



**ANALISIS KINERJA KEUANGAN PT. TELKOM Tbk  
SEBELUM DAN SETELAH LAUNCHING PRODUK FLEXI**

**(Studi Kasus pada PT. Telkom Tbk Divre IV Semarang)**

**SKRIPSI**

**Di sajikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
sarjana ekonomi jurusan manajemen keuangan**

**Oleh**

**WADZIL HABIBAH**

**3352404543**

**PERPUSTAKAAN  
UNNES**

**MANAJEMEN KEUANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2009**



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**

---

---

**SURAT REKOMENDASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen pembimbing skripsi dari mahasiswa:

Nama : WADZIL HABIBAH  
NIM : 3352404543  
Jurusan/Prodi : Manajemen/ Manajemen Keuangan  
Judul Skripsi : Analisis Kinerja Keuangan PT. Telkom Sebelum dan Setelah  
Launching Produk Flexi (Studi Kasus Pada PT. Telkom Divre  
IV Semarang).

Menerangkan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan bimbingan skripsi dan siap dipresentasikan pada sidang skripsi.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Februari 2009

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Wahyono, MM.  
NIP. 131292562

Amir Mahmud, S.Pd, M.Si  
NIP.132205936

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen FE

Drs. Sugiharto, M. Si  
NIP. 131286682

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Drs. Wahyono, MM.  
NIP. 131292562

Pembimbing II

Amir Mahmud S.Pd,M.Si  
NIP. 132205936

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

PERPUSTAKAAN  
UNNES

Drs. Sugiharto, M. Si  
NIP. 131286682

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi  
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari :

Tanggal :

Penguji Skripsi

Arief Yulianto, SE, MM.  
NIP. 132282169

Anggota I

Drs. Wahyono, M.Si.  
NIP. 131292562

Anggota II

Amir Mahmud, S.Pd, M.Si.  
NIP. 132205936

PERPUSTAKAAN  
UNNES

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Agus Wahyudin, M.Si.  
NIP. 131658236

## **PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Februari 2009

Wadzil Habibah  
NIM.3352404543



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

- ❖ Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Q.S. Ar Ra'ad: 11)
- ❖ Rahasia kesuksesan bukan "mengerjakan apa yang disenangi", tetapi "menyenangi apa yang dikerjakan". (James M. Barrie)
- ❖ Berusahalah untuk menjadi yang terbaik, tetapi jangan pernah berpikir dirimulah yang terbaik. (Benjamin Franklin)

### Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ↳ Ayah dan Ibu tercinta, terimakasih atas do'a dan semuanya yang telah diberikan
- ↳ My Sister Lily & My Daughter farid yang Saya sayangi yang telah memberikan dorongan
- ↳ Dosen Pembimbingku terimakasih atas arahan dan bimbinganya
- ↳ Mas Ipunk terima kasih buat masukan'na
- ↳ Teman-teman manajemen 2004 bulan, desy, rizta, nafi, fafa, ana, rizma, ratna, vera, shee\_ro, yang telah menjadi tempat berbagi segalanya.

## SARI

Wadzil Habibah, 2008. ” Analisis Kinerja Keuangan PT. Telkom Sebelum dan Setelah Launching Produk Flexi (Studi Kasus Pada PT. Telkom Divre IV Semarang)”. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

**Kata kunci : Kinerja keuangan, *Net profit margin*, penadatan operasi, beban operasi, laba bersih**

PT.Telkom Divre IV Semarang merupakan perusahaan dibidang telekomunikasi , setiap periode/bulan PT.Telkom melakukan laporan keuangan dan non keuangan untuk dianalisis dari hasil analisis dapat diketahui kinerja PT.Telkom yang dapat diketahui untuk prediksi yang akan datang, dengan diadakanya analisis tersebut dapat diketahui perkembangan dan keuntungan PT.Telkom sebelum dan setelah launching produk flexi, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:bagaimana NPM(*Net profit margin*), pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih antara sebelum dan setelah launching flexi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui NPM(*Net profit margin*), pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih antara sebelum dan setelah launching flexi dan mengetahui prediksi nilai pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih. Telkom telah melaksanakan launching produk baru sehingga diharapkan sesudah adanya launching produk flexi ada perbedaan yang dapat meningkatkan kinerja atau penjualan PT.Telkom tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT.Telkom Divre IV Semarang periode waktu 2002-2005. Pengumpulan data dokumentasi data yang terkumpul kemudian disajikan secara deskriptif statistik. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji t paired sampel test.

Setelah diadakan analisis berdasarkan perhitungan atau hasil penelitian adalah nilai NPM(*Net profit margin*) antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami peningkatan 3,38%, pendapatan operasi antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami peningkatan 22,78%, beban operasi antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami peningkatan 149,37%, laba rugi operasi antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami peningkatan 18,43%, laba bersih antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami peningkatan 26,55%.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan rata-rata antara pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih antara sebelum dan setelah launching flexi, dan tidak ada perbedaan rata-rata NPM (*Net profit margin*)antara sebelum dan setelah launching flexi. Dengan mengetahui nilai pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih diharapkan PT.Telkom Divre IV Semarang dapat menjadikanya sebagai acuan dan terget penjualan pada masa yang akan datang. Selain itu, dapat juga sebagai fungsi kontrol di dalam evaluasi pelaksanaan program perusahaan, sehingga semua *gab* (perbedaan) yang tidak menguntungkan perusahaan dapat lebih cepat ditanggulangi.

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala karunia rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Kinerja Keuangan PT.Telkom Sebelum dan Setelah Launching produk Flexi (Studi kasus Pada PT.Telkom Divre IV Semarang)".

Penulisan skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan jenjang Strata I, guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE). Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Sudijono Sastroadmodjo, M. Si, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Agus Wahyudin, M. Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Drs. Sugiharto, M. Si, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Drs. Wahyono, MM. Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan.
5. Amir mahmud, S.Pd, M.Si Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama kuliah.
7. Ayah,Ibu dan adek\_adek ku terimakasih atas kasih sayang, do'a dan dukungan selama ini.
8. Teman-teman manajemen angkatan 2004 dan mas poenk yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis.



Semoga segala bantuan mereka menjadi amal ibadah yang baik besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pribadi dan semua pihak yang memerlukanya. Amin.

Semarang, Februari 2009

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Teoritis .....	6
2. Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1 Pengukuran Kinerja Perusahaan.....	8
2.2 Laporan Rugi laba .....	9
2.3Strategi Keuangan .....	11
2.4 Laporan Keuangan.....	14
2.5 Sifat Laporan Keuangan .....	19
2.6 Analisis Laporan Keuangan .....	20
2.7 Strategi Differensiasi .....	24
2.8 Kerangka Berfikir .....	34
2.9 Hipotesis .....	35

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Populasi. Dan sampel.....	36
3.2 Variabel Penelitian.....	37
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3 Metode Analisis Data.....	38
3.3.1 Analisis deskriptif.....	38
3.3.2 Uji t (pairret sampel t-test).....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskriptif Statistik .....	40
4.1.1 Net profit margin (NPM) .....	40
4.1.2 Pendapatan operasi .....	43
4.1.3 Beban operasi .....	44
4.1.4 Laba Bersih .....	46
4.2 Pembahasan hasil penelitian.....	47
4.2.1 Net profit margin (NPM) .....	47
4.1.2 Nilai Pendapatan operasi .....	49
4.1.3 Nilai Beban operasi .....	50
4.1.4 Nilai Laba Bersih .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1:Rata-rata <i>Net Profit Margin</i> (NPM)..	41
Tabel 2:Uji perbedaan <i>Net Profit Margin</i> (NPM)	42
Tabel 3:Rata-rata Pendapatan Operasi	43
Tabel 4: Uji perbedaan Pendapatan operasi	43
Tabel 5: Rata-rata Beban operasi	44
Tabel 6: Uji perbedaan Beban operasi	45
Tabel 7: Rata-rata Laba bersih	46
Taba 8: Uji perbedaan Laba bersih	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curve Fit.....	60
Lampiran 2 Laporan Rugi laba perbandingan.....	61
Lampiran 3 Perhitungan <i>Net Profit Margin</i> (NPM).....	62
Lampiran 4 Laporan laba rugi PT.Telkom Januari 2002-Desember 2005 .....	63



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Laporan keuangan telah banyak dikemukakan oleh para ahli dan praktisi bisnis, diantaranya oleh Horngren dan Harrison. Laporan keuangan menurut Horngren dan Harrison ( 1992 ), adalah dokumen-dokumen yang melaporkan bisnis individu atau organisasi dalam bentuk satuan moneter atau dokumen bisnis yang melaporkan suatu informasi kenyataan keuangan kepada masyarakat atau organisasi-organisasi diluar bisnis tersebut (Horngren dan Harrison 1992 ). Analisis laporan keuangan merupakan hal yang sangat penting mengingat banyak pihak-pihak yang membutuhkan adanya analisis ini untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Menurut Brigham dan Gapenski ( 1992 ), bahwa meskipun laporan keuangan hanya mencerminkan tentang apa yang terjadi di masa lalu, namun pertanyaan yang penting adalah kemana dan bagaimana perusahaan akan menuju dimasa mendatang.

Saat ini Teknologi komunikasi dan informasi tidak hanya menjadi instrumen peningkatan efektivitas dan efisiensi bisnis tetapi tetap juga telah menjadi area bisnis yang menjanjikan, yang banyak diperebutkan pelaku usaha karena potensi luar biasa yang dikandungnya. Berbagai produk-produk teknologi komunikasi terbaru selalu muncul setiap waktu dari tiap-tiap perusahaan komunikasi, mengeluarkan produk teknologi komunikasi baru yang lebih nyaman

dan canggih merupakan strategi yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi untuk dapat merebut pasar. Tujuan akhirnya adalah untuk mencapai profitabilitas yang maksimal, yang dapat diketahui melalui kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan merupakan suatu alat yang dipergunakan seseorang atau kelompok tertentu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Terkait dengan tujuannya tersebut, maka diperlukan perencanaan laba yang akurat dan realistis yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Karena dengan perencanaan laba tersebut kita dapat memprediksi kinerja perusahaan dilihat dari sudut pandang besarnya laba yang akan dihasilkan. Dengan mengetahui prediksi kinerja, diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pengambilan keputusan oleh pimpinan.

PT. Telkom adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi. Pada awalnya perusahaan ini memiliki hanya produk utama yaitu produk wireline atau yang biasa disebut dengan istilah fixed phone atau telepon rumah. Setelah menikmati monopoli yang cukup lama dalam bidang komunikasi, akhirnya PT. Telkom mengalami banyak kendala sehubungan dengan produk wireline atau telepon rumahnya. Hal itu disebabkan karena sarana dan prasarana yang dimiliki PT. Telkom tidak sesuai lagi dengan kebutuhan pelanggan. Salah satu contohnya dalam hal memenuhi permintaan pasang baru telepon, PT. Telkom tidak dapat memenuhi dengan cepat.

