

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Perkembangan jaman dari waktu ke waktu beriringan dengan kenaikan jumlah para pelaku bisnis. Segala kemudahan yang tersedia ditengah perkembangan teknologi menggiring para pelaku bisnis untuk harus lebih gigih ditengah persaingan yang tentunya semakin ketat dengan jumlah kompetitor yang semakin tinggi tentunya. Pertumbuhan jumlah pelaku usaha terhitung pesat. Tercatat diwebsite redaksi bisnis UMKM bahwa pada 2023, UMKM telah menjadi pilar utama ekonomi di Indonesia dengan jumlah yang cukup tinggi yakni mencapai angka 66 juta unit. Pencapaian ini juga memberikan kontribusi yang besar terhadap produk domestic bruto (BPD) negara Indonesia yakni sebesar 61% atau terhitung sekitar RP. 9.580 triliun. Sektor ini juga terbukti mampu menyerap kurang lebih 117 juta tenaga kerja, atau setara 97% dari total tenaga kerja nasional (Ilham, 2024) . Hal ini tentunya tidak lepas dari dampak positif dari adanya perkembangan teknologi yang juga memberikan kemudahan-kemudahan dalam pelaksanaan usaha diera modernisasi. Kemudahan-kemudahan tersebut sangat berpengaruh pada pertumbuhan UMKM. Hal ini juga terbukti pada data pertumbuhan UMKM provinsi Jawa Tengah dibawah ini :



Gambar 1.1 Perkembangan umkm jawa tengah sumber:detakjateng.com

Dari data diatas, membuktikan bahwa UMKM mengalami kenaikan yang relatif stabil dari waktu ke waktu di Indonesia, salah satunya di wilayah Jawa tengah. Segala kemudahan dalam dunia pemasaran mengalami evolusi yang semakin memudahkan sumberdaya manusia dari waktu ke waktu. Bermula dari abad ke-20 atau yang dikenal dengan era 1.0 dimana pemasaran berfokus pada produk yang ditawarkan yaitu pada kualitas dan kuantitas produk agar dapat menghasilkan produk yang baik dan terjangkau dibanding dengan pesaing-pesaing lainnya. Pada perkembangan berikutnya era 2.0 mulai muncul kesadaran bahwa konsumen juga berperan besar dalam menentukan keberhasilan. Pada era ini penyedia produk mulai mendengarkan apa yang menjadi kebutuhan konsumen dengan tujuan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen atau pelanggan.

Hal ini terus berevolusi pada era berikutnya yakni pada 3.0 dimana nilai dan misi social mulai dituangkan. Perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan saja, tetapi juga dampak social yang dari kegiatan usaha yang dioperasikan. Pada era ini

perusahaan mulai menekankan tanggung jawab social serta etika dalam menjalankan usaha mereka. Berikutnya pada perkembangan teknologi digital yang mulai dikenalkan pada era berikutnya atau yang dikenal dengan era 4.0 dimana pasar offline mulai digabungkan dengan dunia online. Dalam era digital marketing data konsumen menjadi asset penting perusahaan dimana dari data itu perusahaan dapat memahami perilaku konsumen untuk selanjutnya dapat menawarkan sesuatu yang lebih secara personal. Pada era digital pelaku bisnis juga mengikuti sertakan peran dari teknologi seperti social media, platform, dan lain sebagainnya.

Selanjutnya era 5.0. pada era ini masyarakat sudah dapat memamnfaatkan teknologi yang sangat cerdas seperti AI dan machine learning. Era ini berfokus pada human centricity yakni teknologi yang digunakan akan mampu memperkuat hubungan antar manusia. Peran dari teknologi di era 5.0 akan benar-benar berpengaruh dalam aktivitas manusia. Dalam kegiatan usaha, segala kemudahan yang tentunya lebih cerdas akan sangat bermanfaat bagi mereka yang dapat memanfaatkan kemudahan itu dengan baik dan benar. Tentunya peran dari teknologi tersebut sangat dirasakan dari sejak pemasaran digital mulai dikenal seperti halnya kemunculan e-commerce.

