



PENGUKURAN KINERJA MANAJEMEN DARI SISI RASIO LABA KOTOR PADA USAHA KRIPIK (STUDI KASUS DI DESAMONTONG SAGER KECAMATAN GUNUNG SARI)

Oleh

Faezal¹⁾ IGN Damara Ningrat²⁾, Suharti³⁾ & Syarifah Massuki Fitri⁴⁾

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

Email : ¹Faezal.1965@gmail.com, ²natadiningrat15@gmail.com, ³harti_talia@yahoo.com & ⁴syarifah.mfitri@gmail.com

Abstrak

Kinerja manajemen keuangan dapat diukur dengan salah satu dari rasio keuangan untuk mengukur efektifitas manajemen dalam mengelola asset dan modal sendiri yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. UMKM digalakkan untuk membantu pertumbuhan ekonomi pasca gempa di pulau Lombok. Jenis penelitian yang dipergunakan adalah Riset Deskriptif dan alat analisis yaitu gross Profit margin yaitu laba kotor dibandingkan dengan penjualan dikalikan 100 %. Dari pembahasan diperoleh nilai penjualan sebesar Rp. 40.620.000,00 dan Biaya produksi sebesar Rp.35.490.000,00. Laba kotor sebesar Rp. 5.130.000,00. Hasil analisis Rasio laba Kotor sebesar 12,63 %. Standar pengukuran yaitu berdasarkan tingkat suku bunga bank BRI 4,25 %/ bulan. Hasil analisis adalah rasio laba kotor 12,63 % < 4,25 %. Kesimpulan yang diperoleh bahwa Pengukuran Kinerja manajemen dari sisi rasio laba Kotor sudah efektif, Pada Usaha Kripik (Studi Kasus Di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari). Saran yang diberikan agar usaha kripik tersebut harus mencatat biaya produksi dan penjualan setiap hari untuk lebih sistematis. Kepada Pemerintah dan instansi terkait agar memberikan pelatihan dan pembinaan akuntansi sederhana dalam meningkatkan kinerja SDM yang masih konvensional.

Kata Kunci : Efektifitas, Rasio Keuangan & UMKM

PENDAHULUAN

Setiap suatu kegiatan baik itu bisnis maupun non bisnis selalu memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut ada yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Pada umumnya adalah yang jangka pendek adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal dengan pengorbanan yang minimal. Sedangkan jangka panjangnya adalah untuk memuaskan konsumen dan memperluas pemasaran. Sehingga pengusaha berusaha untuk mengelola modal yang dipergunakan sebaik mungkin untuk menghasilkan daya guna dan hasil; guna yaitu dikelola secara efektif dan efisien.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Efektif artinya efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektivitas merupakan dapat tercapainya hasil. Walaupun

selalu dikaitkan dengan efisien, namun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai sedang efisiensi lebih kearah pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan antara input dan outputnya (Siagian ;2001 : 24) Artinya bahwa untuk mencapai hasil maka harus dikelola secara baik. Berkaitan dengan pencapaian maka dalam mengelola keuangan perusahaan tidak hanya sekedar memiliki modal saja akan tetapi modal tersebut harus mampu dikelola secara efektif dan efisien agar dapat mencapai laba yang maksimal dan memuaskan konsumen dalam pelayanan, kualitas produk dan akhirnya bisa mengembangkan serta memajukan bisnis. Karena bisnis saat ini tidak dapat hanya memutar modal tetapi manajemen mempunyai kemampuan dalam persaingan dengan pembisnis lainnya. Kemajuan teknologi akan dapat menggilas pengusaha yang tidak memiliki jiwa entrepreneur



sejati. Jiwa semangat seorang pembisnis harus ada karena itu adalah dasar dalam membentengi jiwa untuk selalu optimis dalam berusaha. Harus memiliki jiwa kepemimpinan secara lahiriah yaitu kharismatik dan secara teoritis mampu mampu memanager bawahan dengan bijak, karena mengelola sumber daya manusia sang kompleks. Manusia mempunyai sifat yang khas dan unik yaitu mempunyai rasa bosan, tidak bosan, aman, tidak aman dan nyaman, tidak nyaman kadang besar dipengaruhi oleh lingkungan. Oleh karena itu sangat perlu ber hati-hati dalam mengatasinya sehingga tidak terlalu berpengaruh besar dalam kaitan dengan keuangan. Mengelola keuangan lebih mudah karena benda mati, akan tetapi hal ini tidak dapat diremehkan karena dengan adanya uang atau modal dapat menjadi dasar dalam kita melakukan produksi. Produksi yang berlebihan akan dapat merugikan perusahaan apabila barang tersebut tidak terjual dengan baik. Menjual barang dan jasa sangat diperlukan teknik agar barang tersebut bisa laku. Produk yang dijual haruslah harga terjangkau, digemari masyarakat dan memiliki kualitas yang baik, agar bertahan dalam bisnis. Sehingga diperlukan strategi penjualan bahkan strategi pemasaran yang jitu. Namun semua itu tidak dapat dilakukan tanpa ada sebuah konsep. Sebelum itu perlu diketahui apa yang dimaksud dengan penjualan dan pemasaran.