Di sisi lain perkembangan wireless phone atau mobile phone semakin pesat baik teknologi ataupun kondisi pasarnya. Pasar ini telah diramaikan oleh



tiga pemain yaitu, PT Excellcomindo dengan XL-nya, PT. Telkomsel dengan Simpati-nya dan PT Satelindo dengan Mentari-nya. Ketiga pemain ini memakai teknologi yang berbasis GSM. (*Global System for Mobile Communications*)

Melihat kemajuan pasar mobile phone yang semakin pesat dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan telepon rumah atau fixed line, akhirnya PT. Telkom memilih strategi diferensiasi dengan meluncurkan produk *wireless phone* yang disebut Telkom Flexi. Berbeda dengan pendahulunya, Telkom Flexi ini adalah mobile phone yang memakai teknologi berbasis CDMA (*Code Divisions Multiple Access*). Kelebihan yang ditawarkan oleh Flexi, selain orang bisa bertelepon dimana saja ( mobile ), tarif pulsanya juga merupakan tarif pulsa telepon rumah. Inilah kelebihan strategi diferensiasi peluncuran flexi yang bisa ditawarkan oleh PT. Telkom kepada para pelanggan.

CEO Dopod International Corp Jank Tong mengatakan “Pasar ponsel Indonesia telah mengalami pertumbuhan layanan CDMA (*Code Divisions Multiple Access*). Yang signifikan beberapa tahun terakhir karena karakternya yang lebih bersahabat dan tarif yang lebih murah bagi para pengguna. Indonesia merupakan pasar potensial bagi teknologi CDMA (*Code Divisions Multiple Access*) dan diperkirakan makin berkembang di pasar mobile pada masa mendatang. Pertumbuhan teknologi CDMA (*Code Divisions Multiple Access*) telah menarik minat banyak investor di sektor ini dan juga para operator untuk memperluas jaringannya untuk meraih pelanggan.

Meskipun pada awalnya Flexi memiliki kelemahan berupa pengiriman Short Message Service ( SMS ), yang sering terlambat samapai dengan satu hari,

namun sekarang ini dengan penambahan jaringan, maka kelemahan tersebut dapat teratasi. Saat ini flexi juga sudah dapat memberi pelayanan Multimedia Message Service ( MMS ), dengan adanya keunggulan yang banyak dimiliki Telkom Flexi ini diharapkan meningkatkan profit margin bagi PT. Telkom.

Dalam sebuah perusahaan pengukuran kinerja yang baik dapat memberikan gambaran yang baik dan jelas tentang keberhasilan suatu perusahaan. Dalam upaya untuk mengetahui kinerja perusahaan dengan tepat, banyak sekali teknik pengukuran kinerja yang telah dibuat dan dipakai oleh kalangan pemilik modal maupun para manajer perusahaan. Salah satu cara untuk mengetahui kinerja perusahaan adalah dengan melakukan analisis terhadap kondisi keuangan perusahaan yang tercermin dalam rasio-rasio keuangan perusahaan dan perencanaan laba untuk pengimbang tingkat pengembalian investasi.

## **1.2 RUMUSAN PERMASALAHAN**

PT. Telkom Divre IV Semarang dengan produk barunya flexi. Apabila ternyata strategi diferensiasi atau perluasan usaha dan peramalan ini tidak menghasilkan keuntungan yang maksimum, maka perusahaan pun akan bertindak secara rasional yaitu dengan memindahkan investasinya ke sektor lain yang memberikan keuntungan yang lebih besar . Flexi telah diluncurkan sejak Bulan April 2004, dan didukung dengan banyaknya promosi yang telah dilakukan oleh PT. Telkom Divre IV Semarang. Untuk semakin memperkenalkan produk ini kepada pasar dan untuk menarik minat beli yang mencerminkan tingkat kepuasan konsumen ketika memutuskan untuk menggunakan suatu produk. Keputusan

untuk menggunakan atau menolak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba produk tersebut dan kemudian mengalami perasaan yang puas atau tidak puas terhadap produk yang digunakannya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan *reseach gap* dari penelitian ini Penulis memfokuskan mengenai bagaimana kinerja keuangan PT. Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching produk flexi maka dirumuskan pertanyaan penelitian (*Reseach Questions*) adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan *net profit margin* (NPM) perusahaan antara sebelum dan setelah launching flexi?
2. Apakah ada perbedaan Pendapatan Operasi perusahaan antara sebelum dan setelah launching flexi?
3. Apakah ada perbedaan Beban Operasi perusahaan antara sebelum dan setelah launching flexi?
4. Apakah ada perbedaan Laba Bersih perusahaan antara sebelum dan setelah launching flexi?

### 1.3 TUJUAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis atau mengetahui kinerja keuangan PT. Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah adanya flexi. Yaitu:

1. Untuk Mengetahui perbedaan *net profit margin*, Pendapatan Operasi, Beban Operasi, Laba Bersih antara sebelum dan setelah launching produk flexi..

## 1.4 MANFAAT

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, antara lain:

### 1. Kegunaan secara teoritis.

Secara teoritis hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai kinerja keuangan diukur dengan *net profit margin* (NPM), Pendapatan Operasi, Beban Operasi, Laba Bersih. Memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen keuangan, mengenai penerapan peramalan (*Forecasting*) sebagai alat bantu perencanaan laba.

### 2. Kegunaan secara praktis

#### 2.1 Bagi Investor

Bagi Investor hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai hasil pertimbangan untuk melakukan diferensiasi pada launching produk flexi ini.

#### 2.2 Bagi Peneliti

Bagi penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah khususnya manajemen, dan menerapkannya pada data yang diperoleh dari obyek yang diteliti.

#### 2.3 Bagi Kalangan Akademik dan Pembaca

Bagi kalangan akademik dan pembaca hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah perpustakaan dengan menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Pengukuran Kinerja Perusahaan

Analisis laporan keuangan dapat membantu para pelaku bisnis, pihak pemerintah dan para pengguna laporan keuangan lainnya dalam menilai kondisi keuangan suatu perusahaan. Untuk menilai kinerja perusahaan, pada umumnya digunakan lima aspek penilaian, yakni CAMEL (*Capital Adequacy, Assets Productivity, Managements, Earnings ability and Liquidity/sonvency*). Empat dari lima aspek itu masing-masing *Capital, Assets, Earnings* dan *Liquidity* dinilai dengan menggunakan rasio keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa rasio keuangan bermanfaat dalam menilai kondisi keuangan suatu perusahaan bahkan lebih dari itu, rasio keuangan bermanfaat dalam memprediksi laba perusahaan (Machfoedz, 1994).

Menurut Munawir, rasio keuangan dikelompokan menjadi 4 kelompok, yaitu, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio rentabilitas, dan rasio aktivitas.

##### 1. Rasio Rentabilitas

Rasio rentabilitas adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut (Munawir 2004:104). Rasio Rentabilitas terdiri dari :

$$1.1 \quad \text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots(5)$$

Rasio ini untuk mengukur tingkat penghasilan bersih atas modal yang diinvestasikan.

## 2.2 LAPORAN RUGI LABA

Laporan rugi-laba meringkaskan hasil dari kegiatan perusahaan selama periode akuntansi tertentu. Laporan ini sering dipandang sebagai laporan akuntansi yang paling penting dalam laporan tahunan. Kegiatan perusahaan selama periode tertentu mencakup aktivitas rutin atau operasional, di samping aktivitas-aktivitas yang sifatnya tidak rutin dan jarang muncul. Di samping itu perusahaan mungkin memutuskan untuk menghentikan lini bisnis tertentu, melakukan perubahan metode akuntansi, melaporkan item-item luar biasa. Aktivitas-aktivitas ini perlu dilaporkan dengan semestinya agar pembaca laporan keuangan memperoleh informasi yang relevan.

Nampaknya komponen dari laba bersih lebih penting dibandingkan dengan jumlah total laba bersih sebagai bahan informasi untuk tujuan analisis seperti yang disebutkan di muka. Konsekuensinya, komponen dari laba bersih seharusnya dilaporkan secara terpisah, apalagi apabila komponen tersebut cukup signifikan untuk menaksir pendapatan atau laba perusahaan pada masa mendatang. Komponen laba dari laba operasional, operasi yang dihentikan, seharusnya dilaporkan secara terpisah. Begitu juga akan lebih baik apabila ada informasi yang terpisah untuk setiap segmen geografis.

Ada tiga elemen pokok dalam laporan rugi-laba : Pendapatan operasional, Beban operasional, Laba-rugi (*Gain or Loss*). Pendapatan didefinisikan sebagai aset masuk atau aset yang naik nilainya atau hutang yang semakin berkurang atau kombinasi ketiga hal di muka, selama periode di mana perusahaan memproduksi dan menyerahkan barang atau memberikan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi pokok perusahaan. Beban operasional bisa didefinisikan

sebagai aset keluar atau pihak lain memanfaatkan aset perusahaan atau munculnya hutang atau kombinasi antar ketiganya selama periode di mana perusahaan memproduksi dan menyerahkan barang, memberikan jasa, atau melaksanakan aktivitas lain yang merupakan operasi pokok perusahaan. Untung (*Gain*) didefinisikan sebagai kenaikan modal saham dari transaksi yang bersifat insidental dan bukan merupakan kegiatan pokok perusahaan dan dari transaksi lain yang mempengaruhi perusahaan selama periode tertentu, kecuali yang berasal dari pendapatan operasional dan investasi oleh pemilik saham. Rugi (*Loss*) didefinisikan sebagai penurunan modal saham dari transaksi yang bersifat insidental dan bukan merupakan kegiatan pokok perusahaan dan dari transaksi lain yang mempengaruhi perusahaan selama periode tertentu, kecuali yang berasal dari beban operasional dan distribusi ke pemilik saham

Isi laporan rugi-laba biasanya mencakup elemen-elemen seperti berikut ini.

