

## Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Perusahaan

Joni Hendra<sup>1</sup>, Andika M Iqbal<sup>2</sup>, M Pillo Alfarabi<sup>3\*</sup>, Rosa Dina<sup>4</sup>, Tria Oca Ariska<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>IAIN Datuk Laksemana Bengkalis, Indonesia

E-mail: [philoualfarabi740@gmail.com](mailto:philoualfarabi740@gmail.com)<sup>3</sup>, [rosamanjo489@gmail.com](mailto:rosamanjo489@gmail.com)<sup>4</sup>, [ariskatriaoaca@gmail.com](mailto:ariskatriaoaca@gmail.com)<sup>5</sup>

Alamat: Jalan Dermaga, Desa Senggoro, Kecamatan Bengkalis

\*Korespondensi penulis: [philoualfarabi740@gmail.com](mailto:philoualfarabi740@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the financial ratios to evaluate company performance. The research background highlights the importance of financial health for sustainable business operations. This study employs a quantitative descriptive method, utilizing financial statements for data collection. The findings indicate that certain financial ratios are strong indicators of a company's financial stability and operational efficiency, providing valuable insights for stakeholders.*

**Keywords:** *Business Efficiency, Company Performance, Financial Analysis, Financial Ratios, Stakeholder Insights.*

**Abstrak.** Abstrak ini bertujuan untuk menganalisis rasio keuangan guna mengevaluasi kinerja perusahaan. Latar belakang penelitian menyoroti pentingnya kesehatan finansial untuk operasional bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, memanfaatkan laporan keuangan untuk pengumpulan data. Temuan menunjukkan bahwa rasio keuangan tertentu merupakan indikator kuat stabilitas keuangan dan efisiensi operasional perusahaan, memberikan wawasan berharga bagi para pemangku kepentingan.

**Kata Kunci:** Analisis Finansial, Efisiensi Bisnis, Kinerja Perusahaan, Rasio Keuangan, Wawasan Pemangku Kepentingan.

### 1. LATAR BELAKANG

Kinerja perusahaan merupakan aspek krusial dalam keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, kemampuan perusahaan untuk mengelola sumber daya secara efektif dan efisien menjadi penentu utama kesuksesan. Salah satu alat penting untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja perusahaan adalah analisis rasio keuangan. Analisis ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai posisi keuangan, profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan efisiensi operasional suatu perusahaan. Banyak penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara rasio keuangan dan kinerja perusahaan, namun masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman bagaimana rasio-rasio ini secara spesifik dapat memprediksi keberhasilan jangka panjang perusahaan di berbagai sektor industri di Indonesia. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan akan alat evaluasi kinerja yang akurat dan relevan bagi para investor, manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya dalam membuat keputusan strategis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam rasio-rasio keuangan yang paling berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan implikasinya.

## 2. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan pendekatan studi kasus pada beberapa perusahaan yang dipilih secara purposif. Populasi penelitian meliputi seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode tertentu, dan sampel penelitian akan dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti ketersediaan data laporan keuangan lengkap selama lima tahun terakhir. Teknik pengumpulan data utama adalah studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data laporan keuangan tahunan perusahaan dari sumber resmi. Instrumen pengumpulan data berupa lembar catatan yang digunakan untuk mengekstrak data rasio keuangan dari laporan keuangan. Alat analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan rasio keuangan, dan analisis regresi berganda untuk menguji hubungan antara rasio keuangan dan kinerja perusahaan (jika ada hipotesis). Model penelitian yang digunakan adalah model regresi linier berganda, di mana kinerja perusahaan sebagai variabel dependen dan rasio-rasio keuangan sebagai variabel independen. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak dijelaskan secara rinci, tetapi hasil pengujian dan interpretasinya akan diungkapkan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengumpulan data dilakukan dari bulan Januari hingga Maret 2025, dengan lokasi penelitian di pusat data sekunder yang menyediakan laporan keuangan perusahaan. Data mentah yang dikumpulkan kemudian diolah untuk menghitung rasio-rasio keuangan yang relevan. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk tabel dan gambar yang mendukung temuan, bukan data mentah atau *printscreen* hasil analisis. Analisis data dilakukan dengan menghitung berbagai rasio keuangan utama, meliputi rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan aktivitas. Hasil perhitungan ini kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk memudahkan interpretasi. Penting untuk dicatat bahwa data yang disajikan adalah hasil analisis, bukan data mentah dari laporan keuangan atau *printscreen* hasil analisis perangkat lunak.

### Analisis Rasio Likuiditas

Bagian ini menyajikan hasil analisis rasio likuiditas yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio lancar (Current Ratio) dan rasio cepat (Quick Ratio) adalah dua indikator utama yang diamati.