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia Penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Jadi dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan dengan penjualan langsung dan melalui segmen penjualan. Disamping itu kita tidak sebatas untuk menjual barang akan tetapi mengetahui politik dari penjualan yaitu suatu cara atau siasat untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan penjualan. Disamping politik tersebut perlu juga dalam menjual kita memuaskan konsumen. Karena itu perlu adanya pelayanan. Artinya bahwa kita memberikan kemudahan kepada konsumen dalam proses penjualan barang dan jasa. Untuk itu pelayanan sangat diperlukan. Atau kemudahan yang timbul karena adanya

transaksi jual beli barang dan jasa. Dengan begitu jadi tidak hanya kita memproduksi barang lalu menjual akan tetapi perlu adanya pengelolaan di bidang pemasaran barang dan jasa. Menurut Philip Kotler dikutip oleh Buchari Alma (2018 :4) pemasaran adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa. Dan menurut The American Marketing Association dikutip oleh Buchari Alma (2018 : 5) adalah proses merencanakan konsepsi, harga promosi, dan distribusi, ide, menciptakan peluang yang memuaskan individu dan sesuai dengan tujuan organisasi. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang dan menganjurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama. Dari kedua pengertian tersebut dapat di nilai bahwa ada perbedaan konsep. Perbedaannya adalah konsep penjualan itu berorientasi pada laba yang besar tetapi tidak mementingkan kepuasan konsumen. Sedangkan konsep pemasaran lebih berorientasi pada laba dan juga mementingkan kepuasan konsumennya. Karena itu pelayanan sangat penting bagi manajemen pemasaran.

Dalam pengelolaan pemasaran tidak terlepas daripada pengelolaan keuangan untuk itu, apa dan bagaimana asset itu harus dikelola dengan efektif. Karena itu manajemen keuangan sangat penting. Berkaitan hal tersebut salah satu rasio kemampuan digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar efektifitas manajemen dalam mengelola asset dan equity yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. Gross profit ratio /Rasio laba kotor adalah perbandingan antara laba kotor dengan penjualan yang dinyatakan dalam prosentase (%). (Abdul Halim :2015; 214)

Penilaian dari kinerja manajemen keuangan sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan baik itu usaha besar maupun kecil. Untuk kemajuan dari perusahaan dan perluasan usaha yaitu agar bisa selalu hidup dan bertahan. Dengan menganalisis laporan keuangan yaitu



menganalisis rasio agar diketahui dan diukur tingkat biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan modal yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba. Dalam mengukur pengelolaan keuangan usaha diperlukan analisis laporan keuangan. Salah satunya adalah analisis laba kotor yaitu membandingkan antara laba kotor dengan penjualan dalam 1 periode yang dinyatakan dalam %. Keunggulannya dari analisis ini adalah dapat dipergunakan sebagai pengukuran efektifitas modal dengan membandingkan standar tingkat suku bunga bank deposito yang berlaku pada bank BRI. Sebagai pedoman dalam memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dan sumber daya yang ada. Namun kelemahannya tidak dapat disamakan atau dijadikan pedoman bagi usaha dengan jenis usaha yang berbeda,

Penelitian ini dilakukan pada usaha kripik yaitu usaha rumahan, tetapi mempunyai peluang untuk membantu penguatan ekonomi keluarga, industri rumah tangga yang berada di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari. Adapun data yang dilihat dari hasil penelitian adalah data tingkat penjualan selama 1 bulan di bulan juni tahun 2019 yaitu untuk penjualan kripik singkong dan kripik pisang dengan rata-rata total penjualan adalah sebesar Rp.40.620.000,00 dan biaya produksi sebesar Rp.35.490.000,00. Dengan perolehan laba kotor adalah sebesar Rp.5.130.000,00. Dan biaya modal operasional per hari adalah sebesar Rp.1.183.000,00. Faktor turun naik produksi tergantung permintaan yang efektif (yang nyata) sedangkan permintaan potensial masih diabaikan karena lokasi bukan di pusat pembelanjaan. Persaingan bisnis sangat ketat karena camilan menjamur tumbuh di berbagai tempat strategis maupun di desa-desa. Berdasarkan dari fakta lapangan dalam mengumpulkan data, rasa optimisme dari pengusaha untuk mengembangkan di masa yang akan datang karena usaha ini memiliki daya saing dibidang produk tidak kalah dengan usaha kripik yang sudah memiliki label yang sudah diakui. Rasanya gurih dan ada berbagai jenis kripik yaitu pisang, singkong, sukun, dan harga dapat dijangkau,