1. Pendapatan Operasional perusahaan
  - 2.1 Penjualan (bersih)
  - 2.2 Harga pokok penjualan
  - 2.3 Biaya operasional
  - 2.4 Pendapatan dan Biaya lainnya
  - 2.5 Biaya pajak yang berkaitan dengan Operasi perusahaan
2. Hasil dari Operasi yang dihentikan
  - 2.1 Pendapatan (Rugi) dari operasi perusahaan yang dihentikan (bersih pajak)
  - 2.2 Untung (rugi) yang berkaitan dengan pelepasan lini bisnis yang dihentikan (bersih pajak)
3. Item-item luar biasa (bersih pajak pendapatan)
4. Efek kumulatif perubahan prinsip akuntansi (bersih pajak pendapatan)
5. Laba bersih

Hanafi, Mamduh M dan Halim, Abdul (2007:56)

### 2.3 Strategi Keuangan

Analisis perbandingan kondisi keuangan berbagai perusahaan dilakukan untuk menentukan apakah perusahaan mampu melaksanakan strategi tertentu. Tujuan lain analisis keuangan adalah membantu menunjukkan kelemahan dan kekuatan dalam bidang fungsional lain dari sudut pandang operasi dan kondisi. Faktor-faktor keunggulan kondisi dari keuangan dapat menambah efisiensi dan nilai strategi. Menurut Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck dalam buku manajemen strategis dan kebijakan perusahaan faktor-faktor tersebut adalah:

1. Total sumber daya keuangan dan kekuatannya (likuiditas, leverage, profitabilitas, aktifitas dan arus kas).
2. Biaya modal yang rendah dalam hubungannya dengan industri dan para pesaing karena harga saham dan kebijakan dividen.
3. Struktur modal yang efektif, memungkinkan adanya keluwesan pengumpulan modal tambahan jika diperlukan.
4. Hubungan yang bersahabat dengan pemilik dan pemegang saham.
5. Kondisi pajak yang menguntungkan dan asuransi untuk meminimumkan risiko.
6. Perencanaan keuangan, modal kerja, dan prosedur penganggaran modal yang efisien dan efektif.
7. Sistem akuntansi untuk perencanaan, anggaran biaya, laba, dan prosedur audit yang efisien dan efektif.
8. Kebijakan penilaian persediaan.



Peran eksekutif keuangan untuk mendukung strategi bagi perusahaan. Seringkali manajer kepala keuangan dianggap penting hanya pada tahap persiapan penyusunan anggaran atau untuk menyediakan kepentingan angka-angka sebagai masukan keputusan. Disarankan agar tugas kepala keuangan juga mencakup tugas meramalkan struktur modal, menentukan alokasi sumber daya dan arus dana, dan mencairkan dana dari luar.

Analisis keuangan merupakan salah satu sarana paling penting untuk menilai kekuatan organisasi. Penanam modal menggunakan analisis keuangan untuk mengambil keputusan tentang investasinya. Analisis keuangan menyediakan suatu ukuran bagi manajer tentang jalanya perusahaan dibandingkan dengan prestasinya pada tahun-tahun yang lalu dan dengan pesaingnya. Ada empat kelompok dasar rasio keuangan yaitu likuiditas, leverage, aktivitas, dan kemampuan (profitability). Rasio likuiditas digunakan sebagai petunjuk kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Kewajiban ini termasuk setiap hutang lancar dan hutang jangka panjang yang telah jatuh tempo. Rasio leverage menyatakan sumber modal perusahaan (modal pemilik atau kreditor luar). Istilah leverage mengacu pada kenyataan bahwa menggunakan modal dengan bunga tertentu akan memperbesar keuntungan ataupun kerugian. Rasio aktivitas menunjukkan bagaimana perusahaan menggunakan sumber dayanya secara efektif dengan membandingkan pendapatan penjualan dengan sumber dana. Rasio profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah besar kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen organisasi. Rasio kemampuan menunjukkan seberapa efektif seluruh perusahaan itu dikelola.

Strategi adalah rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Daripada memusatkan seluruh waktu pada keadaan sekarang ini, para manajer mulai melihat pentingnya mencoba mengetahui lebih dulu masa depan dan bersiap untuk menghadapinya. Mereka melakukan hal ini melalui beberapa cara:

1. Menyiapkan tuntutan sistem dan prosedur untuk keputusan yang harus diambil berulang-ulang. Hal ini akan menghemat waktu yang diperlukan untuk mengambil keputusan yang lebih penting dan paling tidak menjamin adanya keputusan yang konsisten.
2. Menyiapkan anggaran dengan mencoba mengantisipasi penjualan dan arus dana dimasa yang akan datang atau dengan kata lain mereka menciptakan sistem perencanaan dan pengendalian.

Sistem penganggaran (*budgeting*) dan pengendalian ini tampaknya memang membantu, tetapi hal ini cenderung harus didasarkan pada bisnis dan kondisi sekarang. Sistem ini memberikan pengendalian atau kontrol keuangan yang lebih baik. Variasi selanjutnya mencakup sistem anggaran modal dan sistem manajemen berdasarkan sasaran (*management-by-objectives system*).

## 2.4 Laporan Keuangan

Para pelaku bisnis dan pihak pemerintah membutuhkan informasi dalam pengambilan keputusan. Untuk pengambilan keputusan yang berkenaan dengan

ekonomi, maka para pelaku bisnis dan pemerintah membutuhkan informasi tentang kondisi dan kinerja keuangan perusahaan. Berawal dari hal inilah muncul kebutuhan akan informasi akuntansi. Informasi akuntansi dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan, karena dengan kita melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, maka akan diperoleh informasi secara tepat dan jelas tentang kondisi keuangan suatu perusahaan, arus kas perusahaan dan informasi-informasi yang lain berkaitan dengan laporan keuangan.

Definisi tentang laporan keuangan telah banyak dikemukakan oleh para ahli dan praktisi bisnis, diantaranya oleh Horngren dan Harrison. Laporan keuangan menurut Horngren dan Harrison ( 1992 ), adalah dokumen-dokumen yang melaporkan bisnis individu/organisasi dalam bentuk satuan moneter/dokumen bisnis yang melaporkan suatu informasi kenyataan keuangan kepada masyarakat/organisasi-organisasi diluar bisnis tersebut (Horngren dan Harrison 1992 ). Analisis laporan keuangan merupakan hal yang sangat penting mengingat banyak pihak-pihak yang membutuhkan adanya analisis ini untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Menurut Brigham dan Gapenski(1992). Menurut Myer dalam bukunya *Financial Statement Analysis* bahwa yang dimaksud dengan laporan keuangan adalah: "Dua daftar yang disusun oleh akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan. Kedua daftar itu adalah daftar neraca atau daftar posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar rugi-laba. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan-perseroan untuk menambahkan daftar ketiga yaitu daftar surplus atau daftar laba yang tak dibagikan (laba yang ditahan)". Dalam prinsip-prinsip Akuntansi Indonesia

(Ikatan Akuntansi Indonesia, Jakarta 1974 halaman 14) secara terperinci menjelaskan tentang sifat dan keterbatasan laporan keuangan sebagai berikut "Laporan keuangan adalah laporan yang bersifat sejarah, yang tidak lain merupakan laporan atas kejadian-kejadian yang telah lewat, maka terdapat keterbatasan dalam kegunaanya", misalnya untuk maksud-maksud investasi, sebabnya adalah bahwa data-data yang disajikan oleh akuntansi semata-mata hanya didasarkan atas *cost* dan bukan atas dasar nilainya. Akibatnya timbul pertanyaan yang cukup besar antara hak kekayaan pemegang saham berupa aktiva bersih perusahaan yang dinyatakan dalam harga pokok historis dengan harga saham-saham yang tercatat dibursa. Salah satu ciri dari keuangan perusahaan adalah penggunaan laporan keuangan yang disusun berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi sebagai salah satu sumber informasi yang dipergunakan untuk melakukan analisis dan keputusan keuangan. Pada umumnya manajemen perlu untuk memahami kondisi keuangan perusahaan sebelum mengambil keputusan-keputusan penting yang akan berpengaruh terhadap kondisi keuangan perusahaan dimasa mendatang.

Manfaat utama dari adanya suatu laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang kondisi keuangan dan kinerja perusahaan pada interval waktu tertentu kepada pihak-pihak yang membutuhkannya. Menurut George Foster pihak-pihak tersebut antara lain adalah (Foster, 1986):

1. *Shareholders, investor and security analysis*

Para pemegang (shareholders) dan investor adalah pengguna utama dari laporan keuangan perusahaan. Pihak-pihak ini dapat berasal dari individual

yang memiliki sumber-sumber dana relative kecil sampai kepada lembaga-lembaga pendanaan besar seperti perusahaan asuransi dan dana pensiun.

2. *Managers*

Salah satu alasan seorang manager membutuhkan informasi keuangan adalah karena adanya penghargaan (reward) atau bonus yang umumnya didasarkan pada variable-variable dalam laporan keuangan. Manager juga menggunakan informasi laporan keuangan pada banyak keputusan yang berkenaan dengan pendanaan (financing), investasi dan operasional.

3. *Employees*

Para karyawan perusahaan memiliki kepentingan terhadap laporan keuangan, khususnya tentang kesinambungan dan profitabilitas perusahaan dan juga karyawan membutuhkan laporan keuangan sebagai alat monitor kelangsungan hidup program pensiun mereka.

4. *Lenders and other suppliers*

Dalam hubungannya dengan kreditur dan supplier perusahaan, laporan keuangan memiliki peran penting. Kreditur dan supplier sering kali menggunakan informasi pada laporan keuangan sebagai dasar pemberian pinjaman dan alat untuk memonitor liquiditas dan solvabilitas perusahaan.

5. *Customers*

Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan pada umumnya adalah dalam bentuk kewajiban hukum yang berkaitan dengan garansi, penjaminan atau manfaat yang tertunda (*deferred benefits*)

#### 6. *Government atau Regulatory Agencies*

Pemerintah membutuhkan laporan keuangan untuk peningkatan penerimaan Negara dari sisi pendapatan, pajak penjualan, pajak pertambahan nilai, kontrak-kontrak pemerintah, penentu tingkat bunga (*rate of return*) dan lain-lain.

#### 7. *Other Parties*

Pihak-pihak lain yang juga membutuhkan informasi dari laporan keuangan adalah para ahli akademisi dan organisasi perlindungan lingkungan.

Dari berbagai macam laporan perusahaan yang diterbitkan kepada para pemegang sahamnya, terdapat satu laporan yang sangat penting, yakni laporan tahunan (*Annual Report*).

Menurut Brigham & Gapenski (1996), terdapat dua jenis informasi pada laporan ini yaitu:

##### 1. Bagian informasi verbal (*verbal section*)

Bagian ini sering disajikan dalam bentuk surat atau penyajian dari Direksi atau *top management*. Surat ini berisikan gambaran dari hasil-hasil operasi perusahaan selama satu tahun lalu dan kemudian penjelasan tentang perkembangan-perkembangan baru yang akan mempengaruhi operasi di masa mendatang.

##### 2. Laporan tahunan

Menyajikan empat jenis laporan keuangan, yakni Neraca (*balance sheet*), Laporan Rugi Laba (*income statement*), Laporan Laba Ditahan (*statement of retained earnings*) dan Laporan Arus Kas (*statement of cash flows*).

Adapun menurut Gibson (1992), secara umum terdapat empat jenis laporan keuangan yang menjadi dasar suatu analisis. Dalam artian bahwa jenis-jenis laporan keuangan ini selalu dibuat oleh berbagai unit bisnis sebagai cerminan dari kegiatan operasionalnya. Laporan keuangan tersebut adalah sebagai berikut:

### 3. Neraca (*balance sheet*)

Neraca adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan dari suatu entitas akuntansi pada waktu tertentu. Laporan ini berisi assets yang merupakan sumber-sumber yang dimiliki, kewajiban-kewajiban yang merupakan hutang-hutang perusahaan dan modal pemegang saham yang merupakan kepentingan dari pemilik perusahaan.

