kenaikan atau dengan membandingkan rasio keuangan perusahaan selama beberapa periode, maka dapat diketahui perkembangan kinerja keuangan perusahaan.

Analisis rasio keuangan merupakan analisis yang sangat penting untuk melakukan evaluasi analisa terhadap kondisi keuangan perusahaan.⁵ Sedangkan menurut Kasmir, rasio keuangan adalah perbandingan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen atau antar laporan keuangan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.⁶

Asumsi pokok yang mendasari konsep pemasaran adalah bahwa untuk sukses, perusahaan harus menentukan kebutuhan dan keinginan berbagai target pasar tertentu dan memberikan kepuasan yang diinginkan lebih baik dari pada pesaing. Konsep pemasaran didasarkan kepada dasar pemikiran bahwa pemasar harus membuat apa yang harus dijualnya, dari pada berusaha menjual apa yang telah dibuatnya. Konsep penjualan berfokus kepada kebutuhan

⁴ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 6.

⁵ Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan*, (Bandung: Alfabeta, 2012) 107.

⁶ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 104.

penjual sementara konsep pemasaran berfokus kepada kebutuhan pembeli.⁷

Analisis dan interpretasi keuangan mengkategorikan beberapa teknik dan alat analisis yang dapat digunakan untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal dan eksternal yang relevan dengan suatu perusahaan. Bagi manajemen, informasi yang diperoleh merupakan salah satu pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan koordinasi dan pengendalian perusahaan. Bahkan, perusahaan sering tidak menggunakan alat analisis ini. Keputusan strategis di perusahaan sering dibuat oleh pendiri bisnis dan keputusan yang dibuat bersifat pribadi, berani, dan berisiko tinggi. Dalam jangka pendek, pengambilan keputusan dengan cara ini cukup berhasil tetapi dalam jangka panjang dan seiring dengan pertumbuhan perusahaan, cara ini tidak cukup. Artinya penggunaan laporan keuangan sebagai sumber informasi bagi manajer dalam perencanaan dan pengendalian keputusan belum dilaksanakan secara optimal padahal pengambilan keputusan atas dasar kinerja keuangan merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan.

Efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam menjalankan operasinya ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk mencapai profitabilitas dan aktivitas di dalam perusahaan. Dengan demikian penggunaan analisis rasio keuangan dapat menggambarkan kinerja keuangan yang telah dicapai. Untuk mendukung dan meningkatkan kelangsungan usaha, perusahaan perlu menganalisis laporan keuangan guna memperoleh informasi mengenai posisi keuangan perusahaan yang bersangkutan. Informasi yang tersaji harus dianalisis dan diinterpretasikan lebih jauh lagi agar mempunyai nilai guna bagi manajemen perusahaan. Untuk manajemen, dalam melakukan analisis terhadap kinerja keuangan yaitu berupa analisis yang bersifat fundamental dan intergratif yang nantinya akan memberikan gambaran yang mendasar dan menyeluruh tentang posisi dan prestasi keuangan.

Hasil analisis rasio keuangan ini digunakan untuk menilai kinerja manajemen dalam suatu periode apakah mencapai target seperti yang telah ditetapkan. Kemudian juga dapat di nilai kemampuan manajemen dalam memperdayakan sumber daya perusahaan secara efektif. Dari uraian tersebut, mendorong peneliti untuk melakukan analisis mengenai variabel-variabel seperti

⁷Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Terj. Zoelkifli Kasip, (Jakarta: Indeks, 2008) 5.

likuiditas, leverage, aktivitas dan profitabilitas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perusahaan PT Gawih Jaya. Pada tahun 1983, PT. Gawih Jaya didirikan untuk mendistribusikan produk Wismilak. Kata 'Gawih' kependekan dari “Galan-Wismilak-Hidup Subur”, tiga merek rokok awal dari PT. Gelora Djaja. Dengan demikian PT. Gelora Djaja tidak lagi menangani masalah distribusi tetapi diserahkan sepenuhnya dibawah bendera PT. Gawih Jaya. Di antara cabang dari PT. Gawih Jaya adalah PT. Gawih Jaya Semarang yang merupakan distributor dari PT Wismilak Inti Makmur, Tbk.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PT Wismilak Inti Makmur Tbk adalah menjalankan dan melaksanakan usaha perindustrian, terutama industri bumbu rokok dan kelengkapan rokok lainnya. Kegiatan usaha utama yang dijalankan PT Wismilak Inti Makmur Tbk adalah dalam bidang usaha pembuatan filter rokok dan melakukan penyertaan pada perusahaan-perusahaan lain yang memiliki kegiatan usaha yang berhubungan dengan kegiatan usaha perusahaan.