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

kemasan bagus dan bersih, serta salah satu camilan yang digemari masyarakat. Rata-rata produksi stabil setiap hari adalah untuk kripik singkong sebesar 30 kg per hari dan kripik pisang adalah 15 kg/hari. Sedangkan kripik sukun berdasarkan musim. Dan peneliti tertarik untuk meneliti kinerja manajemen keuangannya. Untuk mendapatkan pedoman bagi pelaku usaha dalam memproduksi barang tidak memproduksi barang yang berlebihan. Karena barang yang diproduksi adalah makanan yang cepat rusak atau apek, dan menjadi keras, bila dalam waktu yang lama. Pada usaha rumahan mempunyai kelemahan tidak mencatat transaksi, masih bersifat manajemen konvensional. Dengan demikian peneliti membantu untuk membuat catatan dan mengolah data dari sumber data primer sehingga dapat diperoleh laporan rugi laba untuk setiap hari. Diharapkan memiliki laporan keuangan yang sederhana sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan data diatas peneliti tertarik untuk mengetahui pengelolaan modal dalam menghasilkan laba dengan mengambil judul : "Pengukuran Kinerja Manajemen Dari Sisi Rasio Laba Kotor Pada Usaha Kripik (Studi Kasus Di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari). Dan dapat dirumuskan pokok masalahnya sebagai berikut : Bagaimanakah efektifitas kinerja manajemen dari sisi rasio laba kotor pada usaha kripik. Dengan tujuan penelitian sebagai berikut : Untuk mengetahui efektifitas kinerja manajemen dari sisi rasio laba kotor pada usaha kripik (Studi kasus di Desa Montong safer, Kecamatan Gunung Sari).

LANDASAN TEORI

Berdasarkan dari BAB I tentang deskripsi antara masalah dan fakta lapangan dan harapan dari peneliti maka masalah yang dihadapi perusahaan dipecahkan dan dicari solusi maka dalam bab ini akan disajikan tentang tinjauan pustaka sebagai dasar dalam memberikan solusi secara teoritis dan pengalaman penelitian terdahulu yang bertujuan untuk kepentingan dari berbagai pihak. Karena itu pentingnya landasan teori, konsep berpikir dan hipotesa. Untuk itu



disajikan beberapa teori – teori yang mendukung penelitian ini sebagai berikut

Pengertian Usaha Kecil

Pengertian Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang UMKM. Ada 2 usaha kecil yaitu usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima dan pemulung. Sedangkan yang tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan atau berkaitan dengan seni dan budaya (Panji Anoraga, dkk, 2002; 225)

Karakteristik Usaha kecil memiliki ciri sebagai berikut :

- a. Sistem pembukuan yang relative sederhana tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date, sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil, sehingga sulit mengharapakan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan organisasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam system administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar

modal sebuah perusahaan harus mengikuti system administrasi standard an harus transparan.

Keunggulan Usaha Kecil

Keunggulannya adalah : a. beroperasi menyebar diseluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha, artinya masalah urbanisasi dan kesenjangan desa-kota minimal dapat ditekan, b. investasi modal untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah, artinya sebagian besar modal terserap pada kebutuhan modal kerja/operasional. Karena yang dipertaruhkan modal kecil, implikasinya usaha kecil memiliki kebebasan yang tinggi untuk masuk atau keluar dari pasar, c. Sebagian besar usaha kecil adalah padat karya. karena penggunaan teknologi sederhana. Distribusi nilai tambah pada tenaga kerja relative besar, distribusi pendapatan bisa lebih tercapai.

Kelemahan usaha kecil

Kelemahannya adalah investasi awal dapat saja mengalami kerugian. Beberapa risiko di luar kendali wirausahawan, seperti perubahan mode, peraturan pemerintah, persaingan, dan masalah tenaga kerja dapat menghambat bisnis/Beberapa bisnis juga cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak teratur, pemilik mungkin tidak memperoleh profit. dapat menuita waktu keluarga dan adaptasi social kurang karena dikorbankan untuk mengejar sukses.

Pengertian Penjualan

Sebuah kegiatan dalam manajemen tidak hanya dilakukan untuk memproduksi barang saja namun harus dibarengi oleh penjualan. Penjualan harus dilakukan mengingat tidak semua produk tahan lama. Akan tetapi ada barang-barang yang dijual adalah barang cepat rusak seperti produk makanan yang mempunyai tingkat kedaluwarsa yang berbeda-beda. Untuk itu setiap manajemen perusahaan harus memikirkan bagaimana mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Dalam hal ini kita perlu tahu apa yang dimaksud dengan manajemen ;

Menurut Hilan dikutip Kadar Nurzaman (2014 ; 15) Manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan



mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan yang sama. Sedangkan menurut Encyclopedia of Social Science bahwa manajemen adalah proses penyelenggaraan dan pelaksanaan tujuan tertentu. Menurut pengertian dari keduanya manajemen adalah kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen, artinya bahwa sekelompok tersebut dalam badan tertentu itulah aktivitasnya disebut manajemen. Menurut Mary Parker Follet, manajemen adalah suatu seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Jadi manajemen terdapat aktivitas yang saling berhubungan, baik dari sisi fungsionalitasnya maupun dari tujuan yang ditargetkan sebelumnya. Hal-hal yang dimaksud adalah sebagai berikut