#### 3.1 Laporan Rugi-Laba (*Income Statement*)

Ringkasan dari penerimaan, biaya-biaya dan laba serta rugi, yang diakhiri dengan penghasilan bersih (*net income*) untuk suatu periode tertentu. Ringkasan ini berisikan hasil-hasil dari operasi untuk satu periode akuntansi.

#### 3.2 Laporan Laba Ditahan (*Retained Earning Statement*)

Laporan ini menghubungkan antara neraca dan laporan rugi laba. Laporan rugi laba ditahan tidak merupakan suatu kebutuhan dari laporan keuangan, namun disiapkan pada saat laporan rugi laba, neraca, dan laporan arus kas disajikan.

#### 3.3 Laporan Akhir Kas (*Statement of Cash Flows*)

Laporan Aliran Kas merinci sumber-sumber dan penggunaan dari kas selama periode waktu tertentu, yakni periode yang sama dengan periode laporan rugi laba. Laporan ini menyajikan tiga bagian utama yakni arus kas dari kegiatan operasi, arus kas dari kegiatan investasi dan arus kas dari kegiatan pendanaan (*funding*).

## 2.5 Sifat Laporan Keuangan

Laporan keuangan dipersiapkan atau dibuat dengan maksud untuk memberikan gambaran atau laporan kemajuan (*progress report*) secara periodik yang dilakukan pihak manajemen yang bersangkutan. Jadi laporan keuangan adalah bersifat historis serta menyeluruh dan sebagai suatu *progress report* laporan keuangan terdiri dari data-data yang merupakan hasil dari suatu kombinasi antara:

1. Fakta yang telah dicatat (*recorded fact*)
2. Prinsip-prinsip dan kebiasaan-kebiasaan didalam akuntansi (*accounting convention and postulate*)
3. Pendapat pribadi (*personal judgement*)

Laporan keuangan ini dibuat atas dasar fakta dari catatan akuntansi, seperti jumlah uang kas yang tersedia dalam perusahaan maupun yang disimpan di bank, jumlah piutang, persediaan barang dagangan, hutang maupun aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan, Pencatatan dari pos-pos ini berdasarkan catatan histories dari peristiwa-peristiwa yang telah terjadi masa lampau, dan jumlah-jumlah uang yang tercatat dalam pos-pos itu dinyatakan dalam harga-harga pada waktu terjadinya tersebut.

## 2.6 Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan merupakan hal sangat penting mengingat banyak pihak-pihak yang membutuhkan adanya analisis ini untuk digunakan dalam rangka pengambilan keputusan. Pihak-pihak tersebut diantaranya adalah



para manajer corporate, analisis sekuritas, para investor dan para kreditur Pihak-pihak tersebut melakukan analisis terhadap laporan keuangan dengan berbagai kepentingan yang berbeda-beda. Fokus dari suatu analisis keuangan bergantung kepada manfaatnya, yang dapat bervariasi dari analisis yang sangat lengkap terhadap seluruh kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan sampai pada analisis yang relatif sederhana tentang likuiditas jangka pendek.

Titik awal dari suatu pelaksanaan analisis keuangan pada umumnya adalah laporan-laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan ini sesungguhnya merupakan suatu gambaran tentang kondisi perusahaan pada suatu waktu tertentu, jadi dengan mengadakan analisis terhadap laporan keuangan, maka akan diketahui tentang perubahan-perubahan yang terjadi dalam perusahaan selama kurun waktu tertentu. Menurut Brigham dan Gapenski (1992) bahwa meskipun laporan keuangan hanya mencerminkan tentang apa yang terjadi dimasa lalu, namun pertanyaan yang penting adalah kemana dan bagaimana perusahaan akan menuju di masa mendatang. Oleh karena itu para analisis menggunakan berbagai macam jenis analisis dalam menggali informasi-informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan.

Pada umumnya melakukan analisis terhadap laporan keuangan, terdapat tiga teknis analisis yang digunakan, yaitu : Analisis Laporan Keuangan secara Horizontal (Time Series Analysis), Analisis Laporan Keuangan secara Vertikal (Common Size Analysis), dan Analisis Terhadap Rasio-rasio Laporan Keuangan.

Analisis ini dilakukan dengan cara membandingkan persentase perubahan dari beberapa laporan periodik. Jadi dalam analisis ini perlu dibentuk suatu trend

yang termasuk didalamnya adalah memilih suatu tahun tertentu sebagai tahun dasar (*base year*) dan mengekspresikan item-item pada laporan keuangan setelah tahun dasar tersebut secara relative pada item-item yang sejenis yang ada pada tahun dasar. Tahun dasar dapat diberikan nilai 100% sebagai dasar perbandingan. Bentuk analisis ini dikenal dengan nama *Time Series Analysis* dengan analisis ini dapat diketahui arah kecenderungan dari bisnis perusahaan yang terjadi pada kurun waktu tertentu.

Salah satu pendorong dari dikembangkannya analisis keuangan secara vertical adalah terdapat masalah dalam membandingkan laporan keuangan perusahaan yang dimiliki perbedaan dalam ukuran (*size*). Misalkan dalam suatu perusahaan memiliki hutang jangka panjang sebesar Rp 95.715 dan perusahaan lain memiliki hutang jangka panjang sebesar Rp 78.810. Dikarenakan adanya perbedaan ukuran (*size*) antara dua perusahaan itu, maka sulit menentukan bahwa perusahaan dengan hutang terbesar juga akan memiliki tingkat *leverage* yang juga tinggi. Kesulitan ini dapat diatasi dengan menghitung persentase dari suatu pos terhadap pada yang akan dijadikan dasar perhitungan. Cara analisis semacam ini dikenal sebagai *Common Size Analysis*. Apabila dasar perbandingan telah ditentukan, maka setiap komponen yang ada dapat diperbandingkan berdasarkan jumlah aktiva lancar.

Untuk melakukan analisis terhadap rasio-rasio keuangan, dibutuhkan rasio-rasio keuangan yang mencerminkan aspek-aspek tertentu. Rasio-rasio keuangan dapat dihitung berdasarkan atas angka-angka yang terdapat pada neraca saja atau terdapat pada laporan rugi laba maupun kombinasi dan keduanya. Setiap

analisis keuangan memiliki rumusan rasio tertentu yang dianggap dapat mencerminkan aspek tertentu.

Pemilihan terhadap aspek-aspek yang akan dinilai perlu dikaitkan dengan tujuan analisis tersebut. Apabila analisis itu dilakukan oleh pihak kreditur, maka aspek yang akan dinilai akan lebih ditekankan pada seberapa jauh perusahaan mampu menganalisis kewajiban finansialnya secara tepat waktu. Sedangkan apabila analisis itu dilakukan oleh pihak investor, maka aspek yang dinilai lebih berkaitan dengan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. Menurut Suad Husnan (1997), secara keseluruhan, aspek-aspek yang dinilai pada umumnya diklarifikasikan menjadi aspek leverage, aspek likuiditas, aspek profitabilitas dan rasio-rasio pasar.

Perbedaan utama antara analisis rasio-rasio keuangan dengan analisis *time series* dan *common size* adalah analisis *time series* mengungkapkan perubahan-perubahan yang terjadi dari tahun ke tahun dan *common size* mengungkapkan hubungan antar komponen dalam laporan keuangan, maka analisis rasio lebih ditekankan untuk mengetahui komponen-komponen yang menjadi penyebab dari kemunduran atau kemajuan kinerja keuangan perusahaan.

Pada umumnya rasio-rasio keuangan diklarifikasikan menjadi empat golongan, meskipun ada pula yang menggolongkannya menjadi lima golongan. Van Horne (1995) mengklarifikasikan rasio keuangan menjadi lima, yakni *Liquidity Ratio*, *Debt Ratio*, *Profitability Ratio*, *Coverage Ratio* and *Market Value Ratio*. Suad Husnan (1997) juga menggolongkannya menjadi lima kelompok, yakni *rasio leverage*, *rasio likuiditas*, *rasio profitabilitas atau efisiensi* dan *rasio*

*nilai pasar*. Sedangkan Brealey dan Myers (1991) membaginya menjadi empat, yakni *Leverage Ratio*, *Liquidity Ratio*, *Profitability Ratio* dan *Market Value Ratio*, bahkan Harrington dan Wilson (1991) membaginya hanya menjadi tiga saja, yakni *Profitability Ratios*, *Assets Utilization or Efficiency Ratio and Capitalization or Leverage Ratios*.

## 2.7 Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah serangkaian tindakan *integrative* yang dirancang untuk memproduksi barang atau jasa yang dianggap para pelanggan berbeda dalam hal-hal yang penting bagi mereka. Strategi differensiasi menurut perusahaan untuk menjual produk kepada para pelanggan yang memiliki kebutuhan unik (Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, RE. Hoskisson, 2001:168). Strategi diferensiasi menurut Kotler (1997:328) merupakan langkah pertama yang harus ditempuh perusahaan dalam rangka penentuan posisi perusahaan tersebut di pasar sasaran. Penentuan sasaran adalah tindakan merancang penawaran serta citra perusahaan sehingga pasar pemasaran mengerti dan menghargai kedudukan perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Diferensiasi merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan antara perusahaan dengan tawaran pesaing

Michael E Porter (1993:13) menyatakan bahwa dalam diferensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya disepanjang beberapa dimensi yang secara umum dihargai oleh pembeli. Perusahaan yang melakukan diferensiasi jika perusahaan tersebut dapat memiliki keunikan dibandingkan para

pesaingnya dalam sesuatu yang dinilai penting oleh pembelinya. Dengan strategi diferensiasi atribut dan karakteristik unik dari produk perusahaan (selain biaya) memberikan nilai bagi pelanggan. Strategi diferensiasi memusatkan diri pada investasi dan pengembangan diri yang terus menerus, dan bukan fokus pada biaya, yang membedakan barang dan jasanya untuk dihargai oleh para pelanggan (Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, RE. Hoskisson, 2001:168).

Strategi generik (*generic strategy*) yang dikembangkan Michael Porter, menyatakan bahwa setiap strategi jangka panjang harus diturunkan dari strategi perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing berdasarkan salah satu dari tiga strategi generik berikut:

1. Strategi untuk mencapai keunggulan biaya menyeluruh (*overall low-cost leadership*) dalam industri. Dikenal sebagai strategi keunggulan biaya menyeluruh.
2. Strategi untuk menciptakan dan memasarkan produk unik (khas) bagi berbagai kelompok pelanggan melalui *diferensial*. Dikenal sebagai strategi Diferensiasi.
3. Melayani kebutuhan khusus satu atau beberapa kelompok konsumen atau pembeli industrial, dengan fokus pada segi biaya atau diferensiasi mereka. Dikenal sebagai Strategi Fokus.