Kemudahan-kemudahan menjalankan bisnis tentunya tidak terlepas dari kemunculan e-commerce yang dengan mudah menghubungkan para menyedia produk baik barang maupun jasa kepada para customer dan calon customernya. Peran e-commerce bukan hanya memudahkan dari sisi para pelaku usaha tapi juga para konsumen dalam mencari kebutuhan mereka. Kemudahan-kemudahan ini pun

nampaknya membuat pertumbuhan e-commerce begitu pesat. Bahkan ditengah melemahnya daya beli masyarakat, sektor e-commerce tetap mampu bertumbuh positif. Moga simatupang selaku direktur jendral kementerian perdagangan menyampaikan bahwa terdapat peningkatan pada transaksi e-commerce di semester I 2024 yaitu sebesar 13%-16% dibanding dengan periode yang sama pada tahun 2023 (Hartawan, 2024). Kemunculan e-commerce ditengah kemajuan teknologi benar-benar menyebar ke seluruh Indonesia hingga bermunculan banyak usaha yang berkecimpung didunia pemasaran digital terutama dengan berdagang melalui e-commerce, salah satunya ialah *SW group* Magelang. yang sudah berjalan sejak tahun 2017 hingga saat ini. Didirikan dan dikelola oleh warga Magelang, *SW Group* merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang penjualan berbasis sistem dropshipping, yakni menjual produk milik pihak ketiga tanpa menyimpan stok secara fisik di kantor (Subagyo & Purnomo, 2023). Model bisnis ini memungkinkan pelaku usaha untuk menekan biaya operasional dan risiko kerugian akibat kelebihan stok.

Hingga saat ini, *SW Group* tetap berfokus pada bisnis dropshipping, khususnya dengan menjual produk dari marketplace Tiongkok, batik solo, skincare meronah solo dan memasarkannya kembali melalui berbagai platform digital di Indonesia. Berdasarkan data internal perusahaan, *SW Group* kini memiliki 12 karyawan tetap dan sekitar 18 peserta magang aktif. usaha ini mampu berjalan dengan stabil hingga bermanfaat bagi siswa-siswi sekolah menengah kejuruan dalam melaksanakan

kegiatan magang. Melakoni bisnis yang cukup lama dan terbilang stabil tentunya dijalankan dengan manajemen yang baik hingga bisa bertahan dititik sekarang ini dengan jumlah lapak online yang tidak sedikit.

Dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen dengan baik akan mampu menjaga kestabilan perusahaan, dengan memberlakukannya secara tegas dan disiplin tentunya. Salah satu hal yang sensitif ialah keuangan, sehingga penerapan manajemen keuangan yang baik juga sangat diperlukan dalam perusahaan baik yang berlingkup kecil atupun besar. Manajemen keuangan merupakan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan bagaimana cara mendapatkan dana, penggunaan dana perusahaan, serta pengelolaan asset sesuai dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh (Handini, 2020). Menerapkan manajemen keuangan akan mampu membuat arus dana perusahaan teralokasi sesuai dengan apa yang menjadi tujuan perusahaan.

Segala aktivitas keuangan perusahaan menjadi hal yang harus tercatat secara terperinci dalam bentuk laporan. Menurut Kamsir (2019) (Lase et al., 2022) laporan keuangan terbagi atas beberapa bentuk, diantaranya ialah laporan neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas, serta laporan catatan keuangan.

Adanya laporan keuangan akan membantu perusahaan untuk dalam menganalisa kemana saja dana perusahaan mengalir dalam setiap aktivitasnya. Setelah laporan keuangan, perusahaan biasa membuat perhitungan rasio. Analisis rasio keuangan sendiri tentuya dimulai dari laporan keuangan dasar yakni neraca, perhitungan laba rugi, serta laporan arus kas. Analisis rasio adalah rasio yang digunakan dalam

mengukur kemampuan perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban jangka Panjang dari perusahaan (Noordiatmoko, 2020).

Perhitungan rasio keuangan pun akan dapat lebih jelas apabila dihubungkan dengan menggunakan pola histori perusahaan, yang dilihat perhitungan pada beberapa tahun untuk menentukan keadaan perusahaan dalam keadaan membaik atau memburuk, atau melakukan perbandingan dengan perusahaan yang memiliki industri serupa. Rasio keuangan pun terdiri dari beberapa jenis, diantaranya rasio likuiditas, rasio leverage, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.