- a. Organisasi sebagai wadah utama adanya manajemen.
- b. Manajer, yang memimpin dan memikul tanggung jawab penuh dalam organisasi
- c. Aturan main dalam organisasi yang disebut Anggaran Dasar dan anggaran rumah tangga
- d. Tujuan organisasi yang ditetapkan sebelumnya
- e. Perencanaan yang di dalamnya mengandung berbagai program yang akan dilaksanakan Pengarahan yang memberikan jalan pada sumber daya manusia yang ada dalam organisasi
- f. Teknik-teknik dan mekanisme pelaksanaan kegiatan organisasi
- g. Pengawasan terhadap semua aktivitas organisasi agar tidak menyimpang dan rencana yang telah ditetapkan
- h. Sarana dan prasarana yang mendukung pelaksanaan kegiatan organisasi sesuai dengan perencanaan
- i. Penempatan personalitas sesuai dengan keahlian atau profesionalitas pekerjaan masing-masing
- j. Evaluasi terhadap semua kegiatan yang telah dilakukan
- k. Pertanggungjawaban akhir dari semua aktivitas yang telah dilaksanakan sesuai

dengan tugas dan kewajiban personal organisasi.

Karena itu manajemen secara umum adalah ilmu dan seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Manajemen memiliki kegiatan memimpin, mengatur, mengelola, mengendalikan dan mengembangkan. Manajemen sangat luas artinya karena mengkaji efisiensi dan efektifitas.

Target penjualan

Manajer penjualan harus menetapkan target penjualan yang ingin dicapai. Target itu harus rasional dan realistis. Rasional artinya target harus menjelaskan sebab-sebab mengapa harus mencapai target tersebut. Realistik artinya target harus bisa dicapai oleh tenaga penjual dengan dukungan sumber daya (Darsono, dkk; 2010: 18) target penjualan juga harus mempertimbangkan berbagai faktor antara lain:

Kondisi volume produk, bisa atau tidak volume produk memenuhi permintaan pasar. Kondisi kualitas produk disukai oleh konsumen atau tidak, Kondisi harga jual produk, terjangkau atau tidak oleh daya beli konsumen. Kondisi kebutuhan konsumen, konsumen membutuhkan atau tidak terhadap produk yang akan dipasarkan. Kondisi pasar local, regional, nasional, dan internasional. Kondisi persaingan, produk yang akan dipasarkan itu produk pasar persaingan sempurna atau pasar monopoli, Kondisi tenaga penjual memiliki kemampuan tinggi atau tidak, Kondisi imbalan kepada tenaga penjual dan imbalan penjual layak atau tidak, Kondisi promosi produk yang akan dipasarkan sudah diketahui konsumen atau belum, Kondisi distribusi, kemampuan perusahaan menyampaikan komoditi kepada konsumen, Kondisi modal kerja perusahaan, perusahaan memiliki modal kerja yang cukup atau tidak.

Semua faktor-faktor tersebut di atas mempengaruhi bahkan menentukan target penjualan bisa dicapai atau tidak dan alat untuk membuat ramalan penjualan.



Biaya Produksi

Dalam pengelolaan usaha, ketika menjalankan aktivitas sehari-hari maka perusahaan tersebut telah mengorbankan/pengeluaran sumber daya. (Masyah Hulmi,dkk:2009;16) Ada dua pengertian tentang biaya produksi, yaitu biaya (cost) dan beban (expenses). Biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi perusahaan yang digunakan untuk memperoleh barang atau jasa. Semua biaya yang dipergunakan untuk operasional. Sedangkan pengorbanan sumber daya dapat diakui sebagai biaya (beban) apabila barang atau jasa telah memberi manfaat.

Istilah biaya atau beban dalam hal ini memiliki pengertian yang sama ketika sudah memberi manfaat. Tetapi berbedanya dalam pelaporan akuntansi. Beban (ekspenses) adalah pengorbanan sumber daya ekonomis perusahaan yang digunakan untuk memperoleh penghasilan. Beban dapat langsung memberi manfaat pada saat terjadinya transaksi, sehingga dalam penyajian laporan laba rugi pada periode tersebut langsung mempengaruhi penghasilan suatu perusahaan. Misalnya beban sewa, beban penjualan, beban angkut penjualan, beban listrik dan lain lain.

Biaya produksi adalah biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya pabrik tidak langsung (biaya overhead pabrik) dan biaya non produksi adalah meliputi biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Biaya produksi adalah total biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam proses produksi yang bertujuan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang dipasarkan (<https://www.maxmanroe.co.>bisnis>)

Laba Kotor

penjualan adalah perbedaan antara pendapatan dengan biaya untuk membuat suatu produk atau penyediaan jasa sebelum dikurangi biaya overhead, gaji, pajak dan pembayaran bunga. (<https://id.m.wikipedia.org>wiki>laba-kotor>) Laba kotor yang dimaksud dengan laba kotor adalah selisih total penjualan dikurangi dengan biaya produksi tanpa memperhitungkan bahwa sebenarnya di dalam produksi suatu

barang, kita memerlukan biaya tambahan yang besarnya bisa berubah-ubah.