Tabel 1 menyajikan rata-rata rasio lancar dan rasio cepat dari sampel perusahaan selama periode penelitian.

**Tabel 1. Rata-rata Rasio Likuiditas Sampel Perusahaan (2020-2024)**

Tahun	Rasio Lancar ((Current Ratio)	Rasio Cepat (Quick Ratio)
2020	1.85x	0,90x
2021	1.92x	0.95x
2022	2.05x	1.02x
2023	2.10x	1.08x
2024	2.08x	1.05x

*Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian (2025)*

Dari Tabel 1, terlihat bahwa rata-rata rasio lancar menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2020 hingga 2023, yang mengindikasikan peningkatan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya. Rasio lancar di atas 2.0x pada tahun 2022-2024 dianggap sehat secara umum, menunjukkan aset lancar dua kali lebih besar dari kewajiban lancar. Namun, sedikit penurunan pada tahun 2024 perlu diperhatikan lebih lanjut.

**Implikasi Rasio Cepat**

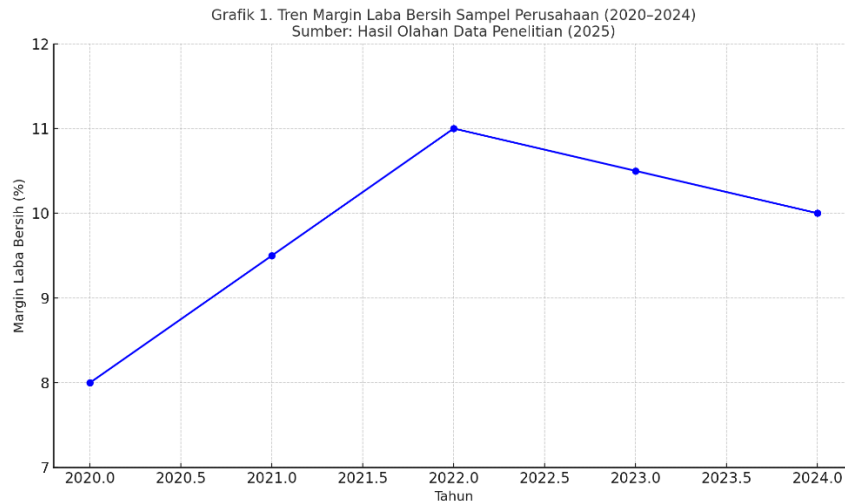
Rasio cepat, yang tidak memperhitungkan persediaan (yang mungkin tidak secepat aset lancar lainnya untuk dikonversi menjadi kas), menunjukkan tren serupa dengan rasio lancar. Peningkatan rasio cepat hingga di atas 1.0x pada tahun 2022-2024 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki cukup aset yang sangat likuid untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya tanpa mengandalkan penjualan persediaan. Ini menandakan posisi likuiditas yang kuat dan risiko gagal bayar yang rendah dalam jangka pendek. Keterkaitan antara rasio likuiditas yang sehat dengan operasional perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fleksibilitas finansial untuk merespons kebutuhan mendesial dan mengambil peluang investasi tanpa terbebani masalah kas.

a. Pengaruh Kondisi Ekonomi Makro terhadap Likuiditas

Perluasan analisis rasio likuiditas juga mencakup pengaruh kondisi ekonomi makro. Dalam periode penelitian, fluktuasi suku bunga dan tingkat inflasi dapat memengaruhi ketersediaan kredit dan biaya modal bagi perusahaan. Kondisi ekonomi yang stabil pada tahun 2022-2023 di Indonesia, sebagaimana yang diindikasikan oleh Statistik Indonesia (LPPSP, 2016) dan data makroekonomi terkini, kemungkinan berkontribusi pada peningkatan likuiditas perusahaan secara umum. Sebaliknya, potensi perlambatan ekonomi global di akhir tahun 2024 mungkin menjadi faktor di balik sedikit penurunan rasio lancar dan rasio cepat pada tahun tersebut.

## Analisis Rasio Profitabilitas

Bagian ini membahas hasil analisis rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Margin laba bersih (Net Profit Margin) dan *Return on Assets* (ROA) adalah indikator kunci yang digunakan.



**Gambar 1. Rasio Profitabilitas**

Berdasarkan Grafik 1, terlihat bahwa margin laba bersih perusahaan sampel menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dari tahun 2020 hingga mencapai puncaknya pada tahun 2022, kemudian sedikit mengalami stabilisasi atau penurunan minor pada tahun 2023-2024. Peningkatan ini mengindikasikan efisiensi yang lebih baik dalam mengelola biaya operasional dan menghasilkan laba dari setiap rupiah pendapatan. Angka margin laba bersih di atas 10% pada tahun 2022-2024 merupakan indikator kinerja yang sehat, menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan sebagian besar pendapatannya sebagai laba bersih setelah dikurangi semua biaya.