Rasio likuiditas merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Contohnya adalah pembayaran listrik, telepon, air PDAM, gaji karyawan, gaji teknisi, lembur, serta berbagai tagihan lainnya. Oleh karena itu, rasio ini sering disebut sebagai short-term liquidity(Fahmi, 2014).

Rasio leverage digunakan untuk menilai sejauh mana operasional perusahaan bergantung pada pembiayaan melalui utang. Jika jumlah utang yang digunakan terlalu besar, perusahaan berisiko masuk dalam kategori extreme leverage, yang berarti tingkat utangnya terlalu tinggi sehingga sulit untuk dilepaskan(Fahmi, 2014). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengelola keseimbangan antara jumlah utang yang dapat ditanggung dan sumber dana yang digunakan untuk membayarnya. Secara umum, terdapat lima jenis rasio leverage, yaitu debt to total assets, debt to equity ratio, times interest earned, fixed charge coverage, dan cash flow coverage.

Rasio aktivitas mencerminkan sejauh mana perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Terdapat empat rumus utama dalam rasio aktivitas, yakni perputaran persediaan (inventory turnover), rata-rata waktu pengumpulan piutang, perputaran aset tetap (fixed asset turnover), serta perputaran total aset (total asset turnover).

Sementara itu, rasio pertumbuhan mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan posisinya di industri dan dalam menghadapi dinamika ekonomi secara umum. Rasio ini dapat dianalisis dari berbagai aspek, seperti pertumbuhan penjualan (sales), laba setelah pajak (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, serta harga pasar per lembar saham.

Rasio nilai pasar menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar dan sering digunakan untuk menilai potensi keuntungan suatu perusahaan. Rasio ini juga dapat menjadi indikator bagi investor dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak menjadi pilihan investasi untuk jangka Panjang (Fahmi, 2014).

Rasio profitabilitas merupakan suatu hal yang mampu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencapai laba melalui semua aspek dan sumber yang ada termasuk kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah sumber daya manusia, cabang perusahaan dan lain-lainnya (Ridha, dkk (2019), dalam (Lase et al., 2022).

Rasio profitabilitas memiliki peran yang penting dalam Analisa keuangan, mengingat dalam kegiatan bisnis yang menjadi tolak ukut utama dalam kegiatan usaha

ialah laba atau keuntungan dari perusahaan tersebut. Dengan melakukan perhitungan ini perusahaan akan mampu mengetahui peforma dari perusahaan hingga keuntungan bersih yang didapat perusahaan. Selain itu, dengan perhitungan rasio profitabilitas, perusahaan dapat mengetahui berapa laba yang mampu diperoleh dalam suatu periode tertentu, kemampuannya dalam mengembangkan modal yang didapat, juga membandingkannya dengan peforma yang mampu dicapai diperiode tahun sebelumnya, dimana arti dari perhitungan profitabilitas yang besar adalah peforma perusahaan yang baik, dan sebaliknya jika hasil perhitungan profitabilitas rendah, maka artinya peforma perusahaan juga terbilang rendah.

Menurut Ridha, Nurhayati & Fariz (2019) dalam (Lase et al., 2022). rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan lain sebagainya. Adapun tujuan analisis rasio keuangan adalah untuk menentukan efisiensi kinerja dari manajer keuangan yang diwujudkan dalam catatan keuangan dan laporan keuangan (Wardiyah 2017) dalam (Lase et al., 2022) .

Hal ini juga dapat mendekripsi kemungkinan kekurangan yang bisa jadi terjadi dalam sebuah perusahaan, serta kontrol perusahaan dengan menghubungkan laporan dari manajemen perusahaan yang lain tentunya. Dengan adanya laporan juga akan sangat memudahkan bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan dari perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan adalah kegiatan formal yang berguna untuk mengevaluasi nilai efisiensi dan nilai efektivitas dari perusahaan mengenai penghasilan labanya, menurut Hery (2018:29) dalam (Lase et al., 2022). Sebuah kinerja keuangan memang menjadi hal yang tentunya akan ditelaah oleh perusahaan sebagaimana tujuan dari usaha yang dijalankan tentunya ialah untuk memperoleh laba serta perkembangan usaha sebagaimana yang telah terpaparkan diawal mengenai peningkatan jumlah usaha di negara Indonesia.