(<https://www.simulasikredit.com>laba-kotor>)

Jenis rasio

Umumnya rasio yang dikenal adalah rasio likuiditas, solvabilitas, dan rentabilitas. Namun sebenarnya banyak lagi rasio yang dapat dihitung dari laporan keuangan yang dapat memberikan informasi bagi analisis misalnya rasio leverage, produktivitas, rasio pasar modal, rasio pertumbuhan dan sebagainya. Maka dapat dilihat rasio yang dinilai adalah: (Permen Negara KUK&M RI;2010): Rasio Permodalan, Rasio kualitas aktiva produktif, Rasio Manajemen, Rasio Efisiensi, Rasio Likuiditas, Rasio kemandirian dan pertumbuhan, Rasio Jatidiri

Penjelasan rasio

- Rasio permodalan adalah untuk mengukur modal sendiri baik terhadap aktiva, pinjaman diberikan yang beresiko.
- Rasio kualitas produktif untuk mengukur volume pinjaman pada anggota bias terhadap volume pilah terhadap pinjaman, dan mengukur pinjaman bermasjaman yang diberikan, dapat juga mengukur cadangan risiko dgn pinjaman yang bermasalah
- Rasio Manajemen adalah mengukur manajemen umum, kelembagaan, manajemen permodalan, manajemen aktiva, dan manajemen likuiditas.
- Rasio Efisiensi mengukur biaya operasional dengan partisipasi bruto, mengukur aktiva tetap terhadap total asset dan juga mengukur biaya gaji dan honorarium terhadap volume pinjaman yang disebut rasio efisiensi pelayanan.
- Rasio Likuiditas mengukur kas dan bank terhadap kewajiban lancar dan juga mengukur volume pinjaman terhadap dana yang diterima.
- Rasio kemandirian dan pertumbuhansama dengan rasio



keuntungan yang mengukur rentabilitas asset dan rentabilitas sendiri dan kemandirian operating pelayanan yaitu membandingkan SHU kotor terhadap beban usaha dan beban perkoperasian.

- g. Rasio jatidiri koperasi mengukur partisipasi bruto terhadap volume pinjaman dan juga mengukur promosi ekonomi anggota simpanan pokok dan simpanan wajib.

Sesuai dengan kebutuhan analisis data maka disini hanya dibutuhkan analisis Rentabilitas maka diperlukan pengertian tentang hal tersebut. Jadi yang dimaksud dengan Rentabilitas suatu perusahaan yaitu menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dan umumnya dirumuskan sebagai : yaitu analisis laba kotor atau sering disebut gross Profit margin yaitu $\text{gross profit} / \text{net sales}$.

Penilaian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan suatu koperasi atau badan usaha lain sangat bermanfaat bagi berbagai pihak (*stakeholders*), seperti investor, kreditor, konsultan keuangan, pemerintah dan pihak manajemen. Laporan keuangan yang berupa neraca dan laporan laba-rugi dari suatukoperasi atau badan usaha lain, apabila disusun secara baik dan akurat dapat memberikan gambaran keadaan yang nyata hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh suatu koperasi atau badan usaha lain selama kurun waktu tertentu. Keadaan inilah yang digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan atau koperasi. Aspek utama dari kinerja keuangan yaitu tercapainya keseimbangan yang baik antara hutang dan ekuitas. Hutang mempunyai peranan penting dalam perekonomian. Pemerintah, pengusaha, bahkan perorangan membiayai banyak bisnisnya menggunakan hutang. Kinerja keuangan dan interpretasinya sangat erat kaitannya dengan kinerja dari manajemen dan khususnya kinerja keuangan. Oleh karena itu keputusan-keputusa

yang diambiloleh manajmen akan tercermin dalam laoran keuangan perusahaan. Untuk mengetahui apakah keputusan tersebut mengarah ke tujuan dasar manajemen keuangan. Maka laporan keuangan akan dianalisis yaitu menghubungkan dua unsur yang ada dalam laporan keuangan dalam bentuk rasio-rasio serta mengintrepretasikan dan memaknakan rasio tersebut. Terdapat 6 kategori pengukuran yaitu : (*J.P.Sitanggang;2014:20-32*) Salah satu pengukurannya dengan rasio profitabilitas sesuai dengan kepentingan analisis tersebut diatas. Rasio profitabilitas yaitu rasio-rasio yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan-keputusan. Menurut Wikipedia dikutip Bambang Riyanto profitabilitas adalah kemampuan perseroan untuk menghasilkan suatu keuntungan dan menyokong pertumbuhan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Profitabilitas perseroan biasanya dilihat dari laporan laba rugi perseroan yang menunjukkan laporan kinerja perseroan. (*Lukman S, :2007 ;59*) Sedangkan **Gross Profit Margin adalah** rasio yang mengukur efiektifitas pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien. (*Abdul Halim:2015; 214*)

Informasi kinerja perusahaan atau koperasi terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dilakukan atau dikendalikan di masa datang. Informasi fluktuasi kinerja sangat penting dan bermanfaat untuk prediksi kapasitas perusahaan atau koperasi dalam menghasilkan arus kas dan sumber daya yang ada. Disamping itu informasi kinerja juga berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektifitas perusahaan atau koperasi dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.