Selain strategi generik yang bersifat jangka panjang, dikenal juga Strategi Umum yang terdiri dari Strategi Konsentrasi, Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Pengembangan Produk. Di dalam strategi pengembangan produk ini terdapat Strategi Inovasi, Strategi Integrasi Vertikal, Strategi Diversifikasi

Konsentrik, Strategi Diversifikasi Konglomerasi, Strategi turnaround, Strategi Divestasi (*divestiture*) dan Strategi Likuidasi.

Strategi diferensiasi merupakan salah satu strategi generik dari Michael Porter, disamping strategi biaya rendah dan strategi fokus tersebut diatas. Strategi diferensiasi dapat dipilih apabila produk suatu perusahaan sudah mengalami kejenuhan ditandai dengan adanya banyak kendala dalam memasarkan produk tersebut juga penurunan keuntungan perusahaan atas produk itu. Untuk dapat menerapkan strategi ini diperlukan keterampilan dan sumber daya sebagai berikut (pearce dan robinson, 1997:357):

1. Kemampuan pemasaran yang tangguh.
2. Rekayasa produk.
3. Kemampuan kreatif.
4. Kemampuan kuat dalam riset pasar.
5. Reputasi perusahaan akan kualitas atau kepemimpinan teknologi.
6. Tradisi panjang dalam industri atau kombinasi keterampilan yang unik diambil dari bisnis lain.
7. Kerjasama yang kuat dengan saluran distribusi atau pemasaran yang telah ada.

Pendekatan dalam mendiferensiasi produk dapat mengambil bentuk seperti: desain, teknologi, bentuk atau wujud produk, bentuk atau wujud kemasan, pelayanan pelanggan atau dimensi-dimensi lain yang bermuara pada terciptanya *point of differentiation*. Perusahaan biasanya mendiferensiasi dirinya dengan memusatkan perhatian pada atribut-atribut produk, baik dalam dimensi fungsi

produk maupun dalam dimensi bentuk produk yang disasarkan untuk memperoleh dan meningkatkan porsi pasar serta mematahkan pesaing (Ferdinand. Ar, 2000:24)

Selanjutnya dinyatakan strategi bisnis diferensiasi menurut bisnis yang menerapkannya memiliki keunggulan lestari yang memungkinkan memberikan kepada pelanggan sesuatu yang unik untuk berharga bagi mereka. Strategi diferensiasi yang sukses memungkinkan bisnis menyediakan produk atau jasa yang oleh pelanggan dirasakan bernilai lebih tinggi dengan biaya diferensiasi yang lebih rendah dari pada nilai premium yang dinikmati oleh pelanggan.

Diferensiasi biasanya bersumber pada satu atau beberapa kegiatan dalam mata rantai nilai (*value chain*) yang menghasilkan manfaat unik yang penting bagi pelanggan. Suatu bisnis dapat mencapai kesuksesan differensiasi dengan melakukan kegiatan yang bernilai tambah saat ini atau merekonfigurasinya dengan cara-cara tertentu yang unik. Dan kelestarian diferensiasi ini akan bergantung pada keberlanjutan tingginya nilai tambah di mata pelanggan dan ketiadaan tiruan oleh pesaing.

Perusahaan-perusahaan dapat memilih strategi diferensiasi dari berbagai sudut atau keunikan yang dimiliki, seperti misalnya rasa yang unik (Listerine), feature yang lengkap (Microsoft-Office), one stop shopping (banyak diimplementasikan oleh kebanyakan supermarket dan department store), superior service (Feedex dengan one day delivery-nya), dan lain sebagainya. Karena keunikannya ini strategi diferensiasi sukar ditiru oleh pesaingnya. Hal itu disebabkan karena strategi ini membutuhkan biaya yang mahal untuk ditiru oleh

pesaing, juga karena penguasaan teknologi membutuhkan waktu yang lama untuk dapat menirunya.

Di Indonesia, PT. Telkom memilih strategi diferensiasi dalam peluncuran Flexi karena PT. Telkom menyadari akan keunikan flexi, yaitu mobile phone dengan tarif telpon murah, atau dengan semboyannya yang terkenal ” telpon flexi bukan telepon biasa”.

## 2.8 Kerangka Berpikir

Okviantari 2007 Analisis perbedaan antara kinerja keuangan sebelum dan sesudah kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) tahun 2005 pada PT. Pandu Persada Sarana Mukti (Pandu Taksi) Semarang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan pandu taksi sebelum dan sesudah kenaikan harga BBM I, dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan kinerja keuangan sesudah harga BBM I dengan sesudah harga BBM II, kenaikan harga BBM I secara keseluruhan memberi dampak positif terhadap kinerja keuangan Pandu Taksi, dan sebaliknya kenaikan harga BBM II secara keseluruhan memberi dampak negative terhadap kinerja keuangan Pandu Taksi.

Penelitian Siti rizanah 2007 Analisis tingkat kesehatan Bank PD-BPR-BKK se-kabupaten Semarang sebelum dan setelah merger Tahun 2003-2005 UNNES. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesehatan PD. BPR-BKK sebelum dan setelah merger mengalami peningkatan di bidang *Capital* (permodalan), *Asset Quality* (kualitas aset), *Managemen* (manajemen), *Earning* (rentabilitas). Sementara rentabilitas dan likuiditas mengalami penurunan.



Penelitian Hikmawan 2007 Analisis Kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada peningkatan kinerja yang signifikan pada perusahaan untuk 2 tahun sebelum dan 2 tahun sesudah *go public*. Rasio likuiditas yang mengindikasikan adanya peningkatan kinerja yang signifikan untuk 2 tahun sebelum dan 2 tahun setelah *go public*, namun peningkatan tersebut hanya bersifat temporer dan tidak konsisten. Karena emiten dalam menetapkan kinerja perusahaan pada masa sebelum *go public* terlalu tinggi, sehingga kinerja perusahaan sesudah *go public* mengalami adanya perbaikan, tetapi dana dari hasil penjualan saham perdana ke masyarakat merupakan setoran modal bagi emiten.

Anita Sulistiyani 2008 Analisis tingkat kesehatan perusahaan perbankan sebelum dan sesudah menjadi perusahaan publik yang terdaftar di BEJ periode 2000-2006. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permodalan, manajemen, rentabilitas, likuiditas sebelum dan setelah menjadi perusahaan publik menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sedangkan kualitas aktiva sebelum dan setelah menjadi perusahaan publik menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan.

Hasil penelitian Siti Rizanah, Okviantari, Hikmawan, Anita Sulistiyani, merupakan penelitian yang menarik penulis untuk mengaitkan penelitian yang akan diambil penulis tentang Analisis kinerja keuangan, hal tersebut memacu penulis untuk melakukan penelitian yang sama dengan objek penelitian yang berbeda.

Dampak strategi diferensiasi kinerja keuangan diharapkan membawa keuntungan bagi perusahaan yang merupakan bagian dari strategi bersaing generik. Penerapan strategi bisnis diharapkan membawa dampak peningkatan pendapatan perusahaan. Yang diukur dengan *Net profit margin*, pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih. Diferensiasi jika tercapai merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan persaingan, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat terhadap persaingan karena adanya loyalitas merek dari pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan biaya rendah. (Porter, Michael E 1997:34)

Untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan, analisis keuangan memerlukan beberapa tolok ukur. Tolok ukur yang sering dipakai adalah rasio-rasio atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Analisis dan interpretasi dari macam-macam rasio dapat memberikan pandangan yang lebih baik tentang kondisi keuangan dan prestasi perusahaan bagi para analisa yang ahli dan berpengalaman dibandingkan analisis yang hanya didasarkan atas data keuangan sendiri-sendiri yang tidak berbentuk rasio (Sawir, 2005:6)

Rasio analisis keuangan meliputi dua jenis perbandingan. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan internal yaitu membandingkan rasio sekarang dan masa lalu untuk perusahaan yang sama. Jika rasio keuangan

disajikan dalam bentuk suatu daftar untuk periode beberapa tahun analisis dapat mempelajari komposisi perubahan-perubahan dan menetapkan apakah telah terdapat suatu perbaikan atau bahkan sebaliknya didalam suatu kondisi keuangan dan prestasi perusahaan selama jangka waktu tersebut. Rasio keuangan juga dapat diperhitungkan berdasarkan laporan keuangan proforma atau proyeksi, dan diperbandingkan dengan rasio sekarang atau masa lalu (Sawir, 2005:6-7)

Analisis rasio juga memiliki keterbatasan berikut beberapa kelemahan penting yang dapat ditemukan dalam menginterpretasikan rasio keuangan yaitu:

1. Rasio keuangan dapat menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah contohnya, rasio lancar yang melebihi norma perusahaan menyiratkan adanya kelebihan likuiditas yang menghasilkan penurunan laba perusahaan secara keseluruhan jika dikatkan dengan investasi perusahaan dalam aktiva. Sebaliknya rasio lancar yang berada dibawah norma perusahaan menunjukkan kemungkinan perusahaan kurang likuid dan mungkin dimasa depan tidak mampu membayar tagihan dengan tepat waktu.
2. Rata-rata perusahaan mungkin tidak memberikan target rasio atau norma yang diinginkan. Rata-rata perusahaan hanya dapat memberikan atas posisi keuangan perusahaan rata-rata dalam satu perusahaan. Itu tidak berarti suatu nilai rasio perusahaan dengan sekelompok pembanding yang telah ditentukan sendiri oleh perusahaan atau bisa juga dengan pesaing tunggalnya.
3. Banyak perusahaan menalami situasi musiman dalam kegiatan operasionalnya. Jadi pos neraca dan rasionya akan berubah sepanjang tahun saat laporan disiapkan (Keown, 2001:107).

Analisis perbedaan kinerja keuangan ini menarik untuk diteliti karena analisis perbedaan ini juga didukung oleh hasil penelitian-penelitian-penelitian

terdahulu yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kinerja keuangan sebelum dan sesudah terjadinya perubahan diferensiasi usaha.

Analisis perbedaan kinerja keuangan ditinjau dari rasio likuiditas (diwakili rasio cepat dan rasio kas), rasio rentabilitas (diwakili rasio *Net profit margin dan Return on investment*), rasio solvabilitas *DER (Debt to Equity Ratio), Debt Ratio (Rasio Hutang)*, rasio aktivitas (Periode Penagihan Rata-rata, Perputaran Aktiva Tetap, Perputaran Total Aktiva) dan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara kinerja keuangan ditinjau dari rasio likuiditas, rentabilitas, solvabilitas, aktivitas.

Analisis perbedaan kinerja keuangan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan karena setiap rencana yang baik haruslah dipahami kalau ingin digunakan sebaik-baiknya, sebaliknya kelemahan-kelemahan harus pula diakui apabila tindakan koreksi akan dilakukan.

Semakin besar tingkat risiko perluasan usaha maka semakin besar pula keuntungan yang diharapkan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis besarnya risiko investasi dan hubungannya dengan tingkat keuntungan pada perluasan usaha. Penanaman modal selalu menggunakan analisis keuangan untuk mengambil keputusan tentang investasinya. Analisis keuangan menyediakan suatu ukuran bagi manajer tentang jalannya perusahaan dibandingkan dengan prestasinya pada tahun-tahun yang lalu dan dengan pesaingnya. Ada dua kelompok dasar rasio keuangan yaitu Likuiditas dan profitabilitas (rentabilitas). Rasio likuiditas digunakan sebagai petunjuk kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Kewajiban ini termasuk setiap

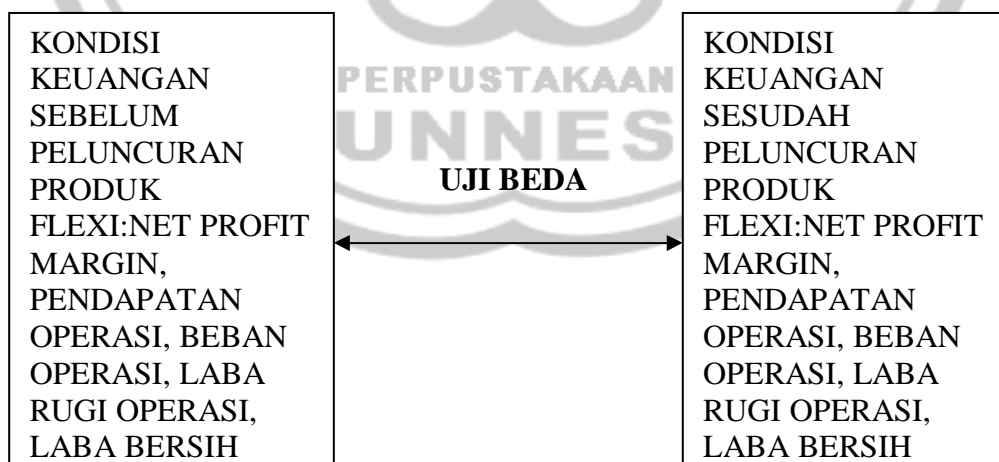
hutang lancar dan hutang jangka panjang yang telah jatuh tempo. Rasio profitabilitas (kemampulabaan) merupakan hasil bersih dari sejumlah besar kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen organisasi. Rasio profitabilitas menunjukkan seberapa efektif seluruh perusahaan itu dikelola.

Analisis keuangan dipakai pula untuk merumuskan kondisi. Kondisi adalah rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan kondisi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Daripada memusatkan seluruh waktu pada keadaan sekarang ini, para manajer mulai melihat pentingnya mencoba mengetahui lebih dulu masa depan dan bersiap untuk menghadapinya.

Untuk singkatnya ringkasan kerangka pemikiran ini dapat dilihat dari gambar berikut:

**GAMBAR 2.1**

**KERANGKA PIKIR TEORITIS**



## 2.9 HIPOTESIS

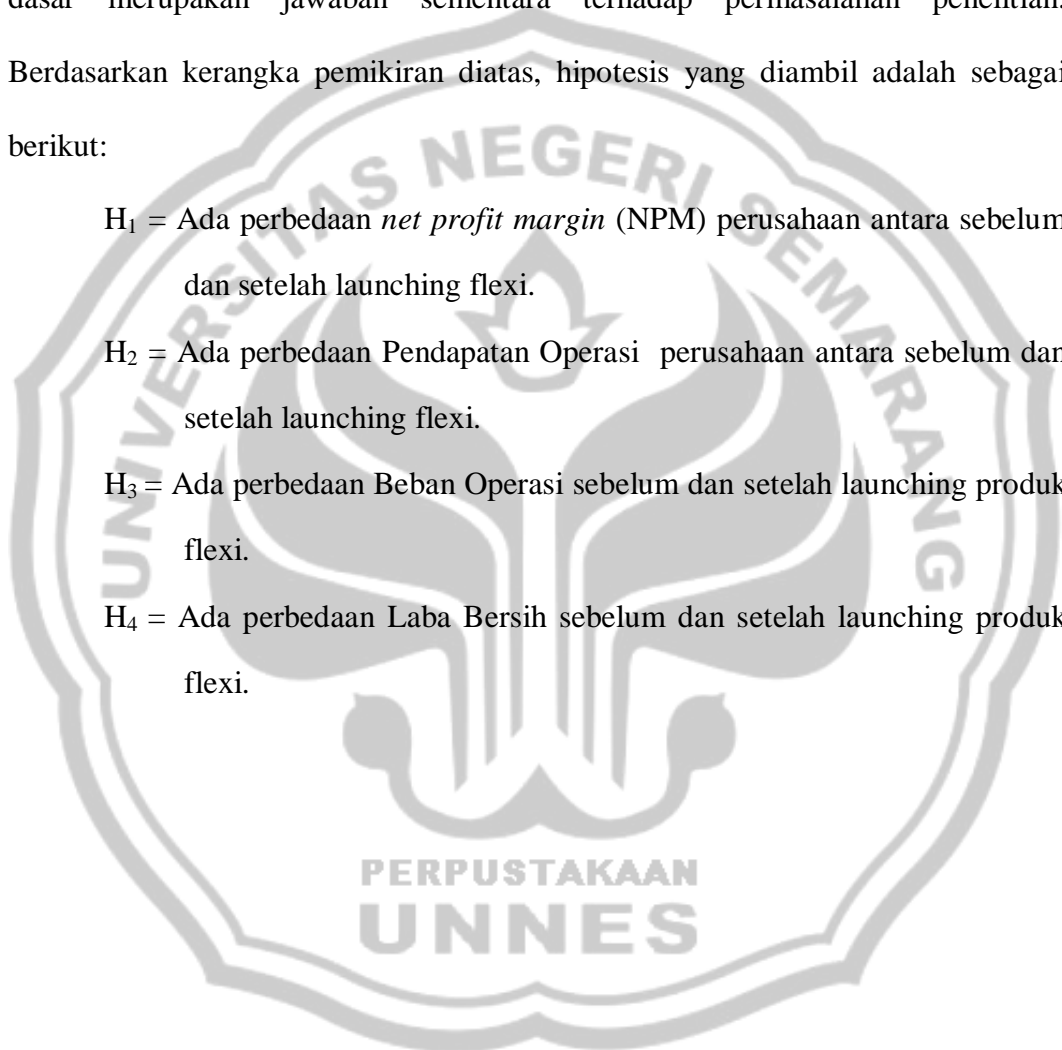
Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Suharsimi, Arikunto, 2002:64). Jadi hipotesis merupakan asumsi dasar yang dibuat secara bebas tapi logis. Asumsi dasar merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang diambil adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> = Ada perbedaan *net profit margin* (NPM) perusahaan antara sebelum dan setelah launching flexi.

H<sub>2</sub> = Ada perbedaan Pendapatan Operasi perusahaan antara sebelum dan setelah launching flexi.

H<sub>3</sub> = Ada perbedaan Beban Operasi sebelum dan setelah launching produk flexi.

H<sub>4</sub> = Ada perbedaan Laba Bersih sebelum dan setelah launching produk flexi.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang bersifat ilmiah menghendaki dipergunakannya metode yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian metode penelitian merupakan suatu hal yang mendasar dan harus ada dalam penyusunan karya ilmiah sekaligus merupakan kegiatan untuk mengembangkan dan mengkaji suatu data kebenaran pengetahuan secara ilmiah.

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah semua keseluruhan obyek penelitian (Arikunto,2002:108). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Telkom Divre IV Semarang periode waktu 2002-2005 yaitu dua tahun sebelum launching produk flexi dan dua tahun setelah launching produk flexi karena laporan keuangan sudah di terbitkan oleh pihak PT. Telkom.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto,2002:109). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Uji *parametrik*. Teknik ini ditentukan untuk memilih anggota sampel secara khusus berdasarkan tujuan penelitian.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto,2002:96). Variabel penelitian ada dua yaitu variabel dependen dan independen.

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

## 1. Rentabilitas

### 1.1 (NPM) *Net Profit Margin*

Rasio ini untuk mengukur tingkat penghasilan bersih atas modal yang diinvestasikan. *Net Profit Margin* diukur dengan laba bersih dibagi dengan pendapatan PT. Telkom Divre IV Semarang pada tahun 2002-2004 dengan *Net Profit Margin* tahun 2004-2005

Dengan indikator-indikator dari *net profit margin* adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Pendapatan Operasi, beban operasi, laba bersih

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh, dikumpulkan dan diolah terlebih dahulu oleh pihak lain. Data tersebut terdiri dari data-data laporan keuangan (laporan rugi laba) perusahaan PT. Telkom Divre IV Semarang tahun 2002-2005.

## 1. Metode Dokumentasi

Dokumentasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:135) adalah suatu cara pengumpulan data dengan mencari data-data mengenai kinerja keuangan PT. Telkom sebelum dan setelah adanya flexi., yaitu *Net profit margin* (NPM), Pendapatan Operasi, Beban Operasi, Laba Bersih.



Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yang diperoleh dari pihak kedua berupa laporan keuangan PT. Telkom Divre IV Semarang, khususnya neraca dan laporan laba rugi.

### **3.4 Metode Analisis Data**

#### **3.4.1 Analisis Deskriptif**

Penggunaan analisis deskriptif ini ditunjukkan untuk mengetahui gambaran kondisi kinerja keuangan perusahaan diukur dengan Rasio *Net profit margin* (NPM), pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih. Yaitu diferensiasi usaha sebelum dan setelah launching produk flexi.

#### **3.4.2 Uji t (*Paired sampel t-test*)**

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis data yang tersedia. Analisis terhadap data yang berupa laporan keuangan akan dilakukan pada periode sebelum dan setelah adanya flexi. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui perkembangan kinerja keuangan perusahaan selama periode sebelum dan setelah adanya flexi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji p value

Untuk menguji ada tidaknya perbedaan yang cukup berarti (signifikan) antara sebelum peluncuran flexi dan setelah peluncuran flexi dapat digunakan uji paired sampel test. Adapun langkah-langkah pengujianya adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis
2. Menentukan daerah kritis dengan  $\alpha = 5\%$

3. Menentukan daerah penerimaan  $H_a$  penolakan  $H_0$

Rumus (sulaiman, wahid, 2002 :64)

$$t = \frac{D}{S_D / \sqrt{n}} \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan:

$D$  = mean dari nilai-nilai  $D_i$

$S_D$  = standar deviasi dari nilai-nilai  $D_i$

$n$  = banyaknya pasangan

$t$  = distribusi sampling  $t$  dengan derajat bebas  $n$



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik dalam penelitian ini menerangkan tentang hasil kinerja keuangan PT. Telkom Divre IV Semarang dari tahun 2002-2003 (sebelum launching flexi) dan tahun 2004-2005 (setelah launching flexi) dilihat dari rata-rata *net profit margin* (NPM), Pendapatan Operasi, Beban Operasi, Laba rugi operasi, Laba Bersih dan analisis trend.