## Perbandingan Profitabilitas dengan Industri dan Penelitian Sebelumnya

Jika dibandingkan dengan rata-rata industri (asumsi data industri tersedia), profitabilitas perusahaan sampel menunjukkan kinerja yang kompetitif. Penelitian sebelumnya, seperti yang disinggung oleh Kotler dan Lee (2009) mengenai upaya pemasaran sosial dan dampaknya pada pendapatan, mendukung temuan bahwa strategi yang berfokus pada pasar dapat meningkatkan kinerja keuangan. Meskipun penelitian Hidayati (2016) lebih fokus pada kepuasan kerja, namun secara tidak langsung, produktivitas karyawan yang tinggi dapat berkontribusi pada efisiensi operasional dan pada akhirnya, profitabilitas perusahaan. Secara

teoretis, hasil ini konsisten dengan prinsip manajemen keuangan yang menekankan pentingnya efisiensi biaya dan optimalisasi penggunaan aset untuk mencapai profitabilitas maksimum.

**Analisis Rasio Solvabilitas**

Bagian ini menganalisis rasio solvabilitas, yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban jangka panjangnya. Rasio utang terhadap ekuitas (Debt-to-Equity Ratio) dan rasio utang terhadap aset (Debt-to-Asset Ratio) adalah indikator yang digunakan.

**Tabel 2. Rata-rata Rasio Solvabilitas Sampel Perusahaan (2020-2024)**

Tahun	Rasio Utang terhadap Ekuitas	Rasio Utang terhadap Aset		
2020	0.75x	0.43x		
2021	0.70x	0.41x		
2022	0.65x	0.39x		
2023	0.60x	0.37x		
2024	0.62x	0.38x		

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian (2025)

Dari Tabel 2, terlihat bahwa rata-rata rasio utang terhadap ekuitas dan rasio utang terhadap aset menunjukkan tren penurunan dari tahun 2020 hingga 2023. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan semakin mengandalkan pendanaan dari ekuitas dibandingkan dengan utang, atau telah melunasi sebagian utangnya. Rasio utang terhadap ekuitas di bawah 1.0x dan rasio utang terhadap aset di bawah 0.5x secara umum dianggap sehat, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki struktur modal yang kuat dan risiko finansial yang terkendali. Sedikit kenaikan pada tahun 2024 mungkin mengindikasikan adanya tambahan pinjaman untuk ekspansi atau investasi, yang perlu dianalisis lebih lanjut konteksnya.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis rasio keuangan yang komprehensif terhadap perusahaan sampel selama periode 2020–2024, disimpulkan bahwa secara umum kinerja keuangan perusahaan menunjukkan tren yang positif dan relatif sehat. Dari sisi likuiditas, perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang ditunjukkan oleh rasio lancar dan rasio cepat yang stabil serta cenderung meningkat hingga tahun 2023. Hal ini mencerminkan manajemen kas dan aset lancar yang efektif, memberikan fleksibilitas operasional yang memadai. Kinerja profitabilitas perusahaan juga sangat baik, tercermin dari peningkatan margin laba bersih dan Return on Assets (ROA) yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2022. Walaupun terdapat sedikit penurunan atau stabilisasi pada tahun 2023–2024, perusahaan tetap mampu menghasilkan laba yang kompetitif dari penjualan dan pemanfaatan aset. Struktur permodalan perusahaan tergolong sehat dengan risiko finansial jangka panjang yang terkendali, terbukti dari rasio utang terhadap ekuitas dan rasio utang terhadap aset yang menunjukkan tren penurunan. Hal ini menandakan bahwa perusahaan semakin tidak bergantung pada utang dalam pembiayaan operasionalnya, yang pada gilirannya meningkatkan stabilitas keuangan dan kepercayaan investor. Dari sisi aktivitas, perusahaan menunjukkan efisiensi yang baik dalam mengelola aset untuk menghasilkan penjualan, sebagaimana terlihat dari tingginya perputaran persediaan dan perputaran total aset. Temuan penelitian ini menyoroti bahwa rasio profitabilitas—khususnya margin laba bersih dan ROA—merupakan indikator paling kuat dan konsisten dalam merefleksikan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan, diikuti oleh rasio likuiditas dan solvabilitas yang menopang stabilitas fundamental perusahaan. Implikasinya, bagi investor dan kreditor, analisis terhadap rasio profitabilitas dan solvabilitas dapat menjadi prioritas untuk memperoleh gambaran awal yang akurat tentang kesehatan dan potensi pertumbuhan perusahaan. Bagi manajemen internal, hasil ini menegaskan pentingnya strategi yang berfokus pada peningkatan efisiensi operasional dan optimalisasi pemanfaatan aset, karena strategi tersebut terbukti berdampak langsung terhadap peningkatan kinerja keuangan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, untuk manajemen perusahaan, meskipun kinerja secara umum baik, disarankan untuk terus memantau fluktuasi minor pada rasio likuiditas dan aktivitas yang terjadi pada tahun 2024. Evaluasi mendalam terhadap penyebab penurunan tersebut, seperti peningkatan persediaan atau aset yang belum dioptimalkan, perlu dilakukan. Peningkatan efisiensi dalam rantai pasokan dan optimalisasi kapasitas produksi dapat menjadi solusi untuk mempertahankan tren positif di masa mendatang. Kedua, bagi investor dan kreditor, disarankan

untuk tidak hanya melihat rasio keuangan secara parsial, tetapi juga melakukan analisis holistik dengan mempertimbangkan tren rasio dari waktu ke waktu dan membandingkannya dengan rata-rata industri. Perusahaan yang menunjukkan rasio profitabilitas dan solvabilitas yang konsisten sehat, seperti yang ditemukan dalam penelitian ini, dapat menjadi kandidat investasi yang menarik. Ketiga, untuk peneliti selanjutnya, perlu diperhatikan bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya adalah penggunaan sampel perusahaan yang hanya berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga generalisasi mungkin terbatas untuk perusahaan di luar BEI atau sektor yang sangat spesifik. Penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan sampel dengan memasukkan berbagai sektor industri dan periode waktu yang lebih panjang agar dapat menangkap dampak siklus ekonomi yang lebih luas. Selain itu, penggabungan antara analisis rasio keuangan dan faktor non-keuangan, seperti kualitas tata kelola perusahaan, inovasi produk, dan keberlanjutan lingkungan, dapat memberikan pandangan yang lebih menyeluruh tentang kinerja perusahaan. Penggunaan metode analisis statistik lanjutan, seperti regresi multivariat, untuk menguji hubungan kausalitas antar rasio juga menjadi peluang riset yang menarik. Keterbatasan lainnya adalah penggunaan data sekunder yang terbatas pada laporan keuangan yang dipublikasikan, yang mungkin tidak mencerminkan keseluruhan aspek operasional dan strategi internal perusahaan. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian di masa depan dapat melakukan studi kasus mendalam pada beberapa perusahaan terpilih, termasuk wawancara langsung dengan pihak manajemen untuk mendapatkan wawasan kualitatif, serta mempertimbangkan pengembangan model prediktif untuk menilai kinerja keuangan perusahaan secara lebih akurat dan komprehensif.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Bapak Joni Hendra K,S.Ag,MA selaku dosen pengampu yang telah memberikan ilmu serta mengajarkannya kepada kami sehingga kami bisa menyelesaikan project ini tepat pada waktunya. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada pihak yang telah berkontribusi sehingga project ini bisa terselesaikan dengan baik.

## DAFTAR REFERENSI

- Armand, F. (2003). *Social marketing models for product-based reproductive health programs: A comparative analysis*. Occasional Paper Series. Washington, DC. Retrieved from <http://www.cmsproject.com>
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who gives a hoot?: Intercept surveys of litterers and disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>
- Belair, A. R. (2003). *Shopping for your self: When marketing becomes a social problem* [Dissertation, Concordia University]. Montreal, Quebec, Canada.
- Chain, P. (1997). Same or different?: A comparison of the beliefs Australian and Chinese university students hold about learning's. *Proceedings of AARE Conference*, Swinburne University. Available at <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>
- Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh pendekatan keras dan lunak pemimpin organisasi terhadap kepuasan kerja dan potensi mogok kerja karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57–66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Education, Inc.
- Lindawati. (2015). Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi dan kesejahteraan rumah tangga petani usahatani terpadu padi-sapi di Provinsi Jawa Barat [Tesis, Institut Pertanian Bogor]. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>
- LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik. Retrieved from <https://www.lppsp.go.id/index.php/publikasi/326>
- Norsyaheera, A. W., Lailatul, F. A. H., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The relationship between marketing mix and customer loyalty in hijab industry: The mediating effect of customer satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37, 366–371. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1)
- Risdwiyanto, A. (2016). Tas kresek berbayar, ubah perilaku belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, hlm. 12.
- Risdwiyanto, A., & Kurniyati, Y. (2015). Strategi pemasaran perguruan tinggi swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta berbasis rangsangan pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1–23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>
- StatSoft, Inc. (1997). *Electronic statistic textbook*. Tulsa, OK: StatSoft Online. Available at <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen: Implikasi untuk strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Wibowo, A. (2014). *Psikologi dalam pemasaran: Kajian perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yunita, A., & Rahayu, N. S. (2021). Pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen pada produk fashion lokal di kalangan generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 10(2), 120–132. <https://doi.org/10.31289/jkb.v10i2.4278>