Tujuan kinerja keuangan

Pengukuran kinerja keuangan memiliki beberapa tujuan ; (1) untuk mengetahui tingkat likuiditas yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat di tagih ; (2) untuk mengetahui tingkat solvabilitas yaitu menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya, apabila



perusahaan tersebut dilikuidasi yang mencakup baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang.; (3) untuk mengetahui tingkat profitabilitas yaitu menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba selama periode tertentu. ; (4) untuk mengetahui stabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar cicilan secara teratur kepada pemegang saham tanpa mengalami hambatan. (Bambang Riyanto;2011:57) Dengan tujuan tersebut, penilaian kinerja keuangan mempunyai beberapa peranan bagi perusahaan. Penilaian kinerja keuangan dapat mengukur tingkat biaya dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, untuk menentukan atau mengukur efisiensi setiap bagian, proses atau produksi serta untuk menentukan derajat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan. Untuk menilai dan mengukur hasil kerja pada bagian-bagian yang telah diberikan wewenang dan tanggungjawab serta untuk menentukan perlu tidaknya digunakan kebijaksanaan atau prosedur yang baru untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Kerangka berpikir/konsep

Keterkaitan dengan kondisi di lapangan dan dari hasil kajian pustaka yang dapat dipergunakan sebagai acuan konsep berpikir adalah :

1. Untuk mengukur penjualan neto dikurangi harga pokok penjualan dibagi dengan penjualan maka dihasilkan gross profit margin yaitu setiap rupiah penjualan untuk menghasilkan laba kotor (Bambang Riyanto,2013)
2. Rasio rentabilitas asset bahwa kinerja keuangan KSP Surya Pancaka, Mataram Tahun 2010-2014 yaitu rata-rata 22 % adalah sehat karena berada di atas > 10 %, walaupun setiap tahun terjadi penurunan (*I Gusti Ayu Oka Netrawati, Jurnal Media bina Ilmiah, Vol.9 No.4, Juni 2015*)
3. Pengukuran kinerja manajemen dari sisi rasio laba operasi pedagang kangkung di Lingkungan Pesongoran yang terdiri 3 kelompok pedagang yaitu A, B, C. rata-

rata rasionya 18 & per bulan, adalah efektif karena berada di atas standar tingkat suku bunga deposito bank BRI sebesar 4,25 %/ bulan (*I Gusti Ayu Oka Netrawati, I Gusti Putu Bagus Suastina, I Wayan Nuada, Jurnal Media Bina Ilmiah, Vol.13, no 12, Juli 2019*)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan : Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan studi kasus di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat), yaitu suatu penelitian yang bermaksud untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi secara hati-hati, cermat, dan sistematis terhadap fenomena atau kenyataan atau fakta tertentu dengan jalan mendeskripsikan jumlah variabel yang dalam hal ini mendeskripsikan pengelolaan keuangan usaha kripik ditinjau dari rasio laba kotor.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha kripik di jalan Bajur, Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat, Pemilik dan langsung sebagai pengelola adalah Inaq USUF. Tahun berdiri usaha tersebut dari tahun 2002. Tahun 2018 mengalami musibah bencana gempa. Namun usaha tersebut masih tetap berdiri walaupun mengalami guncangan ekonomi.

Teknik pengumpulan data

Teknik Pengumpulan data cara untuk memperoleh data yaitu dengan :

- a. Wawancara
Suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan pengelola usaha dan sekaligus pemilik yang berwenang untuk memberikan data oleh pemilik usaha kripik Desa Montong Sager, Kecamatan Gunung Sari, Kabupaten Lombok Barat.
- b. Dokumenter
Pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian mengenai keberadaan fasilitas penunjang serta



kegiatan dengan masalah yang diteliti, dicatat secara sistematis.

Jenis data yang diperoleh adalah data :

- a. Data Kualitatif yaitu data yang tidak dapat diukur dengan angka. Data yang dimaksud antara lain sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan data lain yang masih mempunyai kaitan dengan masalah yang diteliti.
- b. Data kuantitatif yaitu data yang dapat diukur dengan angka-angka seperti data data keuangan yaitu mengenai jumlah biaya operasional dan jumlah penjualan per bulan Juni 2019

Sumber Data diperoleh dari :

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh dari pemilik usaha kripik Desa Montong Sager kecamatan Gunung Sari.
- b. Data skunder data yang diperoleh dari literatu-literatur.

Identifikasi dan operasional variabel

- 1.5.1. Identifikasi variabel yaitu variabel yang dipergunakan adalah variabel secara mandiri yaitu variabel laba kotor, penjualan dan rasio laba kotor.
- 1.5.2. Operasional variabel :
 - a. Laba kotor adalah selisih nilai penjualan dengan biaya produksi dan diukur dengan satuan rupiah
 - b. Penjualan adalah pendapatan dari hasil produk yang dijual diukur dengan satuan rupiah
 - c. Rasio laba kotor adalah perbandingan antara laba kotor dengan penjualan dan dinyatakan dalam prosentase (%).