Wismilak merupakan perusahaan rokok Indonesia yang didirikan pada tahun 1962 di Surabaya. Pada tahun 2012, Wismilak sukses melakukan penawaran umum perdana saham Perseroan kepada masyarakat dan menjadi Perusahaan Publik, yaitu: PT Wismilak Inti Makmur Tbk. PT Wismilak Inti Makmur Tbk merupakan perusahaan induk dari PT Gelora Djaja (produsen) dan PT Gawih Jaya (distributor), yang pada tahun 2022 memiliki 4 Fasilitas Produksi, 4 Sentra Logistik Regional, 22 Area Distribusi, 2 Stock Points dan 26 Agen yang tersebar di seluruh pulau besar di Indonesia. PT Gawih Area Semarang ini meliputi empat rayon, yaitu: Semarang, Purwodadi, Salatiga, dan Kendal.⁸

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan oleh penulis di atas, maka penulis tertarik mengkaji permasalahan terhadap “**Analisis Keuangan di PT. Gawih Jaya Semarang**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka penulis akan memfokuskan penelitian ini adalah peneliti mengacu Analisis Keuangan di PT. Gawih Jaya Semarang pada rayon Semarang, Purwodadi, Salatiga dan Kendal selama periode 2020-2021.

⁸ <https://www.wismilak.com/id/tentang-kami#2>, diakses 12 Juli 2022.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu:

“Bagaimana kinerja keuangan di PT. Gawih Jaya Semarang pada rayon Semarang, Purwodadi, Salatiga dan Kendal selama periode 2020-2021?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kinerja keuangan di PT. Gawih Jaya Semarang pada rayon Semarang, Purwodadi, Salatiga dan Kendal selama periode 2020-2021.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna, baik dari secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan wawasan tentang penilaian kinerja karyawan serta memberikan khazanah keilmuan di bidang ekonomi marketing, khususnya bagi diri penulis dan pembaca umumnya.

2. Secara Praktis

a. PT. Gawih Jaya Semarang

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan panduan bagi pihak karyawan di PT. Gawih Jaya Semarang dalam menjaga dan meningkatkan kinerjanya serta sebagai masukan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan tersebut pada masa yang akan datang.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan dalam bidang keuangan khususnya mengenai analisis rasio suatu perusahaan.

c. Masyarakat

Memberikan informasi bagi masyarakat pembaca sebagai sumber bacaan dan penulis lain sebagai sumber inspirasi untuk dikembangkan ke topik lain.

F. Sistematika Penulisan Tesis

Sistematika penulisan tesis dimaksud untuk memberikan gambaran tentang dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Berisi halaman, sampul, nota persetujuan, pernyataan asli, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi.

2. Bagian isi

Pada bab ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, mulai dari bab satu sampai bab lima karena saling berkaitan, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, meliputi: Latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini terdiri dari 3 (tiga) sub bab, meliputi: pada sub bab pertama ini penulis membahas deskripsi pustaka yang didalamnya terdiri dari 4 (empat) sub bab meliputi: sub bab pertama membahas tentang manajemen sumber daya manusia, dan kinerja karyawan.

Pada sub bab kedua membahas penelitian terdahulu dan sub ketiga membahas kerangka teori.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, meliputi: jenis penelitian dan pendekatan, sumber data, lokasi penelitian, instrumen pengumpulan data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : DATA PENELITIAN DAN DATA ANALISIS

pada bab ini terdiri dari pokok pembahasan yaitu gambaran umum lokasi penelitian, data penelitian, dan analisis data.

BAB V : PENUTUP pada bab ini terdiri dari kesimpulan atau hasil dari penelitian yang dilakukan