##### 4.1.1 Net Profit Margin (NPM)

*Net profit margin* merupakan perbandingan keuntungan bersih terhadap pendapatan.

Perhitungan *Net profit margin* Tahun 2002-2003 adalah

Bulan Januari 2002

Laba Bersih Rp. 44.603.096.225

Penjualan bersih Rp. 101.775.006.495

Maka, perhitunganya adalah:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Lababersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} & \frac{44.603.096.225}{101.775.006.495} \times 100\% \\ & = 43,82\% \end{aligned}$$

Data selengkapnya dari perhitungan *Net profit margin* dapat dilihat pada lampiran. Dari perhitungan tersebut diperoleh data bahwa rata-rata *net profit margin* sebelum dan setelah launching produk flexi. Lebih jelasnya dapat dilihat tabel 1 dibawah .

**Tabel. 1**  
Rata-rata *Net profit margin* sebelum dan setelah launching flexi

		Paired Samples Statistics			
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	NPMsebelumlaunching flexi	44.1340	20	2.93416	.65610
	NPMsetelahlaunchingflexi	45.6215	20	11.00917	2.46173

Rata-rata *Net Profit Margin* sebelum launching flexi mencapai 44.1340 dan mengalami peningkatan sedikit menjadi 45.6215 setelah launching produk flexi. *Net Profit Margin* tersebut mengalami kenaikan sebesar 3,38 %. Hal ini berarti bahwa adanya launching flexi rasio keuntungan bersih dengan pendapatannya meningkat sedikit.

Untuk mengetahui perbedaan *Net Profit Margin* antara sebelum dan setelah launching produk flexi dapat dilihat dari hasil uji t paired sample test sebagai berikut.

**Tabel. 2**

Hasil Uji perbedaan *Net Profit Margin* antara sebelum dan setelah launching produk flexi.

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 NPMsebelum launching flexi - NPMsetelah launching flexi	-1.48750	11.68208	2.61219	-6.95488	3.97988	-5.694	19	.576

Untuk menguji perbedaan rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) antara sebelum dan setelah launching produk flexi dapat dilihat uji paired sample test nilai Probabilitas value dengan sig 0,576 > 0,05 maka disimpulkan tolak  $H_a$  artinya ada perbedaan yang signifikan atau tidak berarti *Net Profit Margin* (NPM) secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi di tolak, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan yang tidak signifikan antara rata-rata keuntungan sebelum dan sesudahnya.

#### 4.1.2 Pendapatan Operasi

**Tabel .3**

Rata-rata pendapatan Operasi sebelum dan setelah launching flexi

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	JPOsebelumlaunchingflexi	1.1460E11	20	6.29946E9	1.40860E9
	JPOsetelahlaunchingflexi	1.4071E11	20	2.31037E10	5.16615E9

Nampak dari tabel diatas, rata-rata pendapatan operasi sebelum dan setelah launching flexi mencapai Rp.114.600 milyar dan mengalami peningkatan menjadi Rp.140.710 milyar setelah launching flexi. Pendapatan operasi tersebut mengalami kenaikan 22,78%. Untuk mengetahui perbedaan kedua kondisi tersebut dapat dilihat dari hasil uji t paired sampel test adalah sebagai berikut.

**Tabel .4**

Hasil Uji perbedaan Pendapatan Operasi antara sebelum dan setelah launching produk flexi

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	JPOsebelumlaunchingflexi - JPOsetelahlaunchingflexi	-2.61068E10	2.24180E10	5.01281E9	3.65988E10	1.56149E10	-5.208E0	2.E1	.000

Untuk menguji perbedaan rata-rata Pendapatan operasi antara sebelum dan setelah launching produk flexi dapat dilihat uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan terima  $H_a$  artinya ada perbedaan Pendapatan operasi secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata Pendapatan operasi yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi diterima, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata keuntungan sebelum dan sesudahnya.

#### 4.1.3 Beban Operasi

**Tabel. 5**

Rata-rata Beban Operasi sebelum dan setelah launching flexi

**Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	JBOsebelumlaunchingflexi	3.3204E10	20	2.62990E9	5.88063E8
	JBOsetelahlaunchingflexi	8.2803E10	20	1.53306E10	3.42803E9

Nampak dari tabel diatas, rata-rata Beban operasi sebelum dan setelah launching flexi mencapai Rp. 33.204 milyar dan mengalami peningkatan menjadi Rp.82.803 milyar setelah launching flexi. Beban operasi tersebut mengalami kenaikan 149.37%. Untuk mengetahui perbedaan kedua kondisi tersebut dapat dilihat dari hasil uji t paired sampel test adalah sebagai berikut.

**Tabel .6**

Hasil Uji perbedaan Beban Operasi antara sebelum dan setelah launching produk flexi

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	JBOsebelum launching flexi - JBOsetelah launching flexi	-4.95996E10	1.36139E10	3.04416E9	-5.59712E10	4.32281E10	1.629E1	19	.000

Untuk menguji perbedaan rata-rata Beban operasi antara sebelum dan setelah launching produk flexi dapat dilihat uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan terima  $H_a$  artinya ada perbedaan Beban operasi secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata Beban operasi yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi diterima, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata beban operasi sebelum dan sesudahnya.



#### 4.1.4 Laba Bersih

**Tabel .9**

Rata-rata Laba Bersih sebelum dan setelah launching flexi

		Paired Samples Statistics			
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	LabaBersihsebelumlauchingflexi	5.0693E10	20	5.54469E9	1.23983E9
	LabaBersihsetelahlauchingflexi	6.4156E10	20	1.88965E10	4.22539E9

Nampak dari tabel diatas, rata-rata Laba Bersih sebelum dan setelah launching flexi mencapai Rp.50.693 milyar dan mengalami peningkatan menjadi Rp.64.156 milyar setelah launching flexi. Laba Bersih tersebut mengalami kenaikan 26,55%. Untuk mengetahui perbedaan kedua kondisi tersebut dapat dilihat dari hasil uji t paired sampel test adalah sebagai berikut.

**Tabel. 9**

Hasil Uji perbedaan Laba Bersih antara sebelum dan setelah launching produk flexi

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	LabaBersihsebelumlauchingflexi - LabaBersihsetelahlauchingflexi	-1.34623E10	1.95245E10	4.36582E9	-2.26000E10	4.32450E9	3.084E0	19	.006

Untuk menguji perbedaan rata-rata Laba bersih antara sebelum dan setelah launching produk flexi dapat dilihat uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,006 < 0,05$  maka disimpulkan terima  $H_a$  artinya ada perbedaan Laba bersih secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata Laba bersih yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi diterima, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata keuntungan sebelum dan sesudahnya.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 NPM (*net profit margin*)

Dari hasil penelitian diketahui bahwa NPM (*Net profit margin*) pada PT. Telkom Divre IV Semarang secara rata-rata setelah launching mengalami peningkatan dibandingkan nilai sebelum launching produk flexi, peningkatan yang sedikit ini disebabkan oleh salah satu komponen produk flexi baru diluncurkan masih dalam promosi besar-besaran biaya-biaya periklanan promosi flexi untuk pengenalan produk baru flexi.

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata *Net profit margin* pada tahun 2002-2003 (sebelum launching flexi) mencapai 44.1340 sedangkan pada tahun 2004-2005 (setelah launching produk flexi) mencapai 45.6215 atau mengalami kenaikan sedikit sebesar 3,38%. Hal ini berarti bahwa dengan adanya launching produk flexi rasio keuntungan bersih dengan pendapatannya mengalami

kenaikan yang tidak relatif tinggi. Untuk menguji perbedaan rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) antara sebelum dan setelah launching produk flexi dapat dilihat uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,576 > 0,05$  maka disimpulkan tolak  $H_a$  artinya ada perbedaan *Net Profit Margin* (NPM) secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi di tolak, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata keuntungan sebelum dan sesudahnya.

Nilai NPM (*Net profit margin*) sebelum dan setelah launching perlu ditingkatkan karena dari bulan kebulan kenaikan tidak beraturan setelah adanya flexi, dengan cara mengurangi biaya operasi yang mengakibatkan nilai NPM (*Net profit margin*) berkurang bahkan hasilnya dari bulan kebulan tidak beraturan (fluktuatif) dilihat pada lampiran laba rugi PT.Telkom Divre IV Semarang 2002-2005.

#### **4.2.2 Pendapatan Operasi**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pendapatan Operasi pada PT. Telkom Divre IV Semarang secara rata-rata setelah launching mengalami peningkatan dibandingkan nilai sebelum launching produk flexi, peningkatan ini disebabkan oleh beberapa komponen yaitu dari beberapa pendapatan operasi yang meliputi pendapatan SLI, interkoneksi seluler, telex, telegraf, sirkit, jasnita,

kerjasama yang kurun waktu mengalami peningkatan. Kurun waktu tersebut merupakan dua tahun sebelum dan dua tahun sesudah peluncuran produk flexi. Dari laporan laba rugi tersebut diketahui bahwa pendapatan operasi yang diperoleh mengalami kenaikan yang tinggi.

Laporan Pendapatan operasi menunjukkan kenaikan 22,78%. Kenaikan ini karena disebabkan penurunan biaya operasi terutama dalam biaya pemeliharaan dan pemasaran, penggunaan peralatan PT. Telkom Divre IV Semarang yang lebih efisien, aktivitas bagian penjualan yang lebih efektif dan diperoleh daerah penjualan yang baru.

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata Pendapatan pada tahun 2002-2003 (sebelum launching flexi) mencapai Rp.114.600 milyar sedangkan pada tahun 2004-2005 (setelah launching produk flexi) mencapai Rp.140.710 milyar. atau mengalami kenaikan sebesar 22,78%. Hal ini berarti bahwa dengan adanya launching produk flexi pendapatannya semakin meningkat. Untuk melihat perbedaan pendapatan antara sebelum dan setelah launching produk flexi dilihat dari uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan terima  $H_a$  artinya ada perbedaan Pendapatan operasi secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata Pendapatan operasi yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi diterima, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata keuntungan sebelum dan sesudahnya.

### 4.2.3 Beban Operasi

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Beban Operasi pada PT. Telkom Divre IV Semarang secara rata-rata setelah launching mengalami peningkatan dibandingkan dengan nilai sebelum launching produk flexi, peningkatan ini disebabkan oleh beberapa komponen yaitu dari beberapa Beban Operasi yang meliputi Beban karyawan, operasional dan pemeliharaan, umum dan administrasi, pemasaran yang kurun waktu mengalami peningkatan

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata Beban operasi pada tahun 2002-2003 (sebelum launching flexi) mencapai Rp.33.204 milyar sedangkan pada tahun 2004-2005 (setelah launching produk flexi) mencapai Rp. 8.2803 milyar atau mengalami kenaikan sebesar 149,37%. Hal ini berarti bahwa dengan adanya launching produk flexi Beban operasi semakin meningkat. Untuk melihat perbedaan Beban operasi antara sebelum dan setelah launching produk flexi dilihat dari uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan terima  $H_a$  artinya ada perbedaan Beban operasi secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata Beban operasi yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi diterima, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata beban operasi sebelum dan sesudahnya

#### 4.2.4 Laba Bersih

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Laba Bersih pada PT. Telkom Divre IV Semarang secara rata-rata setelah launching mengalami peningkatan dibandingkan nilai sebelum launching produk flexi, peningkatan ini disebabkan oleh komponen yaitu dari Laba rugi operasi, pemasaran yang kurun waktu mengalami peningkatan dan belum berkurang dengan pembayaran pajak.

Dampak strategi differensiasi kinerja keuangan diharapkan membawa keuntungan bagi perusahaan yang merupakan bagian dari strategi bersaing generik. Penerapan strategi bisnis diharapkan membawa dampak peningkatan pendapatan laporan keuangan perusahaan. Yang diukur dengan *Net profit margin*, pendapatan operasi, beban operasi, laba rugi operasi, laba bersih. Hal ini dapat dipahami karena meskipun strategi diferensiasi memberikan peningkatan dalam hal pendapatan namun biaya operasionalnya juga turut mengalami peningkatan sehubungan dengan adanya produk baru tersebut. Selanjutnya keuntungan yang ada juga dipakai untuk membiayai proyek-proyek membangun infrastruktur baru yang memang diperlukan dan mendukung teknologi flexi. Dengan demikian, strategi diferensiasi diharapkan merupakan jangka panjang yang menjadi tujuan dari perusahaan.

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata Laba bersih pada tahun 2002-2003 (sebelum launching flexi) mencapai Rp.50.693 milyar sedangkan pada tahun 2004-2005 (setelah launching produk flexi) mencapai Rp. 64.156 milyar atau mengalami kenaikan sebesar 26,56%. Hal ini berarti bahwa dengan adanya launching produk flexi Laba bersih semakin meningkat. Untuk

melihat perbedaan Laba Bersih antara sebelum dan setelah launching produk flexi dilihat dari uji paired sample test nilai Probabilitas value  $0,006 < 0,05$  maka disimpulkan terima  $H_a$  artinya ada perbedaan Laba bersih secara statistik dari PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi. Hal ini bisa dilihat pada signifikan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan ada perbedaan rata-rata Laba bersih yang diterima oleh PT.Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching flexi diterima, dengan kata lain bahwa ternyata peluncuran flexi memberikan dampak perbedaan antara rata-rata keuntungan sebelum dan sesudahnya.

Penerapan strategi bisnis dengan peluncuran Telkom flexi membawa dampak peningkatan pendapatan operasi, beban operasi, laba bersih, laba rugi, tapi penurunan dalam hal NPM. Sehubungan dengan adanya produk baru tersebut sehingga NPM mengalami penurunan selanjutnya keuntungan yang ada juga dipakai untuk membiayai proyek-proyek membangun infrastruktur baru yang memang diperlukan dan mendukung teknologi flexi.

Dampak strategi diferensiasi atau perluasan usaha kinerja keuangan diharapkan membawa keuntungan bagi perusahaan yang merupakan bagian dari strategi bersaing generik. Penerapan strategi bisnis diharapkan membawa dampak peningkatan pendapatan perusahaan (Porter, Michael E 1997:34). Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan terdapat perbedaan antara pendapatan, beban, laba bersih, antara sebelum dan setelah launching produk flexi. Tetapi NPM menunjukkan tidak ada perbedaan antara sebelum dan setelah launching produk flexi, hal ini di karenakan berdasarkan data penelitian pendapatan setelah

launching mengalami kenaikan dari Rp. 114.600 milyar menjadi Rp. 140.710 milyar atau 22,78% yang di ikuti oleh kenaikan biaya setelah launching dari Rp. 33.204 milyar menjadi 82.803 milyar atau 149,37%. Demikian pula, dari segi laba setelah launching mengalami kenaikan Rp.50.693 milyar menjadi 64.156 milyar atau 26,56% sehingga mengakibatkan NPM tidak berbeda.

Hal ini dapat dipahami. Karena, meskipun strategi diferensiasi memberikan peningkatan dalam hal pendapatan namun, biaya operasionalnya juga turut mengalami peningkatan yang proporsional maka dapat berdampak NPM tidak berbeda, Selanjutnya keuntungan yang ada juga dipakai untuk membiayai proyek-proyek membangun infrastruktur baru yang memang diperlukan dan mendukung teknologi flexi. Dengan demikian, strategi diferensiasi diharapkan merupakan jangka panjang yang menjadi tujuan dari perusahaan. Sehubungan dengan adanya produk baru tersebut dan penelitian dilakukan di Semarang yang selang waktunya hanya dua tahun sebelum dan dua tahun sesudah.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Simpulan yang diambil dari hasil penelitian kinerja keuangan PT. Telkom Divre IV Semarang sebelum dan setelah launching produk flexi dilihat dari pembahasan analisis rasio rentabilitas NPM (*Net Profit Margin*), pendapatan operasi, Beban operasi, laba rugi operasi, Laba bersih, analisis trend adalah sebagai berikut:

##### **1 Rentabilitas**

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata *Net profit margin* sebelum dan setelah launching flexi mengalami kenaikan sedikit sebesar 3,38%. Tidak ada perbedaan *Net profit margin* antara sebelum dan setelah launching flexi.

##### **2 Pendapatan operasi**

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata Pendapatan antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami kenaikan sebesar 22,78%. Ada perbedaan Pendapatan operasi antara sebelum dan setelah launching flexi.

##### **3 Beban operasi**

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata Beban operasi antara sebelum dan setelah launching flexi mengalami kenaikan sebesar 149,37%. ada perbedaan Beban operasi antara sebelum dan setelah launching flexi.

#### 4 Laba Bersih

PT. Telkom Divre IV Semarang dilihat dari Rata-rata Laba mengalami kenaikan sebesar 26,56%. Ada perbedaan Laba bersih antara sebelum dan setelah launching flexi.

### 5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan di atas adalah sebagai berikut Penerapan strategi bisnis dengan peluncuran produk flexi yang dilakukan oleh PT. Telkom Divre IV Semarang membawa dampak peningkatan pendapatan tetapi penurunan dalam hal *Net profit margin*. Hal ini dapat dipahami karena meskipun strategi memberikan peningkatan dalam hal pendapatan, beban dan laba sehubungan dengan adanya produk baru tersebut sehingga (NPM) *net profit margin* mengalami penurunan. Selanjutnya keuntungan yang ada juga dipakai untuk membiayai proyek-proyek membangun infrastruktur baru yang memang di perlukan dan mendukung teknologi flexi. Dengan demikian, laba bersih, (NPM) *net profit margin* ini belum bisa dilihat meningkat, untuk perbaikan kinerja NPM maka saran yang diberikan yaitu efisiensi biaya dan tetap mempertahankan peningkatan pendapatan agar NPM bisa mengalami peningkatan dan ada perbedaan. Mengingat analisis dilakukan selang dua tahun sejak diluncurkannya flexi. Hal ini mudah dimengerti karena penerapan strategi baru yang berbasis diferensiasi merupakan strategi jangka panjang yang baru akan kelihatan hasilnya setelah paling tidak lima tahun kedepan.

Tetap mempertahankan produk flexi untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, Karena produk ini termasuk produk baru, jadi sebaiknya PT. Telkom tetap melakukan promosi untuk produk ini agar tidak kalah dengan kompetitor-kompetitornya yang memang menawarkan produk yang serupa dengan flexi, Menambah jaringan transmisi, hal ini dimaksudkan untuk memperluas jaringan yang ada agar konsumen semakin puas dengan produk flexi.

Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya menambah variabel dan rasio misal rasio cepat, rasio kas,(rasio likuiditas). *Tangible Asset Debt Coverage* (rasio *leverage*) untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang dan *Total asset turnover*, *Receivable turnover*, *Average collection periode*, *working capital turnover* (rasio aktivitas) untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kegiatan perusahaan. meneliti pada PT. Telkom cabang semarang atau luar kota semarang sehingga dapat diketahui gambaran yang lebih lengkap yang bisa terlihat secara detail mengenai peluncuran produk flexi (Diferensiasi usaha).

## DAFTAR PUSTAKA

- Anelini P, G Maresca and D russo, 1995, " Systematic Risk in the Netting System" *Jornal of Banking and Finance* 20 (1996) 853-868
- Altman, Edward I, 1968, "*Financial Ratio, Discriminant Analysis and The Prediction of Corporate Bangkrupthy.*
- Beaver, William H, (1996), " Financial Ratio as Predictors of Failure" *Journal pf Accounting Research*, p.71-111.
- Damodar, Gurajati. 1997. *Ekonomitrika Dasar*. Edisi Kelima. Jakarta. Erlangga.
- Francis, J. Clark, 1991, *Investment: Analysis and Management*, Fifth Edition, McGraw-Hill Book Co.
- Gorys, Keraf. 2001. *Komposisi*. Flores:Nusa Indah.
- Harahap, Sofyan Syafri, 2002, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, Cetakan Ketiga, PT R aja Grafindo Persada; Jakarta.
- Hikmawan, 2007 "Analisis Kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta". Skripsi. Semarang : FE UNNES.
- Husnan Suad (1993), *Manajemen Keuangan*, BPFE, Yogyakarta.
- Keown Arthor J. 2001. *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lawrence R. Jauch, William F. Glueck, *Manajemen Strategis dan kebijaksanaan Perusahaan*, edisi ketiga.
- Munawir, 2001, *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat, Cetakan Keduabelas, Liberty; Yogyakarta.
- Okviantari, 2007 "Analisis perbedaan antara kinerja keuangan sebelum dan sesudah kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) tahun 2005 pada

PT. Pandu Persada Sarana Mukti (Pandua Taksi) Semarang”. Skripsi.  
Semarang : FE UNNES.

Porter, Michael, 1993, Keunggulan Bersaing, Jakarta:Erlangga

Rizanah, siti 2007 “Analisis tingkat kesehatan Bank PD. BPR-BKK se-kabupaten  
semarang sebelum dan setelah merger Tahun 2003-2005”. Skripsi.  
Semarang : FE UNNES.

Suharsimi, Arikunto 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.  
Jakarta: Rineka Cipta.

Sulaiman, Wahid, 2002. ”*Jalan pintas menguasai ”SPSS 10”* Yogyakarta:Andi

Sulistiyani, Anita 2008 “Analisis tingkat kesehatan perusahaan perbankan  
sebelum dan sesudah menjadi perusahaan publik yang terdaftar di BEJ  
periode 2000-2006”. Skripsi. Semarang : FE UNNES.

Triton, 2006. *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*”. Andi, Yogyakarta

Yanottama, Andy, 2006 ”*pengaruh strategi diferensiasi*” Manajemen 2006