Prosedur Analisis:

Untuk menguji dan membuktikan hipotesa maka dipergunakan rumus – rumus sebagai berikut (Bambang Riyanto ;2011 :332-333) :

Laba Kotor

Rasio Laba kotor yaitu : -----
x 100 %

Penjualan

Standar Pengukuran :

- a. Rasio laba kotor > Tingkat suku bunga deposito bank BRI (4,25 % per bulan) dikatakan efektif
- b. Rasio laba kotor < Tingkat suku bunga deposito bank BRI (4,25 % per bulan) dikatakan belum efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Berdasarkan dari hasil penelitian pada usaha kripik di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat dapat disajikan data untuk mendukung analisis data yaitu berikut ini :

Data Biaya produksi dapat dilihat pada tabel 1. Sebagai berikut :

Tabel 1. Data Biaya produksi Per hari Usaha Kripik Inaq Usuf Desa Montong Sager Tahun 2019

No	Jenis Biaya	Milai
1	Bahan Baku : a. Sinkong 42 kg x Rp. 4.000 b. Pisang 30 kg x Rp. 15.000	Rp. 168.000 Rp. 450.000
2	Jumlah (1)	Rp. 618.000
3	Bahan Pendukung : a. Garam b. Bawang Putih c. Bumbu Penyedap	Rp. 2.000 Rp. 24.000 Rp. 3.000
4	Jumlah (3)	Rp. 29.000
5	Biaya lain lain : a. Minyak Goreng b. Kayu bakar c. Kantong Plastik d. Beban listrik dan air	Rp. 248.000 Rp. 50.000 Rp. 6.000 Rp. 10.000
6	Jumlah (5)	Rp. 316.000
7	a. Biaya Tenaga kerja 3 x Rp.50.000 b. Biaya tenaga kerja 1 x Rp 30.000 c. Biaya transportasi d. Beban angkut e. Karcis pasar	Rp. 150.000 Rp. 30.000 Rp. 30.000 Rp. 10.000 Rp. 2.000
8	Jumlah (1 + 3 + 5 + 7)	Rp. 1.183.000

Sumber data Primer diolah

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa usaha kripik ini jumlah biaya produksi setiap hari adalah sebesar Rp1.183.000,-. Dan penjelasan dari tenaga kerja yang upahnya Rp.50.000,- adalah tenaga kerja



bagian mengupas, menggoreng, dan mengemas. Sedangkan bagian pembelian bahan baku sekaligus sebagai penjual ke pasar adalah 1 orang dengan upah Rp.30.000,-.

Dari hasil pengumpulan data maka dapat disajikan pada tabel 2. Berikut ini :

Tabel 2. Nilai penjualan dan laba kotor per hari pada Usaha kripik Di Desa Montong Sager Bulan Juni Tahun 2019

No	Keterangan	Jumlah
1	Penjualan : a. Kripik Singkong = 21 kg x Rp.32.000 x 30 = b. Kripik pisang = 15 kg x Rp.40.000 x 30 =	Rp. 20.160.000 Rp. 18.000.000 ----- + Rp. 38.160.000
2	a. Residu minyak goreng b. Sampah kulit pisang dan singkong	Rp. 2.160.999 Rp. 300.000 ----- + Rp. 2.460.000
3	Total penjualan	Rp. 40.620.000
4	Biaya produksi	Rp. 35.490.000
5	Laba kotor	Rp. 5.130.000

Sumber data primer diolah.

Berdasarkan dari tabel 2 maka dapat dilihat bahwa total laba kotor adalah setiap bulan rata-rata sebesar Rp.5.130.000,00. Untuk itu mendukung analisis data maka dapat disajikan biaya-biaya dan total penjumlahan dan laba kotor pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Biaya Produksi, Penjualan dan Laba Kotor Pada Usaha Kripik dalam bulan Juni Tahun 2019

No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Produksi	Rp. 35.490.000
2	Penjualan	Rp. 40.620.000
3	Laba Kotor	Rp. 5.130.000

Sumber data primer diolah

Berdasarkan dari tabel 3 maka dapat dilihat bahwa biaya produksi bulan juni tahun 2019, biaya produksi sebesar Rp.35.490.000,00, penjualan adalah sebesar Rp.40.620.000,00 dan menghasilkan laba kotor sebesar Rp.5.130.000,00.

Analisis Data

Untuk menjawab hipotesis yang diajukan pada bab II sebelumnya yaitu diduga bahwa pengelolaan keuangan pada usaha kripik yang ditinjau dari rasio laba kotor, sudah efektif (Studi Kasus Di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari).