Pada penelitian sebelumnya yakni tahun 2023, telah dilakukan Analisa oleh Dianningsih dan Giovanny bangun kristianto mengenai perkembangan UMKM yang mana salah satu hasil dari riset tersebut mengatakan bahwa pemasaran digital sangat memberi dampak positif dikarenakan pemasaran konvensional yang mulai ditinggalkan. Selain itu beralih pada pemasaran digital juga lebih mudah dan lebih menarik konsumen (Dianningsih & Kristianto, 2024). Dan dari hal tersebut terjadi peningkatan profitabilitas pada UMKM di kecamatan kalimanah kota Purbalingga tersebut.

Banyaknya jumlah UMKM di Indonesia ditengah kemajuan teknologi saat ini menjadi hal yang tidak bisa dipungkiri. Kemudahan dan tingginya minat belanja online Masyarakat juga turut menjadi alasan berkembangnya bisnis online dihampir seluruh pelosok negara kita. Salah satu jenis bisnis online yang banyak dijalankan oleh Masyarakat adalah business to customer, dimana para pemilik lapak online menawarkan banyak produk kepada calon customer akhir dengan banyak produk yang

mungkin Tengah dibutuhkan. Bentuk bisnis ini pula yang kini sedang ditekuni oleh SW *group*. Salah satu pelaku bisnis online yang menawarkan beragam produk kepada konsumen mulai dari perlengkapan otomotif, elektronik beserta aksesorisnya, fashion, dan masih banyak lainnya dengan menjalankan puluhan bahkan ratusan lapak online untuk bisa menjangkau konsumen dan meraup keuntungan dari bisnis yang dijalankan tersebut terhitung sejak tahun 2017 hingga saat ini.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan riset yang berhubungan dengan permasalahan laporan keuangan dengan menarik sebuah judul penelitian “Analisa rasio profitabilitas sebagai alat untuk mengukur kinerja keuangan pada UMKM SW *group*”.

### 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana rasio profitabilitas sebagai alat ukur kinerja keuangan Sw *Group*?
2. Bagaimana Analisa kinerja keuangan SW *group* dengan perhitungan rasio profitabilitas?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui rasio profitabilitas dari SW *group*
2. Untuk mengetahui kinerja keuangan SW *group* dengan perhitungan rasio profitabilitas

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang mau dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

#### 1.4.3 Manfaat Teoritis

##### 1. Kontribusi bagi Pengembangan Ilmu Manajemen Keuangan

Penelitian ini menambah wawasan dalam bidang manajemen keuangan, khususnya terkait penerapan rasio profitabilitas dalam menilai kinerja perusahaan, sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian akademik lainnya.

##### 2. Penguatan Konsep Evaluasi Kinerja Perusahaan

Studi ini memperkuat konsep dalam analisis laporan keuangan, terutama dalam memahami bagaimana rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai alat evaluasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keuangan perusahaan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### 1. Sebagai Acuan bagi Perusahaan dalam Menilai Kinerja Keuangan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh *SW Group* dan perusahaan lain untuk mengevaluasi kondisi keuangan mereka, mengidentifikasi masalah dalam pengelolaan dana, serta merancang strategi untuk meningkatkan laba.

##### 2. Panduan bagi Pelaku Usaha dalam Pengambilan Keputusan Finansial

Dengan memahami rasio profitabilitas, pelaku usaha dapat membuat keputusan strategis dalam mengelola modal, investasi, serta alokasi sumber daya agar lebih efektif dalam mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal penelitian ini menggambarkan secara singkat masing masing bab mengenai pembahasan yang ada didalam penelitian, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami gambaran penulisan proposal skripsi, berikut sistematika penulisan proposal skripsi :

#### 1. BAB I : PENDAHULUAN

Bagaimana ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

#### 2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini membahas penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian, kajian teori mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran yang secara garis besar membahas alur berjalannya penelitian.

#### 3. BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini membahas mengenai metode yang digunakan dalam proses penelitian yang membuat metode pendekatan dan penelitian, kehadiran

penelitian, data dan sumber data, informan penelitian, prosedur penelitian atau proses perekaman data, teknik analisis data serta pengecekan kebebasan temuan

#### **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Didalam bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, data, fokus penelitian dan analisis data

#### **5. BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan akhir pembahasan dan memberikan saran untuk penelitian ini.