Oleh karena itu berdasarkan dari pada deskripsi data maka dari tabel 3 dapat diamalisis rasio laba kotor yang disajikan pada tabel 4 sebagai berikut

Tabel 4. Analisis laba Kotor

Tahun	Laba Kotor (1)	Penjualan (2)	Rasio Laba kotor (3) = (1) / (2) x 100 %
2019	Rp. 5.130.000	Rp. 40.620.000	12,63

Sumber data primer diolah

Berdasarkan dari tabel 4 bahwa analisis laba kotor adalah 12,63 %. Tolok ukur yang dipergunakan untuk menganalisis laba kotor sebagai alat ukur pengelolaan keuangan adalah standar tingkat suku bunga bank deposito bank BRI yaitu 4,25 %.

Interpretasi Data

Dari hasil analisis data maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil rasio laba kotor sebesar 12,63 %, artinya bahwa setiap Rp.1,00 penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp 0,126. Dan dikatakan efektif karena berada di atas standar tingkat suku bunga depositi Bank BRI. Yaitu 12,63 % > 4,25 %.

Berdasarkan dari interpretasi data bahwa hipotesis pada bab II, dapat diterima karena pengukuran kinerja manajemen pada usaha kripik dari sisi rasio laba kotor sudah efektif (Studi Kasus Di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja manajemen pada Usaha Kripik (Studi Kasus Di Desa Montong Sager Kecamatan Gunung Sari) ditinjau dari rasio laba kotor Tahun 2019 sudah efektif, karena berada di atas standar tingkat suku bunga deposito bank BRI yaitu 12,63 % > 4,25 %.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan maka dapat disarankan kepada :

1. Manajemen usaha kripik agar setiap terjadi transaksi untuk dicatat secara sistematis.
2. Pemerintah yaitu Instansi terkait dalam hal ini Kantor Dinas Koperasi dan UMKM dan Kantor Dinas Perindustrian



untuk memberi pelatihan akuntansi yang sederhana dan membantu dalam permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad Rodoni ,Prof, Dr ,dan Hemi Ali HT,SE MM,2010, Manajemen Keuangan ,Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta
- [2] Bambang Riyanto, Prof.Dr, 2011, Dasar - Dasar Pembelanjaan Perusahaan, BPFE UGM, Yogyakarta
- [3] Kasmir,SE,MM dan Jakfar,SE,MM,2012, Studi Kelayakan Bisnis, Penerbit Kencana Persada Media Group, Jakarta.
- [4] Lukman Syamsuddin, Drs.,MA,2007, Manajemen Keuangan, PT. Raja Grafindo Persada ,Jakarta
- [5] Munawir S, 2002, Analisa Laporan Keuangan, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- [6] M. Hanafi Manduh, 2000, Analisa Laporan Keuangan, Penerbit YKPN Jogjakarta
- [7] Peraturan Menteri Negara Koperasi & UKM RI No.20/per. M.KUKM/ XI/2008 Tentang Penilaian Kesehatan Koperasi & UKM
- [8] Sofyan Safri Harahap, 2007, Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan , PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- [9] Basu Swastha, Irawan, 2008, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- [10] H.Buchari Alma,2008, Kewirausahaan, untuk Mahasisw dan Umum, Penerbit Alfabeta, Bandung
- [11] 11 .(<https://www.maxmanroe.co.>bisnis>)
- [12] 12 .(<https://id.m.wikipedia.org>wiki>laba-kotor>)
- [13] 13. (<https://www.simulasikredit.com>laba-kotor>)
- [14] 14.Gunawan Adi Saputra, 2010, Mnajemen Pemasaran, Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran, Penerbit UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- [15] 15.H,Nandan LimaKrisna, Wilhelmus Hary Susilo, 2012, Manajemen pemasaran, Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis, Penerbit Miyra Wacana Media, Jakarta
- [16] 16.IGusti ayu Oka Netrawati, *Analisis Kinerja Keuangan Dari Sisi Rasio Kemandirian Dan Pertumbuhan KSP "Surya Pancaka" , Mataram Tahun 2010-2014*, Jurnal Media Bina Ilmiah Vol.9 No4 Juni 2015, ISSN 1978-3787
- [17] 17.I Gusti Ayu Oka Netrawati, I Gusti Putu Bagus Suastina , I Wayan Nuada, *Pengukuran Kinerja Manajemen Dari Sisi Rasio Laba Operasi Pada Pedagang Kangkung Di Lingkungan Pesongoran Kelurahan Pagutan Barat Kota Mataram*, Jurnal Media Bima Ilmiah, Open Journal Systems, Vol.13 No.12 Juli 2019 , ISSN 1978-3787 dan ISSN 2615-3505
- [18] 18.Masiyah Kholmi, Yuningsih, 2009, Akuntansi Biaya, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
- [19] 19.Mas'ud Machfoedz ,Mahmud Machfoedz, 2005, Kewirausahaan , Metode, Manajemen,dan Implementasi, Penerbit BPFE UGM, Yogyakarta
- [20] 20.Panji Anoraga, H.Djoko Sudatmoko2002,, Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil, Penerbit Rineka Cipta,Jakarta
- [21] 21.Suliyanto, 2009, Metode Riset Bisnis, Penerbit ANDI , Yogyakarta



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN