LAPORAN KERJA PRAKTIK

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE PRODUK UNGGULAN DAN PENERAPAN LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN GALASARI GUNUNG SEJAHTERA

Disusun Oleh:

1. ENY HANDAYANI (1011810024)
2. FAUZIATUL KHOLIDAH (1011810029)
3. LUCKY REZA (1011810051)
4. SINTA RAHMAWATI (1011810092)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

2021

LAPORAN KERJA PRAKTIK

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE PRODUK UNGGULAN DAN PENERAPAN LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN GALASARI GUNUNG SEJAHTERA

Disusun Oleh:

1. ENY HANDAYANI (1011810024)
2. FAUZIATUL KHOLIDAH (1011810029)
3. LUCKY REZA (1011810051)
4. SINTA RAHMAWATI (1011810092)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK

"STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE PRODUK UNGGULAN DAN PENERAPAN LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN GALASARI GUNUNG SEJAHTERA"
(Periode 06 September s.d 06 Oktober 2021)

Disusun oleh :

1. ENY HANDAYANI	(1011810024)
2. FAUZIATUL KHOLIDAH	(1011810029)
3. LUCKY REZA	(1011810051)
4. SINTA RAHMAWATI	(1011810092)

Mengetahui, Ketua Program Studi Manajemen	Menyetujui, Dosen Pembimbing
Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM. **NIDN. 7913171**	**Lisa Risfana Sari, S.Si.,M.S.i.** **NIP.9218272**

Gresik, 10 Oktober 2021
PT. Galasari Gunung Sejahtera

Menyetujui,
Pembimbing Lapangan

V Susilo Sugia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul "strategi pemasaran dalam meningkatkan *brand image* produk unggulan dan penerapan laporan keuangan pada perusahaan galasari gunung sejahtera''.

Dalam penulisan laporan ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moral maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada:

1. Orang tua, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan moril, materil serta doa yang tidak ternilai selama ini demi keberhasilan penulis dalam mencapai cita-cita.
2. Bapak Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM selaku kepala program studi Manajemen.
3. Ibu Lisa Risfana Sari, S.Si., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama pelaksanaan kerja praktik hingga penyelesaian laporan ini.
4. Bapak Dinar Ariefin selaku direktur PT. Galasari Gunung Sejahtera yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan kerja praktik pada perusahaan tersebut.
5. Bapak Susilo Sugiarto selaku pembimbing lapangan yang telah banyak membantu dan memberikan pengalaman baru, saran dan dorongan yang membangun dalam pelaksanaan kerja praktik dan penulisan laporan magang.
6. Bapak Buyung, Ibu Pipit, Mbak Ayu, Mas Rifqi, Mas Iyan, Mas Rizki, Mas Agung dan semua karyawan/karyawati bagian kantor PT. Galasari Gunung Sejahtera yang telah membantu dan membimbing dalam pelaksanaan kerja praktik ini

.

7. Mas Rafi, Mas Beryl, Mas Imam dan semua pegawai grading dan Ibu-Ibu olahan yang telah membantu dan mengajari mengenai grading buah manga selama kerja praktek, memberikan pengetahuan baru mengenai distribusi buah manga dan pengolahan buah manga.
8. Teman-teman angkatan 2018 Manajemen yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Semoga Laporan Magang di PT. Galasari Gunung Sejahtera dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Gresik, 10 Oktober 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PENGESAHAN iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL ix
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Tujuan dan Manfaat 3
1.2.1 Tujuan 3
1.2.2 Manfaat 4
1.3 Metodologi Pengumpulan Data 5
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik 5
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik 5
BAB II 6
PROFIL PT GALASARI GUNUNG SEJAHTERA 6
2.1 Sejarah 6
2.2 Visi dan Misi 8
2.2.1 Visi 8
2.2.2 Misi 8
2.3 Lokasi 9

2.4 Struktur Organisasi PT Galasari Gunung Sejahtera 9
2.5 Produk 9
2.6 Holding Perusahaan 10
BAB III 12
TINJAUAN PUSTAKA 12
3.1 Pemasaran 12
3.1.1 Pengertian Pemasaran 12
3.1.2 Tujuan Pemasaran 14
3.1.3 Strategi Pemasaran 16
3.1.4 *Brand Image* 18
3.1.5 Produk 18
3.2 Manajemen Keuangan 20
3.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan 20
3.2.2 Fungsi Manajemen Keuangan 20
3.3 Laporan Keuangan 21
3.3.1 Sifat dan Keterbatasan Laporan Keuangan 22
3.3.2 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan 25
3.3.3 Tujuan dan Karakteristik Laporan Keuangan 28
3.4 Analisa Laporan Keuangan 31
3.4.1 Pengertian Analisa Laporan Keuangan 31
3.4.2 Tujuan Analisa Laporan Keuangan 32
3.4.3 Keterbatasan dan Kelemahan Analisa Laporan Keuangan 34
BAB IV 37
PEMBAHASAN 37

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja 37
4.2 Tugas Unit Kerja 37
4.3 Penjelasan Singkat Unit Kerja 38
4.4 Judul Tugas Khusus 39
4.4.1 Tujuan Penelitian 39
4.4.2 Metodologi Penelitian 39
4.4.3 Pembahasan 41
4.5 Kegiatan Kerja Praktik 44
4.5.1 Penjelasan Kegiatan Kerja Praktik 44
4.5.2 Jadwal Kegiatan 47
BAB V 49
PENUTUP 49
5.1 Kesimpulan 49
5.2 Saran 51
5.2.1 Bagi Perusahaan 51
5.2.2 Bagi Mahasiswa/Peserta Kerja Praktik 52
DAFTAR PUSTAKA 53
LAMPIRAN 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Area Perkebunan PT. Galasari Gunung Sejahtera.....6
Gambar 2.2 Produk Buah Mangga Chokanan.....6
Gambar 2.3 Peta Lokasi PT. Galasari Gunung Sejahtera 9
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Galasari Gunung Sejahtera.....9
Gambar 2.5 Produk Buah Galasari.....10
Gambar 2.6 PT. Polowijo Gosari Indonesia.....11
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja.....42
Gambar 4.2 Tahapan Proses Grading.....43
Gambar 4.3 Instagram Galasari.....43
Gambar 4.4 Brosur Pemasaran Galasari 44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan 64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, ilmu pengetahuan dan teknologi terus berkembang. Terlebih pada era globalisasi dan pasar bebas seperti yang saat ini terjadi, manusia tentu perlu mengembangkan diri agar menjadi sumber daya manusia yang berkualitas dan berpotensi untuk dapat bersaing. Tak hanya itu, revolusi industri saat ini juga semakin berkembang dan berbanding lurus dengan adanya kemajuan sebuah teknologi serta sumber daya manusia yang dapat bersaing secara global. Dimana revolusi industri merupakan sebuah proses perubahan secara besar-besaran pada aspek-aspek seperti teknologi, manufaktur, transportasi dan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap kondisi sosial maupun ekonomi.

Persaingan bisnis yang sangat ketat sekaligus ditambah wabah pandemi Covid-19, tentunya sangat berdampak pada sebuah perekonomian Indonesia bahkan seluruh dunia. Sehingga rencana dan tatanan baru mulai diterapkan untuk tetap mempertahankan kredibilitas dan pertahanan perusahaan dengan menggandeng sumber daya manusia yang berkompeten. Pengembangan diri agar lebih berkompeten pada bidangnya merupakan hal yang perlu dilakukan. Terlebih lagi mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan yang baik dalam bidangnya guna memenangkan persaingan di dunia kerja yang semakin ketat. Semua itu dapat dikembangkan oleh mahasiswa melalui proses pembelajaran pada saat perkuliahan ataupun melalui sumber lain seperti buku, sumber internet dan lain sebagainya. Akan tetapi, meskipun seseorang berasal dari latar belakang pendidikan yang tinggi, namun jika tidak berkompeten serta tidak memiliki keahlian yang dapat menunjang karirnya, maka akan mengalami kesulitan untuk memasuki dunia kerja.

Untuk dapat menciptakan sumber daya manusia yang berkompeten, berkualitas dan mampu mengendalikan kebijakan kegiatan perusahaan, maka dari itu Universitas Internasional semen Indonesia (UISI) berupaya membentuk,

mengolah dan mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas melalui sebuah program kegiatan mahasiswa yaitu Kerja Praktik (KP). Kerja Praktik merupakan salah satu upaya untuk menempatkan, memperkenalkan, mengetahui serta berlatih beradaptasi dan menganalisis kondisi lingkungan dunia yang sesungguhnya secara nyata mengenai situasi dan kondisi di lingkup perusahaan maupun instansi sebagai upaya untuk mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja.

Dalam setiap kegiatan perusahaan tidak lepas dengan kegiatan pemasaran dan keuangan. Hal penting dalam mengembangkan dan mempertahankan perusahaan adalah dengan melakukan strategi yang tepat baik pemasaran dan keuangan, sehingga tidak akan terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dalam bidang keuangan laporan keuangan suatu perusahaan sangatlah diperlukan, dikarenakan laporan keuangan diharapkan dapat memberikan informasi tentang arus masuk maupun arus keluar laporan keuangan merupakan perangkat khusus yang digunakan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan, kinerja aktivitas operasi, aktivitas investasi, dan aktivitas pendanaan. Setiap detail laporan keuangan akan sangat dibutuhkan untuk evaluasi perusahaan. Sehingga pembuatan laporan keuangan tidak dapat diabaikan prosesnya. Begitu pula dengan penyusunan strategi pemasaran harus disusun dengan baik untuk mencapai target pasar serta penjualan perusahaan.

Banyaknya usaha yang ada semakin membuat banyak perusahaan tertarik dalam bersaing. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis, pelaku bisnis harus merencanakan strategi-strategi pemasaran untuk memuaskan keinginan pelanggan. Terlebih untuk perusahaan perkebunan yang baru dimulai dan memiliki tanaman buah yang belum cukup dikenal masyarakat maka harus menetapkan strategi pemasaran yang lebih tepat untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Keller, 2009).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui dan mempelajari lebih dalam terkait strategi pemasaran dan keuangan yang dilakukan pada perusahaan Galasasri secara detail dengan terjun langsung ke bidang terkait. Oleh karena itu, dalam kerja praktek yang dilakukan maka judul yang tepat adalah "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Image* Produk Unggulan dan Penerapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Galasari Gunung Sejahtera".

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang pelaksanaan kerja praktik diatas, maka tujuan pelaksanaan kegiatan kerja praktik adalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan mahasiswa dengan kondisi lapangan kerja sebenarnya dan mendapatkan kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat saat perkuliahan pada perusahaan.
2. Memacu pengembangan wawasan praktis mahasiswa dalam suatu proses pengelolaan administrasi, keuangan dan pemasaran pada instansi secara lebih baik.
3. Mengembangkan pemikiran mahasiswa atas persoalan-persoalan baru yang banyak dijumpai dalam dunia kerja.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan serta sistem yang berjalan dilapangan.
5. Mahasiswa mampu memperoleh gambaran nyata tentang penerapan atau implementasi dari ilmu atau teori yang selama ini diperoleh pada perkuliahan dan membandingkannya dengan kondisi nyata yang ada di lapangan.

1.2.2 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dalam pelaksanaan kerja praktik antara lain sebagai berikut :

1. **Bagi Perguruan Tinggi**

a) Membina kerjasama yang baik antara lingkungan akademis dengan lingkungan manajemen perusahaan.

b) Sebagai tolak ukur penilaian kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja setelah lulus kuliah.

c) Dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman kerja praktik.

d) Dapat menciptakan SDM yang berkualitas, yang memiliki kemampuan, keahlian dan keterampilan dalam dunia kerja.

e) Menggali potensi yang ada pada mahasiswa untuk mempraktekkan ilmu yang telah diperoleh ke dalam dunia kerja.

2. **Bagi Perusahaan**

a) Perusahaan akan mendapatkan bantuan tenaga dari mahasiswa yang melakukan praktik.

b) Memperoleh sumbangan pemikiran ide dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.

c) Dapat melaksanakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

3. **Bagi Mahasiswa**

a) Dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan ke dalam praktek yang sebenarnya di dunia kerja.

b) Dapat menambah wawasan dan pengetahuan di dunia kerja dalam bidang terkait.

c) Mendapatkan pengalaman bekerja/terlibat langsung dalam aktivitas keuangan dan pemasaran pada manajemen perusahaan.

d) Menjalin relasi dengan kalangan professional untuk dapat lebih memperoleh ilmu praktis.

1.3 Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapat suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian.

Ada beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan, berikut merupakan uraian yang digunakan :

1. Observasi

   Menurut Sugiyono (2017,203) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi juga bisa diartikan sebagai proses yang kompleks. Pengumpulan data yang di lakukan di PT. Galasari Gunung Sejahtera.

2. Wawancara

   Menurut Sugiyono (2017,194) Wawancara yang digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuuan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada Mbak Ayu sebagai staff pemasaran dan Pak buyung serta Ibu Pipit sebagai staff keuangan.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Lokasi : PT Galasari Gunung Sejahtera Jl. Sukodono, Kecamatan Panceng, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61156

Waktu : tanggal 06 September-06 Oktober 2021

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Unit kerja : *Quality Control* (grading) dan *Finance*

BAB II
PROFIL PT GALASARI GUNUNG SEJAHTERA

2.1 Sejarah

Gambar 2.1 Area Perkebunan PT. Galasari Gunung Sejahtera
Sumber: website ptpolowijo.blogspot.com

Perusahaan Galasari Gunung Sejahtera merupakan perusahaan perkebunan Holtikultura yang bekerja sama dengan petani plasma dengan luasan mencapai 500 ha. Perusahaan ini juga melakukan pengolahan hasil pertanian menjadi berbagai macam produk olahan yang saat ini sudah beredar di pasaran. Lahan perusahaan Galasari Gunung Sejahtera yang berlokasi di desa Sukodono, Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik difungsikan sebagai perkebunan holtikultura khususnya mangga. Pada perusahaan ini terdapat berbagai jenis tanaman buah seperti buah mangga, buah naga, jeruk, kelengkeng, durian dan pisang. Akan tetapi sektor utama dan paling banyak ditanam pada lahan Galasari adalah buah mangga dengan berbagai jenis.

Gambar 2.2 Produk Buah Mangga Chokanan

Bukanlah jalan yang mudah bagi PT. Galasari Gunung Sejahtera (GGS) dalam mengelola lahan seluas 200 hektar dengan kondisi tanah bebatuan, keras dan kering di pesisir utara Jawa Timur. Dari sejak awal ada dan PT. Galasari Gunung Sejahtera berdiri pada tanggal 24 November 1988, lahan yang berlokasi di desa Sukodono Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik ini memang sengaja difungsikan sebagai perkebunan holtikultura khususnya mangga.

Awal mulanya, mangga yang dibudidayakan adalah jenis arum manis. Kemudian pada tahun 2004 PT. Galasari bekerjasama dengan Bee Valley Corp dari Thailand dan mulai mengembangkan mangga Chokanan dan Namdokmai. Hingga saat ini sudah berbagai macam varietas mangga di tanam di PT. Galasari. Dari banyak macam mangga, terdapat 5 varietas unggulan yakni Chokanan, Arum manis, Namdokmai, Garifta merah dan Manalagi. Secara keseluruhan, sistem perbanyakan bibit tanaman mangga di perkebunan Galasari menggunakan teknik grafting (menyambung batang). Untuk batang bawah dipilihnya pohon mangga Jawa karena akarnya lebih kuat dan tebal. Sedangkan bagian atas batang dipilih dari indukan pertama (F1) masing-masing pohon mangga. Hal ini dimaksudkan buah yang nanti dihasilkan akan bagus sesuai klasifikasi yang diharapkan. Dari total 200 hektar, sekitar 100 hektar sudah ditanami 5 jenis pohon mangga, dengan komposisi Chokanan 70 %, arum manis 17 %, namdokmai 9%, garifta merah 3% dan manalagi 1%. “sisanya 50 % lahan akan ditanami berbagai macam varietas pohon mangga secara bertahap. Saat ini, kami masih fokus mengoptimalkan lahan yang telah ada tanamannya. Untuk meningkatkan produksinya Sejak 2 tahun terakhir PT Galasari sudah melakukan penanaman berbagai varietas mangga unggulan sejumlah 11 ribu batang.

Pengembangan kebun masih terus dilakukan, selain mangga PT Galasari mulai melakukan penanaman aneka buah - buahan lokal sehingga kedepannya PT Galasari tidak hanya memproduksi mangga tetapi juga buah lokal lainnya dan menjadikan kawasan Wisata Agro. Khusus untuk perawatan tanaman, baik pupuk dan obat pembasmi hama penyakit maupun serangga, dilakukan sebisa mungkin meninggalkan bahan kimia dan menggantinya dengan bahan yang alami. Sedangkan untuk pupuk baik organik maupun anorganik PT Galasari

menggunakan produk dari PT polowijo Gosari seperti Pupuk NPK Pullet, Pupuk dolomit Magfertil dan Pupuk Organik Fertilo. Untuk pengendalian hama secara hayati dilakukan dengan menanam berbagai tanaman bermanfaat yang bisa menjadi inang predator dari hama ataupun lalat buah. Tanaman yang digunakan tersebut antara lain Turnera sp, Antigonon sp, sereh dan tanaman mengandung nektar lainnya. Tanaman ini selain berfungsi menyediakan nutrisi, sekaligus sebagai tempat beristirahat bagi musuh alami hama selama di lapangan. Tindakan pengendalian untuk lalat buah ditambah dengan instalasi petrogenol di beberapa titik di lapangan yang berujuan sebagai perangkap lalat buah sehingga tidak menyerang buah mangga.

Melalui upaya ini, buah mangga yang dipanen total bobot dalam satu pohon bisa melebihi ekspektasi. Di samping berbuah setiap bulan sepanjang tahun. ukuran masing-masing buah juga besar. Seperti Chokanan jika hasil buahnya premium beratnya bisa mencapai 600 gram lebih, sedangkan berat rata-rata bisa mencapai 350 gram. Arum manis premium beratnya antara 900 gram hingga 1kg, sedangkan berat rata-rata berkisar di 500 gram. Dalam 1 pohon arum manis bisa menghasilkan 100 buah dengan bobot total mencapai 50 kg. Namdokmai, 1 buah premium bisa mencapai berat antara 800 gram sampai dengan 900 gram. Saat ini pasar potensial yang sudah dilayani Galasari yakni 5 kota besar di indonesia, diantaranya Surabaya, Bali, Jakarta, Jogyakarta dan Balikpapan Kalimantan Timur. Sedangkan pasar potensial luar negeri saat ini yang sangat tinggi minatnyayakni Jepang. (Arief L/ SariAgri Jawa Timur).

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

Menjadi leader food estate holtikultura di Indonesia yang berbasis buah manga.

2.2.2 Misi

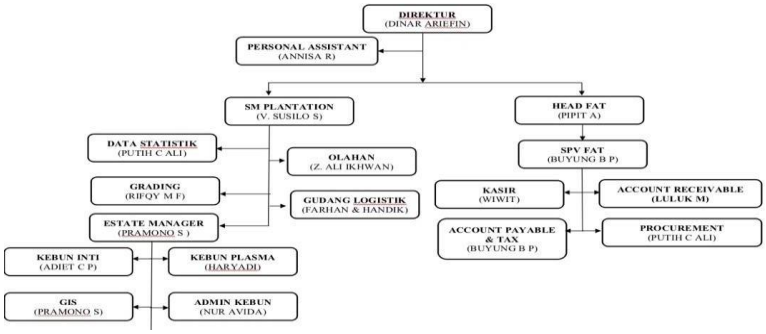
1. Membangun perkebunan mangga (inti dan plasma) dan holtikultura
2. Pengembangan UMKM dan industri berbasih buah mangga
3. Menjadikan Agrowisata dan Agroindustri holtikultura

2.3 Lokasi

PT. Galasari Gunung Sejahtera terletak di Jl. Sukodono, Kecamatan Panceng, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61156.

Gambar 2.3 Peta Lokasi PT. Galasari Gunung Sejahtera
Sumber: google maps

2.4 Struktur Organisasi PT Galasari Gunung Sejahtera



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Galasari Gunung Sejahtera

2.5 Produk

PT. Galasari Gunung Sejahtera yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perkebunan holtikultura yang memiliki berbagai varietas tanaman buah. Salah satu produk unggulan perusahan Galasari yaitu buah mangga dengan berbagai macam jenis, salah satu contoh jenis mangga yang mendominasi adalah

jenis mangga *Chokanan* yang berasal dari Thailand, selain jenis mangga *Chokanan* terdapat nam dok mai, gariffta, harum manis, manalagi 69 dan gedong gincu. Selain mangga, PT. Galasari Gunung Sejahtera juga sedang berproses untuk menghasilkan jenis buah lainnya, seperti buah naga merah, buah naga putih, jeruk keprok, jeruk siam, blewah, jeruk kristal, dan mangga beku.

Gambar 2.5 Produk Buah Galasari

2.6 Holding Perusahaan

PT. Galasari Gunung Sejahtera merupakan salah satu anak perusahaan PT. Polowijo Gosari. PT. Polowijo Gosari merupakan salah satu dari beberapa perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang industri pupuk dan bahan tambang dolomit. Dalam usahanya sampai saat ini PT. Polowijo Gosari telah mengepakkan sayapnya dan mulai mengembangkan usahanya dengan membuka usaha baru yang mendukung kegiatan perusahaan dengen bertujuan pada umumnya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan khususnya untuk membantu program pemerintah dalam memperkecil jumlah tingkat pengangguran di negara Indonesia. Usaha-usaha tersebut diantaranya sebagai berikut.

1. PT. Sari Gunung Polowijo

   Perusahaan ini bergerak dibidang jasa transportasi pengangkutan, PT. Sari Gunung Polowijo didirikan dengan tujuan untuk menjamin pengiriman barang tepat waktu sampai pada tangan konsumen.

2. PT. Polosari Kemasindah

   Perusahaan ini bergerak dibidang pembuatan karung zak yang dijadikan alat atau pembungkus pupuk hasil produksi.

3. PT. Galasari Gunung Swadaya/Sejahtera

   Perusahaan ini khusus bergerak disektor agrobisnis yang terutama adalah perkebunan mangga yang berorientasi export.

Gambar 2.6 PT. Polowijo Gosari Indonesia

BAB III
TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Pemasaran

3.1.1 Pengertian Pemasaran

Dewasa ini pemasaran telah berkembang demikian pesatnya dan telah menjadi ujung tombak bagi setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Hal ini disebabkan karena ruang lingkup pemasaran sangat luas karena berhubungan sacara langsung dalam kegiatan mulai dari persiapan, penyediaan, bahan baku, proses produksi, sampai pada saat akhir, yakni produk yang siap di konsumsi oleh konsumen. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua pihak yaitu produsen dan konsumen sebagai titik pusatnya, dan juga pemasaran merupakan faktor penting karena menyangkut kegiatan menentukan dan memproduksi produk maupun jasa, menetapkan harga penjualan dan pada akhirnya konsumen siap untuk mengkonsumsinya.

Konsep pemasaran merupakan hal yang sederhana dan secara intuisi merupakan filosofi yang menarik. Konsep ini menyatakan bahwa alasan keberadaan sosial ekonomi bagi suatu organisasi adalah memuaskan kebutuhan konsumen dan keinginan tersebut sesuai dengan sasaran perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada pengertian bahwa suatu penjualan tidak tergantung pada agresifnya tenaga penjual, tetapi lebih kepada keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Definisi pemasaran menurut *American Marketing Association* (AMA) seperti yang dikutip oleh Rhenald Kasali (1998:53) adalah: Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan eksekusi, mulai dari tahap konsepsi, penetapan harga, promosi, hingga distribusi barang-barang, ide-ide dan jasa, untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga- lembaganya.

Beberapa ahli juga mengemukakan pendapatnya mengenai definisi pemasaran. Nitisemito dalam Rambat Lupiyoadi (2001:31), mengemukakan pemasaran adalah “Semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud

untuk menciptakan permintaan efektif".

Konsep inti pemasaran menurut pendapat di atas menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang harus dipenuhi dalam terjadinya proses pemasaran. Dalam pemasaran terdapat produk sebagai kebutuhan dan keinginan orang lain yang memiliki nilai sehingga diminta dan terjadinya proses permintaan karena ada yang melakukan pemasaran.

Adapun definisi pemasaran menurut Philip Kotler (2005: 10) yaitu : Pemasaran adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Kotler dan Keller (2008:9) pemasaran terbagi atas 10 jenis entitas, yaitu :

1. Barang, yaitu barang-barang yang berbentuk fisik dan merupakan bagian terbesar dari produksi dan usaha pemasaran kebanyakan negara.
2. Jasa, yaitu ketika suatu negara perekonomiannya semakin maju, maka proporsi kegiatan yang ada terfokus pada produksi jasa. Banyak produksi untuk pasar yang mengalami bauran antara barang dan jasa.
3. Pengayaan pengalaman, yaitu dengan memadukan antara beberapa produk barang dan jasa, perusahaan dapat menciptakan, mempergelarkan dan memasarkan pengayaan pengalaman.
4. Peristiwa, yaitu ketika pemasar dapat tanggap akan kebutuhan konsumen untuk mempromosikan suatu peristiwa yang berkaitan dengan berupa ulang tahun, pameran dagang atau pementasan.
5. Orang, yaitu perusahaan/individu yang bergerak di bidang konsultan manajemen dan menjadi Humas (PR) dari konsumen itu.
6. Tempat, yaitu ketika sebuah perusahaan/ negara tanggap akan potensi yang ada, dan berusaha mengembangkan sehingga potensi yang ada menjadi sumber pemasukan bagi perusahaan atau negara tersebut. Para pemasar yang bergerak di bidang ini mencakup spesialis di bidang pengembangan ekonomi, agen real estate dan pariwisata.

7. Properti, yaitu hak kepemilikan tak berwujud baik itu berupa benda nyata atau financial. Properti diperjual belikan, dan menyebabkan timbulnya pemasaran.
8. Organisasi, yaitu bagaimana organisasi dapat secara aktif berusaha untuk membangun citra kuat pada masyarakat, guna lebih memenangkan persaingan yang ada. Hal ini membutuhkan pemasar yang tanggap terhadap apa dan bagaimana membentuk citra publik atas barang dan jasa yang dipasarkan.
9. Informasi, yaitu sesuatu yang dapat di produksi dan dipasarkan sebagai suatu produk. Pada hakikatnya, informasi merupakan sesuatu yang di produksi dan di distribusikan serta dapat di nikmati.
10. Gagasan, yaitu setiap penawaran pasar mencakup inti dari suatu gagasan dasar dari pemasar, yang berusaha mencari apa yang menjadi kebutuhan yang bisa dipenuhi".

Penentuan sasaran perusahaan dalam memasarkan produknya sangat penting untuk diketahui, sehingga dapat disusun target yang akan dicapai melalui berbagai strategi pemasaran yang diterapkan nantinya. Jika tujuan perusahaan sudah diketahui, maka dapatlah disusun strategi pemasaran yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi inipun dapat bersifat jangka pendek, menengah maupun untuk jangka panjang sesuai dengan rencana yang telah disusun.

Dari definsi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan yang maksimal.

3.1.2 Tujuan Pemasaran

Sebuah perusahaan yang didirikan mempunyai tujuan utama yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan ini dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah

kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu.

Tujuan pemasaran adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata telah terbukti tidak berhasil mengatasi berbagai persoalan, karena adanya perubahan dalam ciri-ciri pasar dewasa ini yang cenderung berkembang. Perubahan tersebut terjadi antara lain karena pertambahan jumlah penduduk, pertambahan daya beli, peningkatan dan meluasnya hubungan atau komunikasi, perkembangan teknologi, dan perubahan faktor lingkungan pasar lainnya.

Kotler (2002:15) mengemukakan bahwa pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.

Buchari Alma (2004 :5) mengemukakan tujuan pemasaran :

a. Untuk mencari keseimbangan pasar, antara buyer's market dan seller's market, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.
b. Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba. Tapi tujuan pertama ialah memberi kepuasan kepada konsumen,

Dengan adanya tujuan memberi kepuasan ini, maka kegiatan marketing meliputi berbagai lembaga produsen. Istilah marketing meliputi marketing yayasan, marketing lembaga pendidikan, marketing pribadi, marketing masjid, marketing nonprofit organization. Tujuan pemasaran lembaga-lembaga non profit ini ialah membuat satisfaction kepada konsumen, nasabah, jamaah, murid, rakyat, yang akan menikmati produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu lembaga-lembaga tersebut harus mengenal betul siapa konsumen, jamaah, murid yang akan dilayaninya. Jika konsumen merasa puas, maka masalah keuntungan akan datang dengan sendirinya. Produsen akan memetik keuntungan secara terus-menerus.

3.1.3 Strategi Pemasaran

Setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk dapat menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga dalam jangka waktu dan jumlah produk tertentu dapat diperoleh keuntungan seperti yang diharapkan. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan, membina dan mempertahankan kepercayaan langganan akan produk tersebut. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh ketepatan produsen dalam memberikan kepuasan kepada sasaran konsumen yang ditentukannya, dimana usaha-usaha pemasaran diarahkan kepada konsumen yang ditujukan sebagai sasaran pasarnya.

Dalam hal tersebut pemasaran menunjang perusahaan didasarkan pada konsep pemasaran untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang mengarahkan kepada sasaran pasar yang sebenarnya.

Pentingnya strategi pemasaran bagi suatu perusahaan timbul dari luar, ketidakmampuan perusahaan dalam mengontrol semua faktor yang dibatasi di luar lingkungan perusahaan. Demikian pula perubahan-perubahan yang terjadi pada faktor-faktor tersebut tidak dapat diketahui sebelumnya secara pasti. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang Jenderal. Konsep strategi militer seringkali digunakan dan diterapkan dalam dunia bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu perusahaan.

Fandy Tjiptono (2000:43), menyatakan bahwa : Strategi pemasaran adalah rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut. Dalam pengertian strategi seringkali terkandung perencanaan merupakan proses yang berlangsung secara terus - menerus dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan rencana yang menyeluruh dimana perusahaan berharap mencapai sasaran yang telah ditentukan, yang pada akhirnya untuk merealisasikan tujuan

dari perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Philip Kotler (1998:57) dalam Rachmat Ramli (2008:10) menyatakan bahwa Perencanaan strategis yang berorientasi pasar adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah dengan tujuan membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.

Strategi pemasaran yang maju dan berkembang senantiasa memperhatikan adanya unsur menarik perhatian segmen pasar atau pangsa pasar yang produktif dalam kegiatan pemasaran. Selain itu berupaya untuk menempatkan posisi pemasaran yang strategis dalam memperoleh keuntungan dan berupaya untuk mencapai target dari realisasi yang diterapakannya.

Proses pemilihan Strategi pemasaran membutuhkan pertimbangan cermat atas sejumlah tipe informasi permintaan selektif yang berfokus pada upaya merebut pelanggan dari pesaing atau memperluas pasar yang dilayani.

1. Tujuan atau sasaran produk

   Tujuan produk harus dijadikan pedoman dalam menentukan tipe dasar Strategi yang dibutuhkan. Sebagai contoh, jika tujuan utama produk adalah meningkatkan volume penjualan atau pertumbuhan pangsa pasar, maka biasanya alternatif utama yang dipertimbangkan adalah strategi.

2. Peluang Pasar

   Karakteristik dan besarnya peluang pasar harus ditetapkan secara jelas berdasarkan analisis pasar dan pengukuran pasar. Analisis pasar memberikan informasi mengenai siapa yang membeli bentuk produk (dan siapa yang tidak membelinya), berbagai situasi penggunaan produk (dan juga situasi yang tidak menggunakan situasi).

3. Kesuksesan Pasar (Market success)

   Manajer pemasaran harus memahami jenis keunggulan bersaing dan tingkat pengeluaran pemasaran yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan pasar. Melalui analisis persaingan, perusahaan dapat memahami siapa pesaingnya, seberapa besar tingkat intensitas persaingan

yang ada, dan keunggulan apa yang harus dikembangkan dalam rangka bersaing secara selektif menghadapi para pesaing merek langsung atau para pesaing kelas produk yang tidak langsung.

3.1.4 *Brand Image*

Citra merek didefinisikan sebagai skematis dari suatu merek. *Brand* dapat memori image terdiri dari interpretasi target pasar terhadap produk, karakteristik-karakteristik dimana didalamnya termasuk keuntungan, penggunaan produk, situasi penggunaannya, maupun karakteristik pengguna, produsen dan pemasar produk tersebut (Mufid, 2005;34).

Komponen citra merek (brand image) terdiri atas tiga bagian, yaitu:

1. Citra pembuat (corporate image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang atau jasa.
2. Citra pemakai (user image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa.
3. Citra produk (product image), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa.

Menurut Timmerman (dalam Lutiary Eka Ratri, 2007:50), citra merek sering terkonseptualisasi sebagai sebuah koleksi dari semua asosiasi yang berhubungan dengan sebuah merek yang terdiri dari:

1. Faktor fisik, karakteristik fisik dari merek tersebut, seperti desain kemasan, logo, nama merek, fungsi, dan kegunaan produk dari merek itu.
2. Faktor psikologis, dibentuk oleh emosi, kepercayaan, nilai, kepribadian yang dianggap oleh konsumen menggambarkan produk dari merek tersebut

Citra merek sangat erat kaitannya dengan apa yang orang pikirkan, rasakan terhadap suatu merek tertentu, sehingga dalam citra merek faktor psikologis lebih banyak berperan dibandingkan faktor fisik dari merek tersebut.

3.1.5 Produk

Menururt (Tjiptono, 2008:95) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhanatau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut Kotler & Keller (2009:04) produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Ada tiga hal atribut menurut Kotler yaitu:

1. Kualitas Produk

   Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik adalah saat produk dapat menjalankan fungsi-fungsinya. Ada beberapa tingkatan kualitas produk, yaitu: kualitas rendah, kualitas rata-rata sedang, kulitas baik, dan kualitas sangat baik. Kualitas tersebut dapat diukur secara obyektif. Namun, kualitas produk harus diukur dari sisi presepsi pembeli.

2. Fitur produk

   Fitur produk adalah alat persaingan untuk membedakan produk perusahan dengan produk sejenis dari pesaing. Sebuah produk dapat di tawarkan dengan beraneka macam fitur. Perusahaan dapat menciptakan model dengan tingkatan yang lebih tinggi dengan menambah beberapa fitur. Fitur inilah yang akan menjadi alat saing dan yang akan menjadi pembeda di perusahaan pesaing.

3. Desain produk

   Desain produk adalah konsep yang lebih besar dari sekedar gaya. Gaya biasanya bisa menarik perhatian atau membosankan dan juga gaya hanya mendeskrisikan penampilan produk. Cara lain menambah nilai konsumen adalah melalui desain atau rancangan produk yang berbeda dari yang lain. Desain merupakan rancangan bentuk dari suatu produk yang

dilakukan atas dasar pandangan bahwa bentuk ditentukan oleh fungsi dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi faktor estetika, ergonomis, bahan dan lain-lain.

3.2 Manajemen Keuangan

3.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan merupakan suatu proses dalam kegiatan keuangan perusahaan yang berhubungan dengan upaya untuk mendapatkan dana perusahaan serta meminimalkan biaya perusahaan dan juga upaya pengelolaan keuangan suatu badan usaha atau organisasi untuk dapat mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan.

Pengertian Manajemen Keuangan Menurut Horne dan Wachowicz Jr. (2012:2) dalam bukunya yang berjudul *Fundamentals of Financial Management* yang telah di alih bahasa menjadi Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan mengemukakan bahwa: Manajemen keuangan berkaitan dengan perolehan aset, pendanaan, dan manajemen aset dengan didasari beberapa tujuan umum.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2013:2), mengemukakan bahwa Manajemen Keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana dan membagi dana dengan tujuan memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *suistainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Teori tersebut menyatakan bahwa manajemen keuangan merupakan suatu kajian dan perencanaan analisis untuk mengetahui mengenai keadaan keuangan yang terjadi pada perusahaan, baik itu mengenai keputusan inventasi, pendanaan bahkan aktiva perusahaan dengan tujuan memberikan profit bagi para pemegang saham dan *suistainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

3.2.2 Fungsi Manajemen Keuangan

Ukuran dan penting fungsi manajemen keuangan tergantung dari besarnya

perusahaan. Pada perusahaan kecil, fungsi keuangan umumnya dilakukan oleh departemen akuntansi. Setelah perusahaan berkembang, lambat laun menjadi departemen. Fungsi manajemen keuangan yang utama adalah dalam hal keputusan investasi, pembiayaan dan deviden untuk suatu perusahaan atau organisasi bahkan koperasi atau bahkan instansi-instansi lain.

Menurut Bambang Riyanto (2001:6) menyatakan pada dasarnya manajemen keuangan memiliki fungsi yang terdiri dari :

1. Fungsi Penggunaan atau Pengalokasian Dana dimana dalam pelaksanaannya manajemen keuangan harus mengambil sebuah keputusan investasi ataupun pemilihan alternatif investasi.
2. Fungsi Perolehan Dana yang juga sering disebut sebagai fungsi mencari sumber pendanaan dimana dalam pelaksanaannya manajemen keuangan harus mengambil sebuah keputusan pendanaan atau pemilihan alternatif pendanaan (financing decision).

Pengertian fungsi manajemen keuangan yaitu sebagai pedoman bagi manajer perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan yang dilakukan demi kelancaran perusahaannya terutama dalam hal manajemen keuangannya.

3.3 Laporan Keuangan

Laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Bagi para analis, laporan keuangan merupakan media yang paling penting untuk menilai prestasi dan kondisi ekonomis suatu perusahaan. Laporan keuangan menjadi bahan sarana informasi (screen) bagi analis dalam proses pengambilan keputusan. Laporan keuangan dapat menggambarkan posisi keuangan perusahaan, hasil usaha perusahaan dalam suatu periode, dan arus dana (kas) perusahaan dalam periode tertentu.

Pada dasarnya laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan suatu aktivitas dari suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Adapun jenis laporan keuangan yang

lazim dikenal terdiri dari Neraca atau laporan Laba/Rugi, atau hasil usaha, Laporan Arus Kas dan Laporan Perubahan Posisi Keuangan.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:1) pengertian laporan keuangan adalah sebagai berikut: "Laporan Keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi ini disajikan dengan benar, informasi tersebut sangat berguna bagi siapa saja untuk mengambil keputusan tentang perusahaan yang dilaporkan tersebut."

Sedangkan menurut Kasmir (2013:7) pengertian Laporan Keuangan adalah sebagai berikut Laporan Keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Pengertian diatas dapat dikatakan bahwa laporan keuangan itu terdiri dari neraca dan perhitungan laba rugi serta laporan perubahan posisi keuangan dimana neraca menunjukkan atau menggambarkan jumlah aktiva, hutang dan modal dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu, sedangkan perhitungan (laporan) laba rugi memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta biaya-biaya yang terjadi selama periode tertentu dan laporan perubahan posisi keuangan yang disajikan dalam bentuk laporan perubahan modal kerja, laporan arus kas dan laporan sumber dan penggunaan dana.

3.3.1 Sifat dan Keterbatasan Laporan Keuangan

Menurut S.Munawir (2010:9) mengemukakan sifat dan keterbatasan laporan keuangan sebagai berikut: Sifat Laporan Keuangan yang terdiri dari data-data yang merupakan hasil dari komunikasi antara lain:

a. Fakta-fakta yang telah dicatat, bahwa Laporan Keuangan ini dibuat atas dasar fakta dan catatan akuntansi, barang dagangan, hutang aupun aktiva tetap yang dimiliki perusahaan.
b. Prinsip-prinsip dan keterbatasan di dalam akuntansi (Accounting Convention and Postulate), berarti data yang dicatat itu didasarkan pada prosedur maupun anggapan-anggapan tertentu yang merupakan prinsip-prinsip akuntansi yang lajim (General Accepted Accounting Principels) hal ini dilakukan dengan tujuan memudahkan pencatatan (ekspedisi) atau

untuk keseragaman.

Pendapat pribadi (Personal Judgmeny), bahwa walaupun pencatatan transaksi telah diatur oleh konvensi-konvensi atau dalil-dalil dasar yang telah ditetapkan yang seolah menjadi standar praktek pembukuan, namun penggunaan dari konvensi-konvensi dan dalil-dalil dasar tersebut tergantung dari pada akuntan atau manajemen perusahaan yang bersangkutan. Keterbatasan Laporan Keuangan, antara lain:

a. Laporan Keuangan yang dibuat secara periodik pada dasarnya merupakan intern report (laporan yang dibuat antara waktu tertentu yang sifatnya sementara) dan bukan merupakan laporan yang final karena itu semua jumlah-jumlah atau hal-hal yang dilaporkan dalam Laporan Keuangan tidak menunjukkan nilai likuiditas atau realisasi dimana dalam interim report ini terdapat pendapat-pendapat pribadi yang dilakukan oleh akuntan atau manajemen yang bersangkutan.
b. Laporan Keuangan menunjukkan angka dalam rupiah yang kelihatannya bersifat pasti dan tepat, tetap sebenarnya dasar penyusunannya dengan standar nilai yang mungkin berbeda atau berubah-ubah, Laporan Keuangan dibuat berdasarkan konsep going concern atau anggapan bahwa perusahaan akan berjalan terus sehingga aktiva tetap dinilai berdasarkan nilai-nilai historis atau harga perolehannya dilakukan terhadap aktiva tetap tersebut sebesar kumulasi depresiasinya.
c. Laporan Keuangan disusun berdasarkan hasil pencatatan transaksi keuangan atau nilai rupiah dan berbagai waktu atau tanggal yang diaman daya beli uang tersebut semakin menurun dibandingkan dengan penjualan yang dinyatakan dalam rupiah belum tentu menunjukkan atau mencerminkan unit yang dijual semakin besar, mungkin kenaikan itu disebabkan naiknya harga jual barang tersebut yang mungkin juga diikuti kenaikan tingkat harga-harganya.
d. Laporan Keuangan tidak dapat mencerminkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi posisi atau keadaan keuangan perusahaan, karena faktor-faktor tersebut tidak dapat dinyatakan dengan satuan uang, misalnya

reputasi dan prestasi perusahaan. Adanya beberapa pesanan yang tidak dapat dipenuhi atau adanya kontrak-kontrak pembelian maupun penjualan yang telah disetujui, kemampuan serta integritas manajernya dan sebagainya.

Memperhatikan sifat dan keterbatasan laporan keuangan tersebut bahwa sifat dan keterbatasan laporan keuangan mempunyai beberapa perbedaan diantaranya: Sifat laporan keuangan dibuat atas dasar fakta dari catatan akuntansi, barang dagangan, hutang maupun aktiva tetap. Prinsip-prinsip dan keterbatasan di dalam akuntansi (accounting, convention and postulate), berarti data yang dicatat itu didasarkan pada prosedur maupun anggaran tertentu yang dicatat itu didasarkan pada prosedur maupun anggaran tertentu yang merupakan prinsip- prinsip akuntansi yang lazim *general accepted accounting principles*. Pendapat pribadi *personal judgment*, bahwa walapupum pencatatan transaksi telah diatur oleh konvensi atau dalil-dalil dasar yang sudah ditetapkan.

Sedangkan keterbatasan laporan keuangan dibuat secara periodik pada dasarnya merupakan intern report laporan yang dibuat antara waktu tertentu yang sifatnya sementara bukan yang final, karena itu semua jumlah atau hal-hal yang dilaporkan keuangan tidak menunjukkan nilai likuiditas. Tidak menunjukkan nilai akhir dalam arti yang sebenarnya, nilai yang dicantumkan pada daftar disesuaikan dengan peraturan konvensional dari pada pembukuan yang dapat digunakan untuk bermacam-macam aktiva. Tidak mampu memberikan gambaran keuangan dan hasil usaha yang setepat-tepatnya karena terdapat beberapa faktor yang sukar ditentukan nilainya dalam satuan uang, sedangkan faktor lain mempunyai pengaruh pada kondisi tertentu. Terdiri dari transaksi-transaksi keuangan pada saat yang berbeda dan kita ketahui bahwa nilai uang itu berbeda. Menunjukkan angka dalam rupiah yang kelihatannya bersifat pasti dan tepat, tetapi pada dasar penyusunannya dengan standar nilai yang mungkin berbeda dan berubah-ubah. Dibuat berdasarkan konsep *going concern* atau anggapan bahwa perusahaan akan berjalan terus sehingga aktiva dinilai berdasarkan nilai-nilai historis.

Disusun berdasarkan hasil pencatatan keuangan atau nilai rupiah dari

berbagai waktu atau tanggal yang lalu, dimana daya beli uang tersebut semakin besar kemungkinan kenaikan itu disebabkan naiknya harga jual barang tersebut yang mungkin juga diikuti dengan tingkat harga tidak dapat mencerminkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi posisi keuangan karena faktor-faktor tersebut tidak dapat dinyatakan dengan satuan uang.

3.3.2 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan melibatkan penggunaan berbagai macam laporan keuangan yang terdiri atas bagian tertentu mengenai suatu informasi yang penting. Sebenarnya laporan keuangan banyak macamnya, namun yang akan peneliti bahas di sini hanyalah laporan keuangan yang pokok saja, yaitu neraca dan laporan rugi laba.

a. Laporan Neraca

Definisi Neraca menurut S. Munawir (2002: 13) Neraca adalah laporan sistematis tentang aktiva hutang serta modal dari suatu perusahaan pada suatu saat tertentu. Dengan demikian neraca terdiri dari tiga bagian utama yaitu aktiva, hutang dan modal.

Adapun uraian dari tiga bagian tersebut menurut S. Munawir adalah sebagai berikut:

1. Aktiva

Dalam pengertiannya aktiva tidak terbatas pada kekayaan perusahaan yang terwujud saja, tetapi juga termasuk pengeluaran-pengeluaran yang baru dialokasikan atau biaya yang masih harus dialokasikan pada penghasilan yang akan datang, serta aktivitas pada penghasilan yang akan datang, aktivitas tidak terwujud lainnya seperti good will, pihak paten, franchise, hak menertibkan dan sebagaiannya. Pada dasarnya aktiva dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian utama yaitu aktiva lancar dan aktiva tidak lancar.

a. Aktiva lancar uang kas dan aktiva lainnya, yang dapat diharapkan untuk dicairkan atau ditukarkan menjadi uang tunai, dijual atau dikonsumer dalam periode berikutnya (paling lama satu tahun atau

dalam perputaran kegiatan perusahaan normal). Penyajian pos-pos aktiva lancar didalam neraca didasarkan pada urutan likuiditasnya sehingga penyajiannya dimulai dari aktiva lancar yang paling likuid.

b. Aktiva tidak lancar adalah aktiva yang mempunyai umur kegunaan relative permanent atau jangka panjang (mempunyai nilai ekonomis lebih dari satu tahun atau tidak akan habis dalam satu kali perputaran opersi perusahaan).

2. Hutang

Hutang adalah semua kewajiban kegunaan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana hutang itu merupakan sumber dana dan modal perusahaan yang berasal dari kreditur. Hutang atau kewajiban perusahaan, dapat dibedakan kedalam hutang lancar (hutang jangka pendek) dan hutang jangka panjang.

a. Hutang lancar atau hutang jangka pendek adalah kewajiban keuangan perusahaan yang pelunasannya atau pembayarannya selain dilakukan dalam jangka pendek (satu tahun sejak tanggal neraca) dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan.

b. Hutang jangka panjang adalah kewajiban keuangan yang jangka waktu pembayarannya (jatuh tempo) masih jangka panjang (lebih dari satu tahun sejak tanggal neraca).

3. Modal

Modal adalah hak dan bagian yang dimiliki oleh perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), surplus dan laba yang ditahan. Atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya.

b. Laporan Rugi Laba

Menurut S. Munawir (2009:24) pengertian laporan laba rugi adalah sebagai berikut laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang sistematis tentang penghasilan, biaya laba rugi yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu.

Walaupun belum ada keseragaman tentang susunan laporan laba

rugi tiap-tiap perusahaan, namun prinsip-prinsip yang umumnya diterapkan menurut S. Munawir adalah sebagai berikut:

a. Bagian pertama yang menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha perusahaan (penjualan barang dagangan atau memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang/service yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.
b. Bagian kedua menunjukkan biaya-biaya operasional yang terdiri dari biayapenjualan dan biaya umum/administrasi (operating expense).
c. Bagian ketiga menunjukkan hasil-hasil yang diperoleh diluar operasi pokok perusahaan, yang diikuti dengan biaya-biaya yang terjadi diluar usaha pokok perusahaan (non operating/financial imcome and expence).
d. Bagian keempat menunjukkan laba tau rugi yang insidentil (extra ordinary gain or loss) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

Menurut S. Munawir (2009:25) bentuk laba rugi yang biasanya digunakan adalah sebagai berikut:

1. Bentuk Single Step, yaitu dengan menggunakan semua penghasilan menjadi satu kelompok dan semua biaya dalam satu kelompok, sehingga untuk menghitung rugi laba bersih hanya memerlukan satu langkah yaitu mengurangkan total biaya terhadap total penghasilan.
2. Bentuk Multiple Step, yaitu pengelompokkan dilakukan dengan prinsip yang umum. Dalam bentuk ini dilakukan yang lebih teliti dengan prinsip yang digunakan secara umum.

c. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan ekuitas (modal) menyajikan informasi tentang perubahan ekuitas (modal) perusahaan antara awal dan akhir periode pelaporan yang mencerminkan naik turunnya aset neto, perusahaan selama periode, baik yang berasal dari setoran atau distribusi kepada pemilik atau yang berasal dari kinerja perusahaan selama periode berjalan.

d. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas (cash flow statetment) merupakan bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang tunai (kas) yang dihasilkan oleh perusahaan pada suatu periode akuntansi. Informasi arus kas berguna sebagai indikator jumlah arus kas dimasa yang akan datang, serta berguna untuk menilai kecermatan atas taksiran arus kas yang telah dibuat sebelumnya. Penerimaan dan pembayaran kas selama satu periode diklasifikasi dalam laporan arus kas menjadi tiga kegiatan yaitu arus kas dari kegiatan operasi, arus kas dari kegiatan investasi, dan arus kas dari kegiatan pendanaan.

Menurut Harahap (2013 :257), mengemukakan bahwa laporan arus kas memberikan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu perusahaan pada suatu periode tertentu, dengan mengklasifikasikan transaksi pada kegiatan yaitu operasi, pembiayaan dan investasi.

Fungsi kas dalam suatu perusahaan sangat penting, karena hampir setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berkaitan dengan kas. Maka tanpa kas perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar. Kas yang diperlukan perusahaan baik digunakan untuk membiayai perusahaan sehari–hari ataupun pembelian asset tetap, memiliki sifat *continue* maupun tidak *continue*. Sifat dari c*ontinue*, Untuk pembelian bahan baku, pembayaran gaji dan upah, membeli suplies kantor habis pakai dan lain–lain. Sedangkan sifat tidak *continue*, untuk pembayaran pajak, deviden, angsuran, hutang dan lain–lain.

Laporan keuangan diharapkan disajikan secara layak, jelas, dan lengkap, yang mengungkapkan kenyataan-kenyataan ekonomi mengenai eksistensi dan operasi perusahaan tersebut. Dalam menyusun laporan keuangan, akuntansi dihadapkan dengan kemungkinan bahaya penyimpangan, salah penafsiran dan ketidaktepatan. Untuk meminimkan bahaya ini, profesi akuntansi telah berupaya untuk mengembangkan suatu barang tubuh teori ini. Setiap akuntansi atau perusahaan harus menyesuaikan diri terhadap praktik akuntansi dan pelaporan dari setiap perusahaan tertentu.

3.3.3 Tujuan dan Karakteristik Laporan Keuangan

3.3.3.1 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2011: .5-1.6) adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan yang dikutip oleh Sofyan Syafri Harahap (2008:134) mengatakan bahwa laporan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.
2. Laporan keuangan yang disusun untuk tujuan ini memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pemakai. Namun demikian laporan keuangan tidak menyediakan semua informasi yang mungkin dibutuhkan pemakai dalam pengembilan keputusan ekonomi karena secara umum menggambarkan pengaruh keuangan dari kejadian di masa lalu dan tidak diwajibkan untuk menyediakan informasi non keuangan.

   Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen atau pertanggung jawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya. Pemakai yang ingin menilai apa yang telah dilakukan atau pertanggung jawaban menajemen berbuat demikian agar mereka dapat membuat keputusan ekonomi. Berdasarkan pendapat diatas mengenai tujuan laporan keuangan, maka tujuan menyeluruh dari laporan keuangan adalah laporan keuangan akan memberikan informasi keuangan yang mencakup perubahan dari unsur-unsur laporan keuangan, juga laporan keuangan akan memberikan informasi keuangan yang ditujukan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan disamping pihak manajemen perusahaan. Sedangkan pihak-pihak yang

berkepentingan terhadap laporan keuangan menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:7-9) adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Perusahaan
2. Manajemen Perusahaan
3. Investor
4. Kreditur atau Banker
5. Pemerintah dan Regulator
6. Analisis, Akademis, Pusat dan Bisnis

3.3.3.2 Karakteristik Laporan Keuangan

Karakteristik laporan keuangan menurut standar akuntansi Indonesia yang dikutip oleh Sofyan Syafri Harahap adalah merupakan ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan berguna bagi pemakai:

1. Dapat Dipahami

   Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pemakai.

2. Relevan

   Agar laporan keuangan ini bermanfaat, informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan kalau dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan atau mengkoreksi atau materialistis dipandang penting.

3. Netralitas

   a. Informasi harus diarahkan pada kebutuhan umum pemakai dan tidak tergantung pada kebutuhan dan keinginan pihak tertentu. Tidak boleh ada usaha untuk menyajikan informasi yang menguntungkan beberapa pihak, sementara hal tersebut akan merugikan pihak lain yang mempunyai kepentingan yang berlawanan.

4. Dapat Dibandingkan

   Pemakai harus dapat memperbandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasikan kecenderungan (trend) posisi dan kinerja keuangan. Pemakai juga harus dapat membandingkan laporan keuangan antar perusahan untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan secara relative. (2008: 11).

3.4 Analisa Laporan Keuangan

3.4.1 Pengertian Analisa Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:190) menyebutkan bahwa analisa laporan keuangan adalah menguraikan pos-pos laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau yang mempunyai makna antara satu dengan yang lain baik antara data kuantitatif maupun data non-kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat.

Pengertian diatas bahwa kegiatan analisa laporan keuangan berfungsi untuk mengkonversi data yang berasal dari laporan sebagai bahan mentahnya menjadi informasi yang lebih berguna dan lebih tajam dengan teknik tertentu.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:194) bahwa analisa laporan keuangan ini memiliki sifat-sifat:

a. Fokus laporan keuangan adalah laba rugi, neraca, arus kas yang merupakan akumulasi transaksi dari kejadian historis dan penyebab terjadinya dalam suatu perusahaan.
b. Prediksi, analisa harus mengkaji implikasi kejadian yang sudah berlalu terhadap dampak dan prospek perkembangan keuangan perusahaan di masa yang akan datang.
c. Dasar analisa laporan keuangan yang memiliki sifat dan prinsip tersendiri sehingga hasil analisa sangat tergantung pada kualitas laporan ini.

Pengusaha pada sifat akuntansi, prinsip akuntansi, sangat diperlukan dalam

menganalisa laporan keuangan. Analisa laporan keuangan difokuskan pada hal-hal tertentu. Mulai dari kualitas laporan, pendapat akuntan, bonafiditas auditor yang memeriksa, praktek dan prinsip akuntansi yang digunakan, jenis kelengkapan laporan akuntan. Juga dilihat tingkat perbandingannya, updatenya, apakah dikonsolidasi dengan anak perusahaan atau afiliasi sebagainya.

3.4.2 Tujuan Analisa Laporan Keuangan

Tujuan analisa laporan keuangan seperti yang diungkapkan oleh Sofyan Syafri Harahap (2008:197), dimaksudkan untuk menambah informasi yang ada dalam suatu laporan keuangan. Secara lengkap kegunaan analisa laporan keuangan ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Dapat memberikan informasi yang lebih luas, lebih dalam dari pada yang terdapat dari laporan keuangan yang biasa.
b. Dapat menggali informasi yang tidak nampak secara kasat mata (eksplisit) dari suatu laporan keuangan atau yang berada dibalik laporan keuangan (implisit).
c. Dapat mengetahui kesalahan yang terkandung dalam laporan keuangan.
d. Dapat membongkar hal-hal yang bersifat tidak konsisten dalam hubungannya dengan suatu laporan keuangan baik dikaitkan dengan komponen intern laporan keuangan maupun kaitannya dengan informasi yang diperoleh dari luar perusahaan.
e. Mengetahui sifat-sifat hubungan yang akhirnya dapat melahirkan model-model dan teori-teori yang terdapat dilapangan seperti untuk diprediksi, peningkatan (rating).
f. Dapat memberikan informasi yang diinginkan oleh para pengambil keputusan. Dengan perkataan lain apa yang dimaksudkan dari suatu laporan keuangan merupakan tujuan analisa laporan keuangan antara lain:

1. Dapat menilai prestasi perusahaan.
2. Dapat memproyeksi keuangan perusahaan.
3. Dapat menilai kondisi keuangan masa lalu dan masa sekarang dari aspek waktu tertentu:
    1) Posisi Keuangan (Asset, Neraca dan Modal)
    2) Hasil usaha perusahaan (Hasil dan Biaya)
    3) Likuiditas
    4) Solvabilitas
    5) Aktivitas
    6) Rentabilitas atau Profitabilitas
    7) Indikator pasar modal
4. Menilai perkembangan dari waktu ke waktu.
5. Melihat komposisi struktur keuangan, arus dana.

g. Dapat menentukan peringkat (rating) perusahaan menurut kriteria tertentu yang sudah dikenal dalam dunia bisnis.

h. Dapat membandingkan situasi perusahaan dengan perusahaan lain dengan periode sebelumnya atau dengan standar industri normal atau standar ideal.

i. Dapat memahami situasi dan kondisi keuangan yang dialami perusahaan, baik posisi keuangan, hasil usaha, struktur keuangan dan sebagainya.

j. Bisa memprediksi potensi apa yang mungkin dialami perusahan yang akan datang.

Tujuan dilakukannya analisa terhadap laporan keuangan pada dasarnya adalah untuk menambah informasi yang ada dalam sebuah laporan keuangan, baik itu informasi yang tidak nampak langsung tertera dalam suatu laporan keuangan, kesalahan pencatatan laporan keuangan, mengetahui kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, mengetahui kondisi perusahaan,

dapat membandingkan keadaan keuangan perusahaan dengan perusahaan lain, dapat mengetahui situasidan kondisi yang dialami perusahaan.

Menurut Bernstein yang dikutip oleh Sofyan Syafri Harahap (2008:197) menyebutkan bahwa tujuan analisa laporan keuangan adalah sebagai berikut:

a. *Screening*

   Analisa dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui situasi dan kondisi perusahaan dari laporan keuangan tanpa pergi langsung ke lapangan.

b. *Understanding*

   Memahami perusahaan, kondisi keuangan dan hasil usahanya.

c. *Forcasting*

   Analisa digunakan untuk meramalkan kondisi keuangan perusahaan dimasa yang akan datang.

d. *Diagnosis*

   Analisa dimaksud untuk melihat kemungkinan adanya masalah-masalah yang terjadi baik dalam manajemen, operasi, keuangan atau masalah lain dalam perusahaan.

e. *Evaluation*

   Analisa dilakukan untuk menilai prestasi manajemen dala mengelola perusahaan.

Pengertiannya adalah bahwa dengan melakukan analisa laporan keuangan maka informasi mentah yang dibaca dari laporan keuangan akan menjadi lebih luas dan lebih dalam. Hubungan satu pos dengan pos lainnya akan menjadi inidikator tentang posisi dan prestasi keuangan perusahaan.

3.4.3 Keterbatasan dan Kelemahan Analisa Laporan Keuangan

3.4.3.1. Keterbatasan Analisa Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:156) menyebutkan bahwa analisa laporan keuangan harus memperhatikan keterbatasan hal-hal seperti ini:

1. Laporan keuangan dapat bersifat historis, merupakan laporan atas kejasian yang telah lewat. Karena, laporan keuangan tidak dapat dianggap sebagai laporan mengenai keadaan saat ini, akuntansi tidak hanya satu-satunya sumber informasi dalam proses keputusan.

2. Laporan keuangan bersifat umum dan bukan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan
3. Pihak tertentu. Informasi disajikan untuk dapat digunakan semua pihak. Sehingga terpaksa selalu memperhatikan semua pihak pemakai yang sebenarnya mempunyai perbedaan kepentingan.
4. Proses penyusunan laporan keuangan tidak luput dari penggunaan taksiran dan berbagai pertimbangan dalam memilih alternatif dari berbagai pilihan yang ada yang sama-sama dibenarkan tetapi menimbulkan perbedaan angka laba maupun asset.
5. Akuntansi tidak mencakup informasi yang tidak material. Demikian pula, penerapan prinsip akuntansi terhadap suatu fakta atau pos tertentu mungkin tidak dilaksanakan jika hal ini tidak menimbulkan pengaruh yang material terhadap kelayakan laporan keuangan. Batasan terhadap istilah dan jumlahnya agak kabur.
6. Laporan keuangan bersifat konservatif dalam menghadapi ketidakpastian, bila terdapat beberapa kemungkinan kesimpulan yang tidak pasti mengenai penilaian suatu pos, maka lazimnya dipilih alternatif yang menghasilkan laba bersih atau nilai aktiva yang paling kecil. Dalam keadaan lain disebutkan jika ada inisikasi laba tidak boleh dicatat. Sehingga ada holding lain yang tidak diungkapkan. Laporan keuangan disusun dengan menggunakan istilah-istilah teknis dan pemakai laporan diasumsikan memahami bahasa teknis akuntansi, sifat dan informasi yang dilaporkan.
7. Akuntansi didominasi informasi kuantitatif. Informasi yang bersifat kualitatif dan fakta yang tidak dapat dikuantifikasikan umumnya diabaikan. Namun bisa saja informasi kuantitatif dapat digambarkan atau indikasi informasi kualitatif.
8. Perubahan dalam tenaga beli uang jelas ada akan tetapi hal ini tidak tergambar dalam laporan keuangan.

3.4.3.2. Kelemahan Analisa Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap menyebutkan bahwa kelemahan analisa laporan keuangan itu terdiri dari:

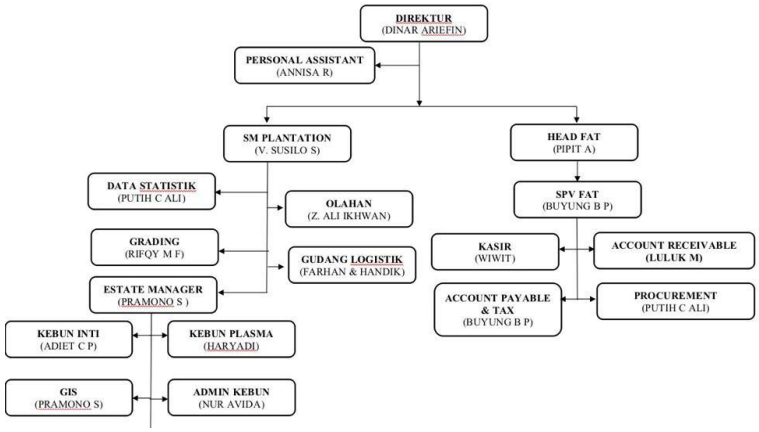
1. Analisa laporan keuangan didasarkan pada laporan keuangan oleh karenanya kelemahan laporan keuangan harus selalu diingat agar kesimpulan dan analisa itu tidak salah.
2. Obyek analisa laporan keuangan hanya laporan keuangan. Untuk menilai suatu laporan keuangan tidak cukup hanya angka-angka laporan keuangan. Kita juga harus melihat aspek lainnya seperti tujuan perusahaan, situasi ekonomi, situasi industri, gaya manajemen, budaya perusahaan dan budaya masyarakat.
3. Obyek analisa adalah data historis yang menggambarkan masa lalu dan kondisi ini bisa berbeda dengan kondisi masa depan.
4. Jika kita melakukan perbandingan dengan perusahaan lain maka perlu dilihat beberapa perbedaan prinsip yang bisa menjadi penyebab perbedaan angka misalnya: Prinsip Akuntansi.
   1) Size Perusahaan
   2)Jenis Industri
   3) Laporan Individual atau Laporan Konsolidasi
   4) Jenis Perusahaan Aspek Profit Motive atau Non Profit Motive.
5. Laporan keuangan hasil konsolidasi atau hasil konvensi mata uang asing perlu mendapat perhatian tersendiri karena perbedaan bisa saja timbul karena masalah kurs konversi atau metode konsolidasi.
6. Kelemahan Analisa Rasio
7. Teknik analisa rasio merupakan sebagian dan konsep analisa laporan keuangan.

Masih banyak kelemahan yang dimiliki oleh analisa laporan keuangan hanya menggunakan laporan-laporan keuangan sebagai media untuk dianalisa sehingga banyak kelemahan dari hasil analisa tersebut, dalam mengambil keputusan tidak hanya membutuhkan analisa dari proses akuntansi saja tetapi masih terdapat

beberapa aspek yang diperlukan dalam pengambilan keputusan.

BAB IV
PEMBAHASAN

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja

4.2 Tugas Unit Kerja

1. *Quality Control* (Grading)

a. Mengontrol mangga masuk (mencatat berapa kilogram mangga dipanen)

b. Rekapitulasi data panen per periode

c. Mengontrol packing orderan sampai ke pelanggan

d. Rekapitulasi data penjualan per periode

e. Pembuatan grafik produksi (panen) dan penjualan per tahun

f. Mengontrol kinerja karyawan bagian grading

g. Menentukan waktu lembur karyawan

2. *Finance* (Keuangan)

1. Pencatatan voucher pengeluaran perusahaan
2. Pencatatan penerimaan keuangan perusahaan
3. Penyusunan voucher pengeluaran per periode
4. Pembuatan laporan keuangan
5. Menentukan HPP dan harga jual perusahaan

4.3 Penjelasan Singkat Unit Kerja

1. *Quality Control* (Grading)

a. Mengontrol mangga masuk

Setiap panen mangga akan dicatat berapa kilogram mangga masuk sebagai laporan panen

b. Rekapitulasi data panen per periode

Sesudah dicatat setiap mangga masuk yang dilakukan bagian ini adalah merekap data panen per periode

c. Mengontrol packing orderan sampai ke pelanggan

Setiap ada orderan masuk, yang dilakukan perusahaan adalah mengontrol packing orderan agar sampai ke pelanggan dengan baik

d. Rekapitulasi data penjualan per periode

Setiap laporan penjualan akan direkap setiap periode oleh perusahaan

e. Pembuatan grafik produksi (panen) dan penjualan per tahun

Pembuatan grafik produksi (panen) dan penjualan per tahun untuk mengetahui perkembangan perusahaan

f. Mengontrol kinerja karyawan bagian grading

g. Menentukan waktu lembur karyawan

2. *Finance* (keuangan)

a. Pencatatan voucher pengeluaran perusahaan

Setiap transaksi pengeluaran yang dilakukan perusahaan dicatat dalam voucher tanpa terkecuali. Pembuatan laporan keuangan terdiri dari 4 laporan yaitu laporan neraca, laporan arus kas, laporan perubahan modal, laporan laba rugi.

b. Menentukan HPP dan harga jual perusahaan

Dalam penentuan HPP disesuaikan dengan kebutuhan dalam kegiatan produksi dan hal tersebut disinkronkan dengan laporan dari bagian QC serta bagian kebun.

4.4 Judul Tugas Khusus

4.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan kerja praktik yang penulis lakukan disini telah tertuang pada Bab 1 Pendahuluan Point 1.2.1 tentang Tujuan Magang, yaitu mahasiswa dapat memahami pola bentuk kerja secara langsung pada proses manajemen pemasaran dan serta penerapan laporan keuangan. Akan tetapi secara garis besar yakni untuk mengetahui trategi pemasaran dalam meningkatkan Brand Image produk unggulan dan penerapan laporan keuangan pada PT Galasari Gunug Sejahtera.

4.4.2 Metodologi Penelitian

4.4.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan mengunakan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah metode yang lebih menekankan aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk generalisasi.

4.4.2.2 Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung terjun lapang. Kuncoro mengungkapakan bahwa data primer adalah data yang biasanya yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan dan original. Sehingga data primer akan diperoleh melalui proses wawancara dan observasi langsung yang dilakukan peneliti selama kegiatan penelitian ini ke PT Galaari Gunung Sejahtera.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan sifatnya sebagai pelengkap. Dalam proses magang rises ini peserta magang diharapkan mendapatkan data berupa data fisik berupa, tabel, grafik, gambar.

4.4.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan Kerga Praktik pada PT Galasari Gunung Sejahtera dibimbing oleh pembimbing lapang dan pembimbing akademik. Peran pembimbing lapang dalam kegiatan kerja praktik ini adalah sebagai fasilitator yang memberikan petunjuk serta informasi bagi peserta kerja praktik sesuai dengan topik yang telah dibahas selama kegiatan kerja praktik berlangsung. Sedangkan peran pembimbing akademik sebagai fasilitator dalam bidang akademik untuk memastikan peserta kerja praktik telah melakukan kegiatan kerja praktik sesuai dengan prosedur atau peraturan yang telah ditetapkan. Metode pelaksanaan pada kegiatan kerja praktik ini meliputi sebagai berikut:

1. Praktik Kerja

   Metode pelaksanaan praktik kerja dilakukan dengan harapan peserta kerja praktik mampu menerapkan tridharma perguruan tinggi yaitu sesuai dengan bidang pendidikan, penelitian serta pengabdian. Dalam bidang pendidikan khususnya bertujuan untuk mempelajari manajemen yang dilakukan oleh PT Galasari Gunung Sejahtera terutama manajemen proses dan produksi, sedangkan bidang penelitian dilakukan saat akan mencari informasi atau data yang dibutuhkan selama kegiatan kerja praktik. Pengabdian dalam kegiatan kerja Pratik diperoleh dari keaktifan peserta kerja praktik untuk menyelesaikan kegiatan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan.

2. Wawancara dan Observasi

   Metode wawancara dalam kegiatan kerja praktik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden atau konsultasi kepada pembimbing lapang selaku fasilitator untuk memberikan informasi sesuai dengan topik yang telah dibahas. Sasaran dari pelaksanaan metode ini adalah setiap pihak yang dinilai berperan langsung atau mengetahui mengenai kegiatan manajemen proses dan pemasaran dalam meningkatkan Brand Image Produk ungguln serta penerapan laporan keuangan pada PT. Galasari Gunung Sejahtera. Sedangkan observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti untuk mengumpulkan data primer.

3. Pencatatan Data

Data yang dibutuhkan dalam kegiatan kerja praktik dengan topik pemasaran dan keuangan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peserta kerja pratik langsung dari sumber pertama yang selanjutnya digunakan untuk mendukung pembuatan laporan akhir kegiatan kerja praktik.

4. Dokumentasi

Metode pelaksanaan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi informasi-informasi yang diperoleh agar lebih lengkap serta menunjang kebenaran dan keterangan yang diberikan sesuai dengan topik yang dibahas.

4.4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakuka oleh penulis dengan pihak-pihak terkait diperoleh hasil informasi mengenai proses perawatan perkebunan sampai proses masuknya mangga di grading, keuangan dan juga pemasaran dalam perusahaan Galasari.

Dalam melakukan perawatan pohon diperkebunan sangat intensif mulai dari pembibitan sampai panen. Setelah panen buah mangga dimasukkan ke grading untuk disortir berdasarkan grade buah (Grade A, Grade B, Grade Bores). Kemudian buah mangga dimasukkan ke dalam HWT (Hard Water Temperature) selama 3 menit, setelah itu di cuci, di packig dan di distribusikan.

Gambar 4.2 Tahapan Proses Grading

Pada bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi marketing meliputi :

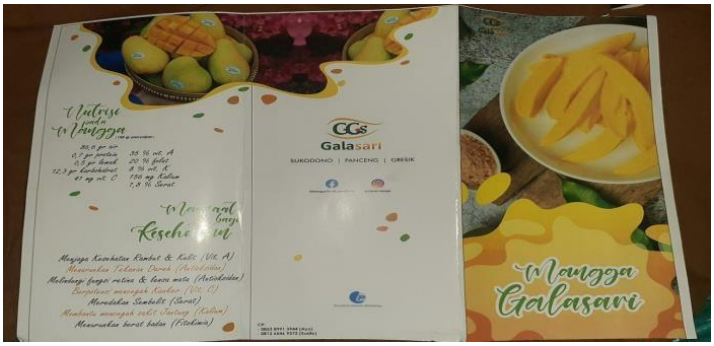
1. Pengenalan produk

   Memberikan pengetahuan kebeberapa market, ritel dan masyarakat mengenai keunggulan mangga chokanan dengan yang lain

2. Penggunaan media marketing

   Media marketing yang digunakan oleh perusahaan berupa media online dan juga ofline. Pada media online perusahaan menggunakan sosisal media instagram, facebook dan website. Sedangkan pada media ofline perusahaan menggunakan brosur.

Gambar 4.3 Instagram Galasari



Gambar 4.4 Brosur Pemasaran Galasari

3. Pemberian Diskon
4. Dalam pemberian diskon yang diberikan perusahaan oleh pelanggan, perusahaan memberikan penawaran dengan batasan minimal pembelian.
5. Strategi Penetapan Harga

   Penentuan penetapan harga didasarkan pada HPP dikebun. Dari HPP tersebut dapat diklasifikasikan harga pada setiap jenis buah mangga yang dipanen. Dan terdapat range harga berdasarkan banyaknya pembelian yang dilakukan oleh pembeli.

Pada bagian keuangan dilakukan penerapan laporan keuangan yang meliputi laporan arus kas, laporan perubahan modal, perubahan neraca dan perubahan laba rugi. Serta dalam keuangan dilakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran melalui voucher yang dikeluarkan perusahaan dalam bentuk warna yang berbeda yaitu warna hijau dan kuning. Pada setiap laporan keuangan dilakukan pencatatan dan juga perekapan pada setiap periode baik perminggu, perbulan dan pertahunnya. Selain daripada itu poin penting yang dilakukan keuangan adalah penentuan harga pokok produksi yang nantinya digunakan untuk penetapan harga jual produk. Tetapi satu hal yang kurang dari perusahaan perkebunan Galasari terkait keuangan adalah masih kurangnya pengukuran sehat atau tidaknya terkait analisis kinerja keuangan perusahaan tersebut. Sehingga harus dilakukan pebandingan dari perusahaan lain pada sektor yang sama yaitu perkebunan mangga. Namun hal tersebut masih menjadi tugas untuk bagian keuangan mencari sumber data dari perusahaan sejenis untuk dijadikan tolak ukur dan pembanding

perusahaan, karena masih belum ada dan ditemukan untuk perbandingan tersebut sehingga harus memperdalam mencari infomasi yang sesuai kebutuhan yang diinginkan.

4.5 Kegiatan Kerja Praktek

4.5.1 Penjelasan Kegiatan Kerja Praktek

Dalam kegiatan kerja praktek yang dilakukan selama satu bulan penulis melakukan beberapa kegiatan diantaranya sebagai berikut :

1. Pengenalan secara umum terkait PT. Galasari Gunung Sejahtera
2. Pengenalan secara hulu yaitu proses berkebun hingga panen buah
3. Pengenalan proses sortir buah (*grading*)
4. Packing dan mengetahui perusahaan kerjasama
5. Proses pembuatan grafik produksi (panen) dan penjualan
6.. Pencarian data mengenai strategi pemasaran dan pengenalan produk
7. Membantu melakukan riset padi dan buah mangga
8. Pembuatan laporan *cash flow* perusahaan
9. Penyusunan voucher (pengeluaran) keuangan
10. Perolehan informasi laporan-laporan yang digunakan perusahaan
11. Keikutsertaan dalam pameran pertanian
12. Penyusunan laporan

Dalam pelaksanaan kegaiatan kerja praktek minggu pertama, penulis diperkenalkan mengenai cara berkebun mulai dari cara penanaman, pemupukan, penyiraman bibit, penyemprotan pohon mangga untuk membasmi dari serangga agar buah tetap sehat, penyiraman pohon hingga sampai panen buah mangga. Tidak hanya itu, penulis juga diperkenalkan mengenai proses *grading* buah mangga dan diajarkan untuk terjun langsung dalam mengrading buah sampai packing. Dari kegiatan tersebut terdapat banyak pelajaran dan wawasan mengenai saluran pemasaran dan pengiriman barang ke beberapa *client*. Dalam perusahaan galasari tidak hanya memproduksi buah mangga, namun juga menjual mangga dalam bentuk olahan berupa mangga beku, jus mangga dan beberapa olahanlainnya.

Berikut merupakan proses yang dilakukan oleh perusahan Galasari hingga sampai tangan konsumen atau *client* :

1. Disiram/disemprot

2. Panen

Jenis-jenis mangga yang ada di perusahaan Galasari:

- Chokanan
- Garifta
- Nam Dokmai
- Arum manis / gadung
- Manalagi

Varietas tanaman buah lain yang ada di perusahaan Galasari :

- Jeruk
- Buah naga
- Durian
- Pisang
- Kelengkeng

Namun pada perusahaan Galasari lebih banyak menghasilkan produk buah mangga dan untuk produk buah selain mangga di *trading* atau diambil dari perusahaan atau perkebunan lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Proses grading

Grading merupakan proses pemisahan antara mangga berukuran 210up hingga 310up, 310up lebih. Mangga dipisahkan untuk masuk *market* dan pengolahan. Dibawah 210up (under), diatas 310up lebih (upnormal).

4. Mangga dicuci

5. Proses pencucian ini digunakan untuk membersihkan getah dari buah mangga tersebut. Dibersihkan menggunakan kain untuk menghilangkan air dan getah + dipisahkan antara mangga yang bagus (kematangan 80%), reject, dan masak/matang.

4. Diberi label/sticker

Pemberian sticker tergantung pemesanan, terdapat beberapa macam sticker

untuk barang dikirim ke Superindo, produk pemesanan khusus dengan menggunakan sticker galasari dan sticker arum manis produk unggulan galasari.

5. Packing

Kardus yang ada di perusahaan Galasari terdapat beberapa macam yaitu kardus 3 kg, kardus 5 kg, kardus 10 kg, 12 kg dan 20 kg.

Dalam pelaksanaan kegiatan kerja praktek penulis juga belajar dan terjun dalam bidang *quality control*. Dalam pelaksanaan ini kami diajarkan untuk mengolah dan menginput barang masuk atau panen/produksi dan barang keluar yaitu penjualan produk buah mangga. Pada bidang *quality control* juga mengontrol pada gudang dan ikut serta membantu mengemas produk pesanan dari pelanggan. Dan dalam minggu ini penulis membantu melakukan pencatatan pembayaran pada pembeli buah mangga yang langsung datang ke perusahaan.

Perusahaan Galasari memiliki team riset dalam melakukan pengecekan dan penelitian dari pohon hingga buah mangga serta penelitian pada tanaman lainnya. Selama pelaksanaan kerja praktek penulis membantu riset padi dan buah mangga. Pada riset padi bertujuan untuk mengukur tingkat pertumbuhan padi dan jumlah malai yg nantinya padi terbaik diperoleh dari pot mana dan pot berisi tanah yg digunakan untuk menanam merupakan akan dijadikan sebagai pupuk pilihan. Dan riset mangga ini dilakukan untuk menentukan pohon mangga yang menghasilkan buah terbanyak dan berkualitas. Pada penelitian ini buah mangga diiris dan diukur ketebalan kulit, ketebalan daging, warna, tekstur, aroma dan tingkat kemanisan buah. Dalam kerja praktek ini penulis juga diperkenalkan mengenai bidang pemasaran dan kegiatan yang dilakukan.

Pada kegiatan selanjutnya penulis dikenalkan pada bidang kosentrasi keuangan serta pemantapan pada pemasaran. Bidang keuangan penulis diberikan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pada perusahaan, pencatatan laporan keuangan, pengalokasian biaya pengeluaran dan pemasukan, serta perekapan voucher sesuai urutan pertanggal periodenya. Dalam bidang keuangan penulis diberikan pengetahuan dalam penetapan harga supaya perusahaan tidak mengalami kerugian dalam penjualan serta laporan keuangan apa saja yang

digunaka perusahaan. Pada minggu ini penulis juga melakukan observasi dan pengumpulan data dalam pemenuhan dan penyusunan laporan kerja praktek.

Minggu terakhir kegiatan penulis diberikan waktu untuk mengerjakan dan menyelesaikan laporan kerja praktek serta melakukan asistensi kembali bersama dosen pembimbing. Dan pada minggu ini penulis mengumpulkan data kembali yang kurang diperoleh pada minggu sebelumnya. Serta penulis melengkapi keperluan tanda tangan dan evaluasi penilaian untuk diberikan kepada manager kebun atau selaku pembimbing lapangan selama penulis melakukan kerja praktek di perusahaan Galasari. Selain itu, pada tanggal 01-03 Oktober 2021 penulis ikut serta dalam kegiatan pameran pertanian yang diselenggarakan di Icon Mall Gresik.

4.5.2 Jadwal Kegiatan

Tabel 4.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4
1.	Pengenalan secara umum terkait PT. Galasari Gunung Sejahtera				
2.	Pengenalan secara hulu yakni proses berkebun hingga panen buah				
3.	Pengenalan proses sortir buah (grading)				

4.	Packing dan mengetahui perusahaan kerja sama				
5.	Proses pembuatan grafik produksi dan penjualan				
6.	Pencarian data dan informasi mengenai strategi pemasaran dan pengenalan produk				
7.	Membantu melakukan riset padi dan manga				
8.	Pengetahuan dalam pembuatan cash flow perusahaan				
9.	Penyusunan dan rekap voucher pengeluaran keuangan				
10.	Perolehan informasi laporan-laporan keuangan yang digunakan perusahaan				
11.	Keikutsertaan dalam kegiatan pameran pertanian				
12.	Penyusunan laporan kerja praktek				

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja Praktek merupakan salah satu upaya untuk menempatkan, memperkenalkan, mengetahui serta berlatih beradaptasi dan menganalisis kondisi lingkungan dunia yang sesungguhnya secara nyata mengenai situasi dan kondisi di lingkup perusahaan maupun instansi sebagai upaya untuk mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja.

Dalam hal ini tempat pelaksanaan kerja praktik penulis adalah pada PT. Galasari Gunung Sejahtera yang merupakan perusahaan perkebunan holtikultura yang bekerja sama dengan petani plasma dengan luasan mencapai 500 ha. Perusahaan ini juga melakukan pengolahan hasil pertanian menjadi berbagai macam produk olahan yang saat ini sudah beredar di pasaran. Pada perusahaan ini terdapat berbagai jenis tanaman buah seperti buah mangga, buah naga, jeruk, kelengkeng, durian dan pisang. Akan tetapi sektor utama dan paling banyak ditanam pada lahan Galasari adalah buah mangga dengan berbagai jenis diantaranya chokanan, arum manis, nam dok mai, garifta dan manalagi 69. Dalam setahun perusahaan dapat memproduksi buah mangga hingga mencapai 400.000 kg. PT. Galasari Gunung Sejahtera menerapkan budidaya pertanian yang baik dari sektor hulu ke hilir. Perusahaan mengawasi pembibitan, penanaman, pemupukan, pengendalian hama dan penyakit serta penanganan panen dan pascapanen. Sehingga dapat dipastikan hanyak buah berkualitas baik yang dikirim ke pelanggan.

Dalam setiap kegiatan perusahaan tidak lepas dengan kegiatan pemasaran dan keuangan. Hal penting dalam mengembangkan dan mempertahankan perusahaan adalah dengan melakukan strategi yang tepat baik pemasaran dan keuangan, sehingga tidak akan terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Setiap perusahaan dengan label yang berbeda maka pengelolaan

pemasaran dan keuangannya juga tentu berbeda, terlebih lagi perusahaan berkembang atau belum tbk. Dalam pelaksanaan pemasaran perusahaan dilakukan secara offline dengan menembak atau terjun langsung ke target pasar sedangkan pemasaran onlinenya melalui beberapa platform yaitu website, instagram dan facebook. Produk buah mangga Galasari khususnya buah mangga chokanan masih belum dikenal masyarakat luas sehingga fokus utama perusahaan adalah memperkenalkan buah mangga jenis chokanan karena perusahaan Galasari adalah salah satu perkebunan mangga pertama sebagai pelopor mangga Thailand atau Chokanan.

Strategi pemasaran adalah acuan yang sangat penting bagi perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya dimana setiap perusahaan dalam kegiatannya untuk meningkatkan penjualan atau pelanggan, suatu perusahaan diharuskan menerapkan strategi yang bagus. Menurut Philip Kotler (2000 : 43), "Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan mendapatkan keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Setiap perusahan ingin meningkatkan penjualan agar tetap dapat hidup harus memiliki perancangan strategi.

Pada bagian keuangan terdapat beberapa laporan yang digunakan meliputi laporan neraca, laporan arus kas, laporan laba rugi dan laporan perubahan modal. Dalam pengelolaan keuangan pada perusahaan Galasari dikontrol oleh bagian accounting dan saat ini perusahaan sedang membutuhkan manajemen keuangan yang dapat melakukan analisis terhadap keuangan perusahaan sehat atau tidaknya. Namun hal tersebut tidak menyurutkan kinerja bagian keuangan dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Setiap transaksi yang dilakukan perusahaan terdapat voucher pengeluaran yang nantinya dapat menjadi bukti seperti halnya nota dan diinput dalam sistem pengeluaran perusahaan sehingga memudahkan untuk mengelola data.

Fungsi manajemen keuangan yang utama adalah dalam hal keputusan investasi, pembiayaan dan deviden untuk suatu perusahaan atau organisasi bahkan koperasi atau bahkan instansi-instansi lain. Selain itu fungsi manajemen keuangan yaitu sebagai pedoman bagi manajer perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan yang dilakukan demi kelancaran perusahaannya terutama dalam hal manajemen keuangannya. Pengelolaan keuangan yang baik akan berpengaruh baik pula ke keuangan dan kelancaran kegiatan perusahaan.

Dalam hal ini PT. Galasari Gunung Sejahtera fokus untuk memasarkan sekaligus memperkenalkan produk buah dari perusahaan tersebut sehingga *brand image* dari produk Galasari dikenal masyarakat. Tidak hanya itu, kualitas produk buah yang diberikan pelanggan merupakan buah yang sudah masum kedalam pilihan sehingga tidak sembarang buah dijual ke pelanggan. Dari hal tersebut menjadikan brand image produk Galasari memiliki citra positif di masyarakat.

Penerapan laporan keuangan Galasari terbilang cukup lengkap karena menerapkan semua bentuk-bentuk laporan keuangan sesuai standar akuntansi untuk perusahaan. Namun, perlu ditingkatan pengetahuan perusahaan dalam menganalisis kinerja keuangan termasuk sehat atau sebaliknya.

5.2 Saran

Setelah kurang lebih satu bulan melaksanakan kerja praktik dengan cara observasi dan wawancara di PT. Galasari Gunung Sejahtera penulis memberikan saran untuk perusahaan dan peserta kerja praktik itu sendiri selaku mahasiswa sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Perusahaan

a. Perusahaan sebaiknya memberikan tempat khusus dengan fasilitas yang mendukung peserta pelaksana kerja praktek sehingga dapat mempermudah dalam mengkoordinir dan mengarahkan secara efektif dan nyaman dalam melaksanakan kerja praktek.

b. Memberikan kepercayaan kepada mahasiswa atau peserta kerja praktek untuk membantu pekerjaan karyawan pada bagian kantor atau disesuaikan dengan program studi pelaksana kerja praktek.
c. Para mahasiswa atau peserta kerja praktek diberikan tugas sesuai dengan program keahlian yang dimilikinya, biarpun berbeda tetapi masih ada kaitannya dengan jurusan.
d. Bagi para karyawan kantor lebih bisa friendly kepada peserta kerja praktek supaya dapat menciptakan lingkungan yang harmonis dan peserta kerja praktek tidak canggung saat berkomunikasi.
e. Adanya evaluasi perusahaan terhadap pelaksanaan peserta kerja praktek.

5.2.2 Bagi Mahasiswa/Peserta Kerja Praktek

a. Dalam melaksanakan kerja praktek, sebelum terjun ke lapangan diusahakan telah memiliki bekal materi tentang apa yang dipraktikan.
b. Mahasiswa harus lebih aktif untuk memperoleh informasi yang belum diketahui dengan bertanya kepada pembimbing lapangan maupun karyawan perusahaan.
c. Menjaga suasana keakraban dengan pembimbing lapangan karena akan mempengaruhi dalam proses kerja praktek.
d. Semaksimal mungkin dalam kontribusi selama pelaksanaan kegiatan kerja praktek.

DAFTAR PUSTAKA

Gosari, P. (2020, Maret 1). *Polowijo Gosari Indonesia Group*. Dipetik Oktober 6, 2021, dari polowijogosari.co.id: https://www.polowijogosari.co.id/news-37/

Hidayat, D. (2018). *Analisis Laporan Keuangan.* Ponoroogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Pandora, A. (2020, Mei 11). *Sariadri*. Dipetik Oktober 3, 2021, dari m.sariagri.id: https://m.sariagri.id/news/56339/napak-tilas-sejarah-galasari-dalam-mengelola-kebun-mangga

Putri, D. B. (217). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.

Samsu. (2017). *Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Miixed Methods, serta Research & Development (Ed.)1st ed).* Jambi: Pusaka.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Yogyakarta: ALFABETA.

Tropika, B. (2015, Maret 13). *Balitbu Tropika*. Dipetik Oktober 5, 2021, dari balitbu.litbang.pertanian.go.id: https://balitbu.litbang.pertanian.go.id/index.php/berita-mainmenu-26/info-lainnya/695-pengembangan-tanaman-mangga-merah-di-kabupaten-gresik#ccomment

LAMPIRAN

1. Kegiatan Dikebun

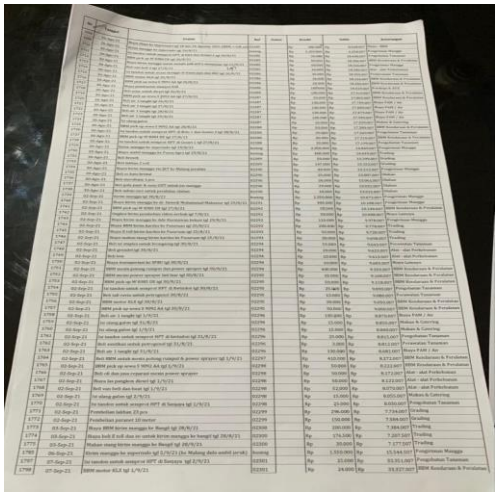
2. Kegiatan Pada Bagian Grading

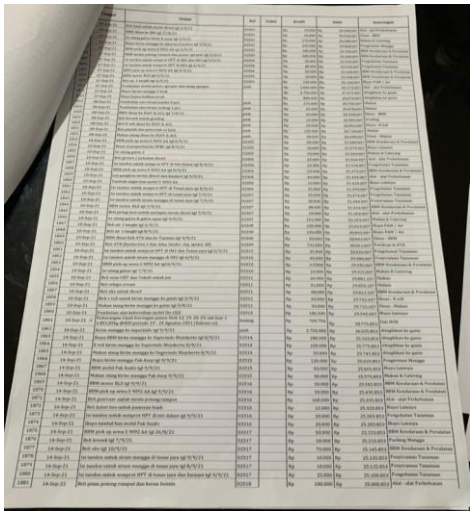
3. Kegiatan Pada Bagian Pengolahan

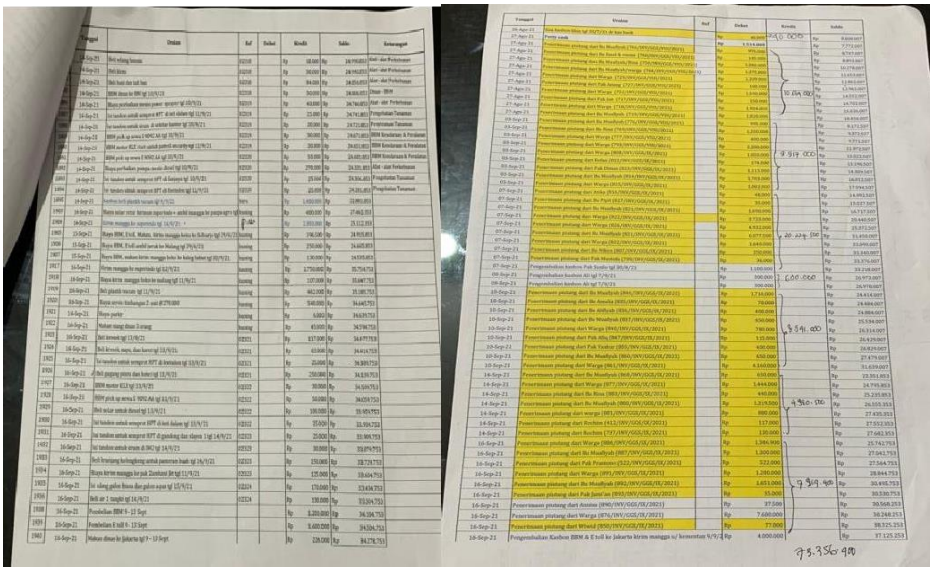
4. Kegiatan Pada Bagian Kantor

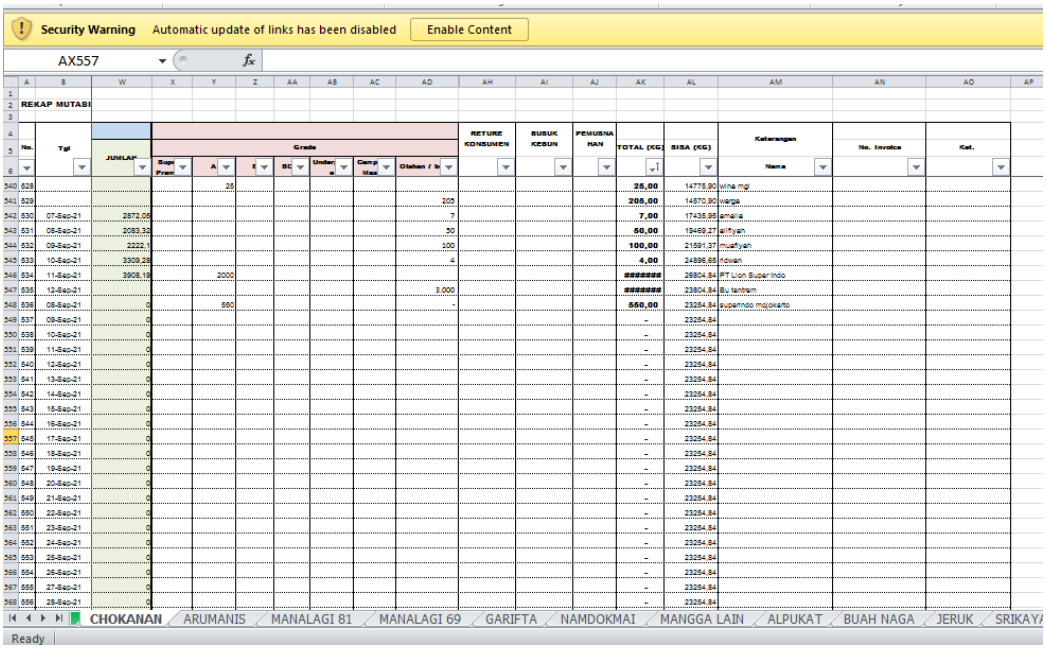
5. Kegiatan Pameran Buah Mangga di Icon Mall

6. Data – data keuangan, penjualan dan hasil panen/produksi









Security Warning Automatic update of links has been disabled Enable Content

AX557

REKAP MUTASI

No.	Tgl	JUMLAH	Grade: Super Prem	Grade: A	Grade: B	Grade: BC	Grade: Under a	Grade: Campur Mas	Olahan / Ba	RETURE KONSUMEN	BUSUK KESUN	PEMUSNAHAN	TOTAL (KG)	SISA (KG)	Keterangan: Nama	No. Invoice	Ket.
528				25									25,00	14775,90	wina mgi		
529									205				205,00	14570,90	warga		
530	07-Sep-21	2872,05							7				7,00	17438,95	amelia		
531	08-Sep-21	2083,32							50				50,00	19469,27	alifiyah		
532	09-Sep-21	2222,1							100				100,00	21591,37	muafiyah		
533	10-Sep-21	3309,28							4				4,00	24896,65	rohwan		
534	11-Sep-21	3908,19		2000									#######	26804,84	PT Lion Super Indo		
535	12-Sep-21								3,000				#######	23804,84	Bu tentrem		
536	08-Sep-21	0		550					-				550,00	23254,84	supermdo mojokerto		
537	09-Sep-21	0											-	23254,84			
538	10-Sep-21	0											-	23254,84			
539	11-Sep-21	0											-	23254,84			
540	12-Sep-21	0											-	23254,84			
541	13-Sep-21	0											-	23254,84			
542	14-Sep-21	0											-	23254,84			
543	15-Sep-21	0											-	23254,84			
544	16-Sep-21	0											-	23254,84			
545	17-Sep-21	0											-	23254,84			
546	18-Sep-21	0											-	23254,84			
547	19-Sep-21	0											-	23254,84			
548	20-Sep-21	0											-	23254,84			
549	21-Sep-21	0											-	23254,84			
550	22-Sep-21	0											-	23254,84			
551	23-Sep-21	0											-	23254,84			
552	24-Sep-21	0											-	23254,84			
553	25-Sep-21	0											-	23254,84			
554	26-Sep-21	0											-	23254,84			
555	27-Sep-21	0											-	23254,84			
556	28-Sep-21	0											-	23254,84			

CHOKANAN | ARUMANIS | MANALAGI 81 | MANALAGI 69 | GARIFTA | NAMDOKMAI | MANGGA LAIN | ALPUKAT | BUAH NAGA | JERUK | SRIKAYA

Ready

Security Warning Automatic update of links has been disabled Enable Content

AL14

No.	Jenis Mangga	Satuan	Annual Target	Januari Budget	Januari Realisasi	Balance	Remarks	Februari Budget	Februari Realisasi	Balance	Remarks	Maret Budget	Maret Realisasi	Balance	Remarks	April Budget	April Realisasi	Balanc
	TOTAL PRODUKSI	Kg																
1	Chokanan (Total)	Kg	257.616,00	23.731,00	19.831,35	- 3.899,65	Tidak Mencapai target karena tidak ada mangga dan kualitas mangga kurang baik	11.560,00	3.116,60	- 8.443,40	Tidak Mencapai target karena tidak ada mangga	14.470,00	138,98	########	Tidak Mencapai target karena tidak ada mangga	#######	-	- 6.6
	Super	Kg	25.762,00	2.374,00	-	- 2.374,00		1.156,00	-	- 1.156,00		1.447,00	-	########		670,00	-	- 6
	Grade A	Kg	108.119,00	9.963,00	3.207,25	- 6.755,75		4.855,00	195,00	- 4.660,00		6.077,00	-	########		#######	-	- 2.8
	Grade B	Kg	12.881,00	1.187,00	2.928,18	1.741,18		578,00	45,00	- 533,00		724,00	-	- 724,00		335,00	-	- 3
	Bores	Kg	103.046,00	9.495,00	11.261,54	1.766,54		4.624,00	1.192,46	- 3.431,54		5.788,00	136,98	########		#######	-	- 2.6
	Upnormal	kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Muda	kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Afkir	Kg	7.728,00	712,00	2.434,38	1.722,38		347,00	1.684,14	1.337,14		343,00	2,00	- 341,00		201,00	-	- 2
2	Arum Manis (Total)	Kg	332.562,00	16.000,00	-	- 16.000,00	Tidak Mencapai target karena tidak ada mangga	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	
	Grade Premium	Kg	54.951,00	2.000,00	-	- 2.000,00		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Grade A	Kg	72.627,00	4.000,00	-	- 4.000,00		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Grade B	Kg	183.356,00	10.000,00	-	- 10.000,00		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Grade C	Kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Bores	Kg	17.303,00	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Afkir	Kg	4.326,00	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
3	Garifta	Kg	1.212,00	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	
4	Manalagi	Kg	6.084,00	-	-	-	Panen Seleksi	-	-	-	Panen Seleksi	-	-	-	Panen Seleksi	-	-	
	250 Up	Kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Under	Kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
	Afkir	kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
5	Keitt	kg	-	-	8,00	8,00												
6	Namdokmai	Kg	1.552,00	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	
7	Lain-lain	Kg	5.361,00	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	
8	Aneka Buah	Kg	-	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	-	Belum Panen	-	-	
	Afkir	kg	-	-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	
					19.839,35				3.116,60				138,98				-	

Monthly Report Grading

7. Surat Pengantar Kerja Praktek

UISI | UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

Gresik, 01 September 2021

Nomor : 0216/KI.05/03-01.01.01.01/09.21
Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
Perihal : Permohonan Kerja Praktik

Kepada Yth.
Bapak Susilo - Kepala HRD
PT. Galasari Gunung Sejahtera
Sukodono, Kec. Panceng, Kabupaten Gresik
Jawa Timur 61156

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi kurikulum Program Studi **Manajemen** Universitas Internasional Semen Indonesia, maka setiap mahasiswa diharuskan melaksanakan Kerja Praktik untuk memberikan gambaran kerja nyata kepada mahasiswa, menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh di Perguruan Tinggi sekaligus memperoleh pengalaman kerja.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima mahasiswa berikut :

No.	NIM	NAMA
1.	1011810029	Fauziatul Kholidah
2.	1011810024	Eny Handayani
3.	1011810070	Niswatur Rusdiyana

untuk dapat melaksanakan Kerja Praktik di PT. Galasari Gunung Sejahtera pada tanggal **06 September - 06 Oktober 2021.** Kami berharap mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan pekerjaan yang sesuai dengan program studinya dan sebagai bahan pertimbangan, kami lampirkan 1 (satu) berkas proposal.

Selanjutnya kami akan menunggu konfirmasi dan kabar baik dari Bapak/Ibu. Adapun contact person yang dapat dihubungi untuk Kerja Praktik mahasiswa tersebut adalah Fauziatul K. di nomor HP. 081230783306 atau alamat e-mail fauziatul.kholidah18@student.uisi.ac.id. Besar harapan kami agar Bapak/Ibu dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa kami.

Demikian, atas perhatian dan terpenuhinya permohonan ini kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Koordinator Kerja Praktik

UISI

Elsi Mersilia Hanesti, S.EI., M.SEI
NIP. 9919517

Kompleks PT. Semen Indonesia, Jl. Veteran, Gresik 61122.
Telp : (031) 3985482; (031) 3981732 ext.3661,3662; Fax : (031) 3985481
Website : www.uisi.ac.id; email : info@uisi.ac.id

UISI | UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

Gresik, 01 September 2021

Nomor : 0217/KI.05/03-01.01.01.01/09.21
Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
Perihal : Permohonan Kerja Praktik

Kepada Yth.
Bapak Susilo - Kepala HRD
PT. Galasari Gunung Sejahtera
Desa Sukodono , Kec. Panceng, Kabupaten Gresik
Jawa Timur 61111

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi kurikulum Program Studi **Manajemen** Universitas Internasional Semen Indonesia, maka setiap mahasiswa diharuskan melaksanakan Kerja Praktik untuk memberikan gambaran kerja nyata kepada mahasiswa, menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh di Perguruan Tinggi sekaligus memperoleh pengalaman kerja.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima mahasiswa berikut :

No.	NIM	NAMA
1.	1011810051	Lucky Reza
2.	1011810090	Sinta Rahmawati

untuk dapat melaksanakan Kerja Praktik di PT. Galasari Gunung Sejahtera pada tanggal **06 September - 06 Oktober 2021.** Kami berharap mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan pekerjaan yang sesuai dengan program studinya dan sebagai bahan pertimbangan, kami lampirkan 1 (satu) berkas proposal.

Selanjutnya kami akan menunggu konfirmasi dan kabar baik dari Bapak/Ibu. Adapun contact person yang dapat dihubungi untuk Kerja Praktik mahasiswa tersebut adalah Lucky Reza di nomor HP.081239572994 dan alamat e-mail lucky.reza18@student.uisi.ac.id. Besar harapan kami agar Bapak/Ibu dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa kami.

Demikian atas perhatian dan terpenuhinya permohonan ini kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Koordinator Kerja Praktik

UISI

Elsi Mersilia Hanesti, S.EI., M.SEI
NIP. 9919517

Kompleks PT. Semen Indonesia, Jl. Veteran, Gresik 61122.
Telp : (031) 3985482; (031) 3981732 ext.3661,3662; Fax : (031) 3985481
Website : www.uisi.ac.id; email : info@uisi.ac.id

8. Surat Panggilan Kerja Praktek

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
AGRO SMART SYSTEM

SURAT PANGGILAN KERJA PRAKTEK
Nomor: 055/MNG-GGS/X/2021

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat Permohonan Kerja Praktek, bersama dengan surat ini kami bersedia menerima dan memberi kesempatan Kerja Praktek kepada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia selama satu bulan pada tanggal 06 September – 06 Oktober 2021. Berikut nama mahasiswa yang akan melaksanakan Kerja Praktek:

No.	Nama	NIM
1.	Eny Handayani	1011810024
2.	Fauziatul Kholidah	1011810029
3.	Lucky Reza	1011810051
4.	Sinta Rahmawati	1011810092

Demikian atas perhatian dan kerja samanya kami sampaikan terima kasih.

Gresik, 03 Oktober 2021
PT. Galasari Gunung Sejahtera

V. Susilo Sugiarto
Senior Manager Kebun

9. Surat Keterangan Selesai Kerja Praktek

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
AGRO SMART SYSTEM
Galasari

Alamat Kantor : Sukodono, KM 37 Kec. Panceng, Gresik
Alamat Surat : PO. Box 218 / SY Sidayu, Gresik
Telepon : 031-3949777
Email : info@galasari.co.id

SURAT KETERANGAN PRAKTEK KERJA
Nomor : 055/MNG-GGS/X/2021

Nama mahasiswi yang tertera di bawah ini:

NO	NIM	Nama Mahasiswa	Fakultas	Program Studi
1	1011810024	Eny Handayani	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen

Telah melakukan praktek kerja di PT Galasari Gunung Sejahtera selama 1 (Satu) bulan terhitung sejak tanggal 06 September – 06 Oktober 2021. Dengan prestasi baik.

Terima kasih atas kerjasama yang baik bersama Staff dan karyawan kebun selama praktek kerja.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 08 Oktober 2021
PT. Galasari Gunung Sejahtera

V. Susilo Suharto
Senior Manager Kebun

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
AGRO SMART SYSTEM
Alamat Kantor : Sukodono, KM 37 Kec. Panceng, Gresik
Alamat Surat : PO. Box 218 / SY Sidayu, Gresik
Telepon : 031-3949777
Email : info@galasari.co.id

SURAT KETERANGAN PRAKTEK KERJA
Nomor : 057/MNG-GGS/X/2021

Nama mahasiswi yang tertera di bawah ini:

NO	NIM	Nama Mahasiswa	Fakultas	Program Studi
1	1011810090	Sinta Rahmawati	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen

Telah melakukan praktek kerja di PT Galasari Gunung Sejahtera selama 1 (Satu) bulan terhitung sejak tanggal 06 September – 06 Oktober 2021. Dengan prestasi baik.

Terima kasih atas kerjasama yang baik bersama Staff dan karyawan kebun selama praktek kerja.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 08 Oktober 2021
PT. Galasari Gunung Sejahtera

V. Susilo Sugiarto
Senior Manager Kebun

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
AGRO SMART SYSTEM
Alamat Kantor : Sukodono, KM 37 Kec. Panceng, Gresik
Alamat Surat : PO. Box 218 / SY Sidayu, Gresik
Telepon : 031-3949777
Email : info@galasari.co.id

SURAT KETERANGAN PRAKTEK KERJA
Nomor : 056/MNG-GGS/X/2021

Nama mahasiswi yang tertera di bawah ini:

NO	NIM	Nama Mahasiswa	Fakultas	Program Studi
1	1011810051	Lucky Reza	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen

Telah melakukan praktek kerja di PT Galasari Gunung Sejahtera selama 1 (Satu) bulan terhitung sejak tanggal 06 September – 06 Oktober 2021. Dengan prestasi baik.

Terima kasih atas kerjasama yang baik bersama Staff dan karyawan kebun selama praktek kerja.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 08 Oktober 2021
PT. Galasari Gunung Sejahtera

V. Susilo Sugiarto
Senior Manager Kebun

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
AGRO SMART SYSTEM
Alamat Kantor : Sukodono, KM 37 Kec. Panceng, Gresik
Alamat Surat : PO. Box 218 / SY Sidayu, Gresik
Telepon : 031-3949777
Email : info@galasari.co.id

SURAT KETERANGAN PRAKTEK KERJA
Nomor : 058/MNG-GGS/X/2021

Nama mahasiswi yang tertera di bawah ini:

NO	NIM	Nama Mahasiswa	Fakultas	Program Studi
1	1011810029	Fauziatul Kholidah	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen

Telah melakukan praktek kerja di PT Galasari Gunung Sejahtera selama 1 (Satu) bulan terhitung sejak tanggal 06 September – 06 Oktober 2021. Dengan prestasi baik.

Terima kasih atas kerjasama yang baik bersama Staff dan karyawan kebun selama praktek kerja.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 08 Oktober 2021
PT. Galasari Gunung Sejahtera

V. Susilo Sugiarto
Senior Manager Kebun

10. Daftar Absensi Mahasiswa Kerja Praktik

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA

Absensi prakerin september 2021

PIN : 139
NIP : 139
Nama : ENY HANDAYANI
Departemen :
Jabatan : Prakerin
Kantor :

Tanggal	Nama Shift	Jam Masuk	Scan Masuk	Datang Terlambat	Jam Keluar	Scan Keluar	Pulang Awal	Durasi Kerja	Istirahat		Lembur Akhir	Libur		Shift Lembur	Keterangan
									Durasi	Lebih		Umum	Rutin		
Rabu 08-09-2021	Harian	07:00	07:20		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 09-09-2021	Harian	07:00	07:06		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 10-09-2021	Harian	07:00	07:03		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 11-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 12-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 13-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 14-09-2021	Harian	07:00	07:08		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 15-09-2021	Harian	07:00	06:52		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 16-09-2021	Harian	07:00	06:55		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 17-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 18-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 19-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 20-09-2021	Harian	07:00	07:02		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 21-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 22-09-2021	Harian	07:00	06:56		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 23-09-2021	Harian	07:00	07:13		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 24-09-2021	Harian	07:00	07:26		16:00							☐	☐	☐	

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA

Absensi prakerin september 2021

PIN : 140
NIP : 140
Nama : FAUZIATUL KHOLIDAH
Departemen :
Jabatan : Prakerin
Kantor :

Tanggal	Nama Shift	Jam Masuk	Scan Masuk	Datang Terlambat	Jam Keluar	Scan Keluar	Pulang Awal	Durasi Kerja	Istirahat		Lembur Akhir	Libur		Shift Lembur	Keterangan
									Durasi	Lebih		Umum	Rutin		
Rabu 08-09-2021	Harian	07:00	07:21		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 09-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 10-09-2021	Harian	07:00	07:03		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 11-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 12-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 13-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 14-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Rabu 15-09-2021	Harian	07:00	06:51		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 16-09-2021	Harian	07:00	06:55		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 17-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 18-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 19-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 20-09-2021	Harian	07:00	07:02		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 21-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 22-09-2021	Harian	07:00	06:56		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 23-09-2021	Harian	07:00	07:13		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 24-09-2021	Harian	07:00	07:26		16:00							☐	☐	☐	

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
Absensi prakerin september 2021

PIN : 141
NIP : 141

Nama : LUCKY REZA
Departemen :

Jabatan : Prakerin
Kantor :

Tanggal	Nama Shift	Jam Masuk	Scan Masuk	Datang Terlambat	Jam Keluar	Scan Keluar	Pulang Awal	Durasi Kerja	Istirahat		Lembur	Libur		Shift Lembur	Keterangan
									Durasi	Lebih	Akhir	Umum	Rutin		
Rabu 08-09-2021	Harian	07:00	07:22		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 09-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 10-09-2021	Harian	07:00	07:03		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 11-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 12-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 13-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 14-09-2021	Harian	07:00	07:08		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 15-09-2021	Harian	07:00	06:52		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 16-09-2021	Harian	07:00	06:55		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 17-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 18-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 19-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 20-09-2021	Harian	07:00	07:02		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 21-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 22-09-2021	Harian	07:00	06:56		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 23-09-2021	Harian	07:00	07:13		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 24-09-2021	Harian	07:00	07:26		16:00							☐	☐	☐	

PT. GALASARI GUNUNG SEJAHTERA
Absensi prakerin september 2021

PIN : 142
NIP : 142

Nama : SINTA RAHMAWATI
Departemen :

Jabatan : Prakerin
Kantor :

Tanggal	Nama Shift	Jam Masuk	Scan Masuk	Datang Terlambat	Jam Keluar	Scan Keluar	Pulang Awal	Durasi Kerja	Istirahat		Lembur	Libur		Shift Lembur	Keterangan
									Durasi	Lebih	Akhir	Umum	Rutin		
Rabu 08-09-2021	Harian	07:00	07:23		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 09-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 10-09-2021	Harian	07:00	07:02		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 11-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 12-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 13-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 14-09-2021	Harian	07:00	07:09		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 15-09-2021	Harian	07:00	06:53		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 16-09-2021	Harian	07:00	06:55		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 17-09-2021	Harian	07:00	06:58		16:00							☐	☐	☐	
Sabtu 18-09-2021		00:00			00:00							☐	☐	☐	
Minggu 19-09-2021	Libur Rutin	00:00			00:00							☐	☑	☐	
Senin 20-09-2021	Harian	07:00	07:02		16:00							☐	☐	☐	
Selasa 21-09-2021	Harian	07:00	07:05		16:00							☐	☐	☐	
Rabu 22-09-2021	Harian	07:00	06:56		16:00							☐	☐	☐	
Kamis 23-09-2021	Harian	07:00	07:13		16:00							☐	☐	☐	
Jumat 24-09-2021	Harian	07:00	07:27		16:00							☐	☐	☐	

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

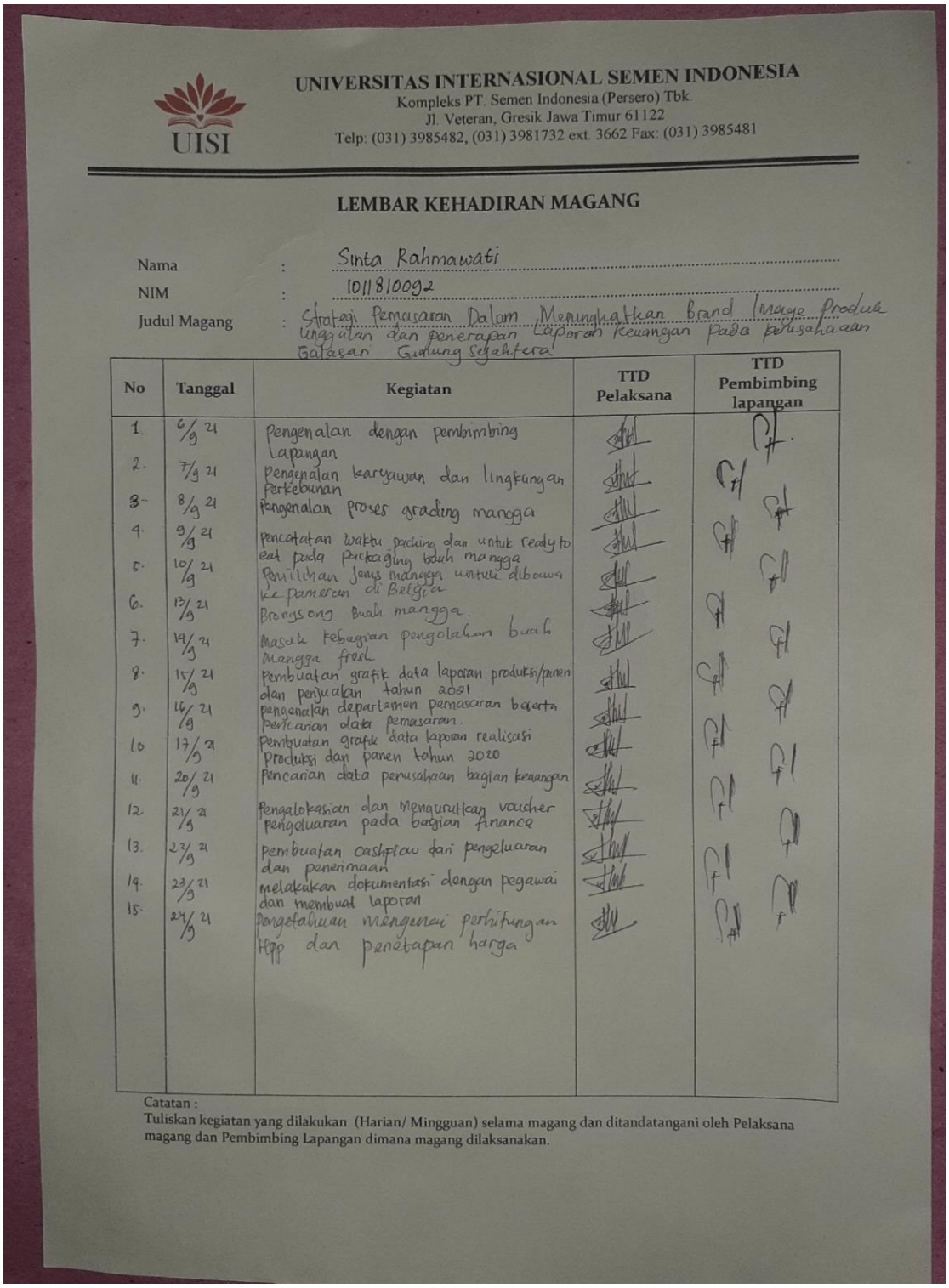
UISI

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Lucky Reza
NIM : 1011810051
Judul Magang : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Image Produk Unggulan dan Penerapan Laporan Keuangan pada PT. Galasari Gunung Sejahtera

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	6/9 21	Pengenalan dengan Pembimbing lapangan		
2.	7/9 21	pengenalan karyawan dan lingkungan perkebunan		
3.	8/9 21	Pengenalan proses grading mangga		
4.	9/9 21	Pencatatan waktu packing dan untuk ready to eat pada Packaging buah Mangga		
5.	10/9 21	Pemilihan jenis mangga untuk pameran di Belgia		
6.	13/9 21	Brongsong buah mangga.		
7.	14/9 21	Bagian pengolahan mangga fresh		
8.	15/9 21	Pembuatan grafik data laporan produksi/ panen dan penjualan tahun 2021		
9.	16/9 21	Pengenalan departemen pemasaran beserta pencatatan data pemasaran		
10	17/9 21	Pembuatan grafik data laporan realisasi produksi dan panen tahun 2020		
11.	20/9 21	pencatatan data perusahaan bagian keuangan		
12.	21/9 21	Pengalokasian dan mengurutkan voucher Pengeluaran pada bagian Finance		
13.	22/9 21	Pembuatan cashflow dari pengeluaran dan penerimaan		
14.	23/9 21	Melakukan dokumentasi dg pegawai dan membuat laporan		
15.	24/9 21	Pembelajaran HPP dan penetapan harga		
16.				

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.



UISI

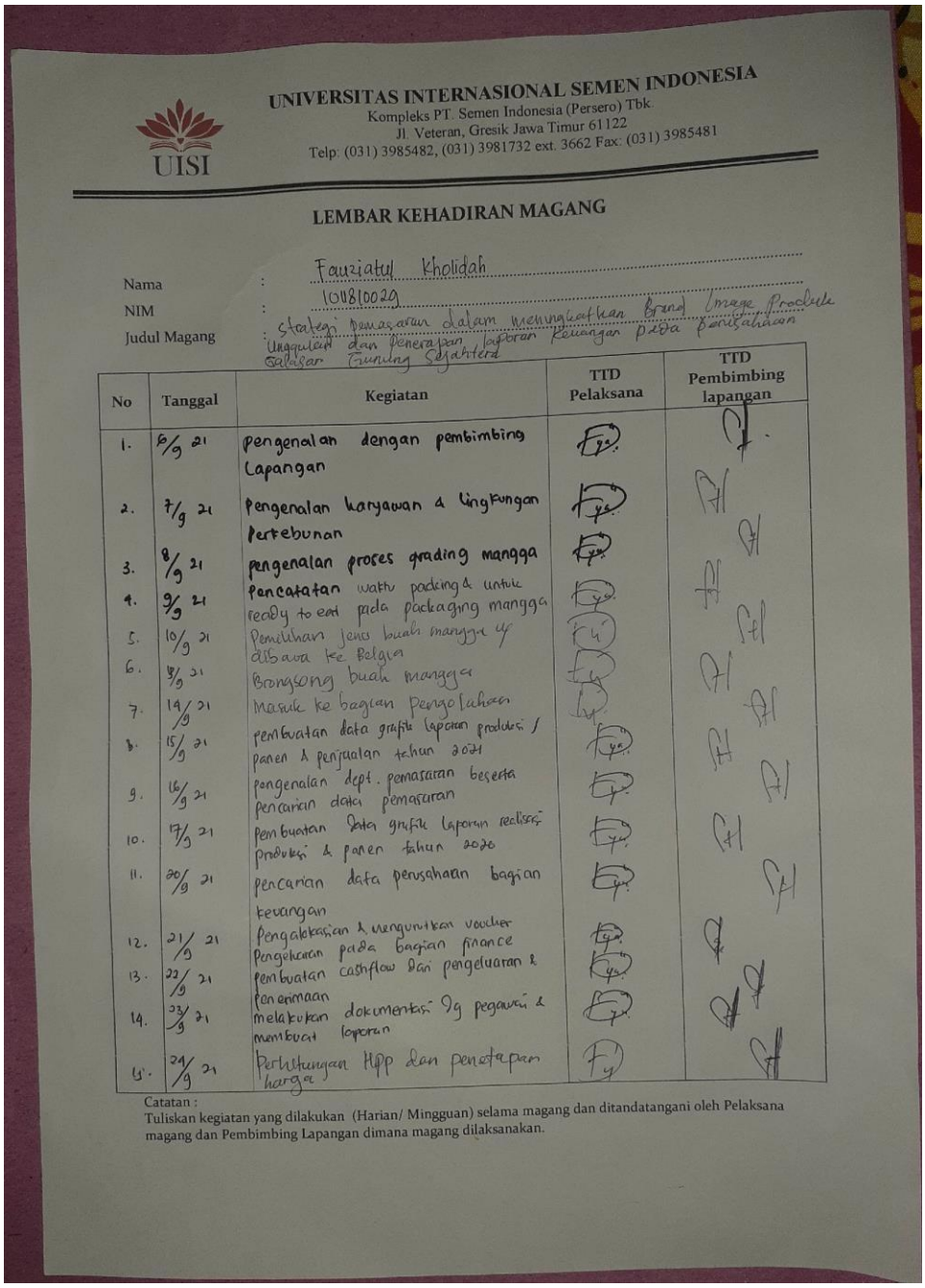
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Sinta Rahmawati
NIM : 1011810092
Judul Magang : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Image Produk Unggulan dan penerapan Laporan Keuangan pada perusahaan Galasari Gunung Sejahtera

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	6/9 21	Pengenalan dengan pembimbing lapangan		
2.	7/9 21	Pengenalan karyawan dan lingkungan perkebunan		
3.	8/9 21	Pengenalan proses grading mangga		
4.	9/9 21	pencatatan waktu packing dan untuk ready to eat pada packaging buah mangga		
5.	10/9 21	Pemilihan jenis mangga untuk dibawa ke pameran di Belgia		
6.	13/9 21	Bongsong Buah mangga.		
7.	14/9 21	Masuk kebagian pengolahan buah mangga fresh		
8.	15/9 21	Pembuatan grafik data laporan produksi/panen dan penjualan tahun 2021		
9.	16/9 21	pengenalan departemen pemasaran beserta pencarian data pemasaran.		
10	17/9 21	Pembuatan grafik data laporan realisasi produksi dan panen tahun 2020		
11.	20/9 21	Pencarian data perusahaan bagian keuangan		
12.	21/9 21	Pengalokasian dan mengurutkan voucher pengeluaran pada bagian finance		
13.	23/9 21	pembuatan cashflow dari pengeluaran dan penerimaan		
14.	23/9 21	melakukan dokumentasi dengan pegawai dan membuat laporan		
15.	24/9 21	Pengetahuan mengenai perhitungan Hpp dan penetapan harga		

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

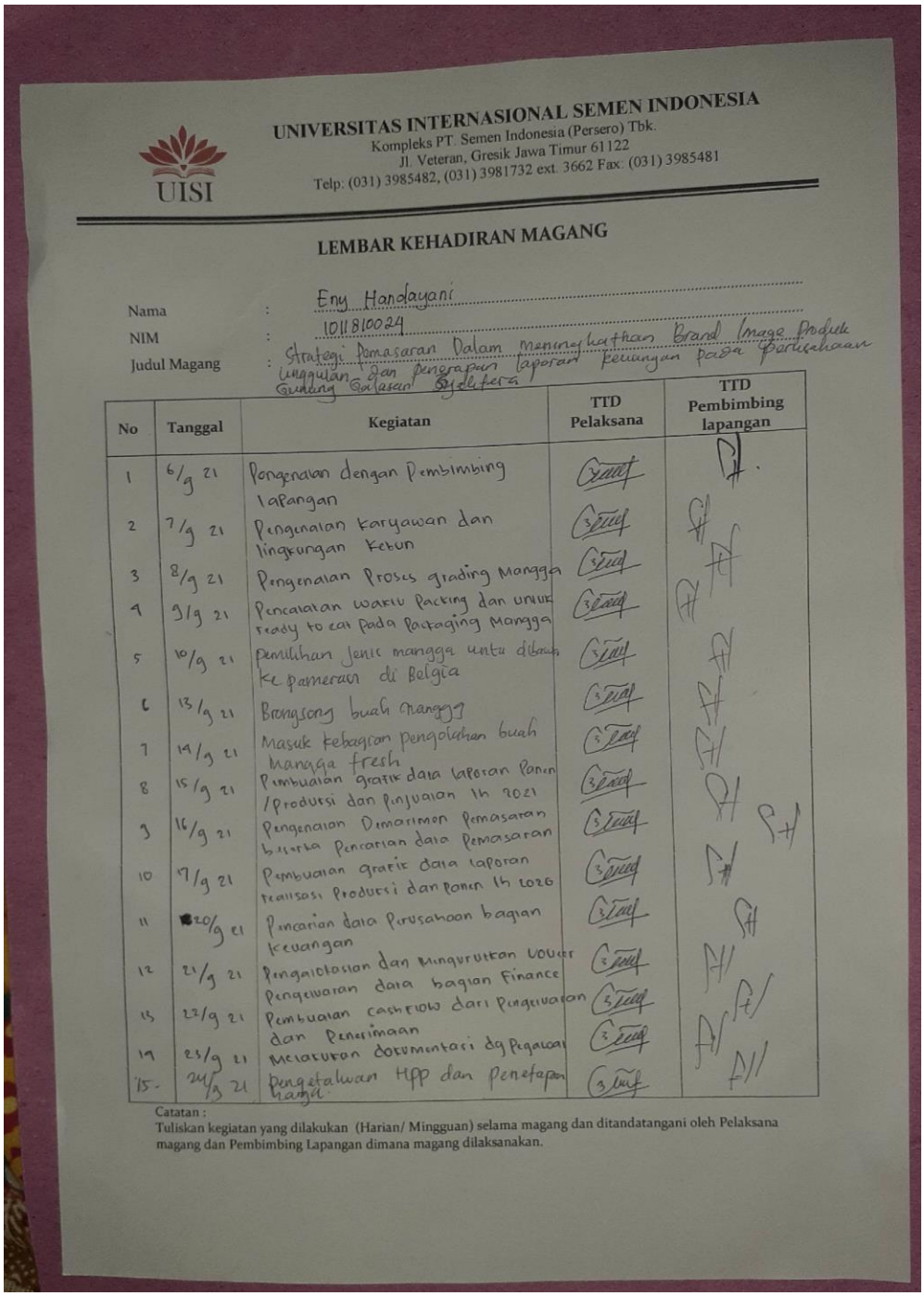
UISI

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Fauziatul Kholidah
NIM : 104810020
Judul Magang : Strategi pemasaran dalam meningkatkan Brand Image Produk unggulan dan Penerapan laporan Keuangan pada perusahaan Galasari Gunung Sejahtera

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	6/9 21	pengenalan dengan pembimbing Lapangan		
2.	7/9 21	Pengenalan karyawan & lingkungan Perkebunan		
3.	8/9 21	pengenalan proses grading mangga		
4.	9/9 21	Pencatatan waktu packing & untuk ready to eat pada packaging mangga		
5.	10/9 21	Pemeliharaan jenis buah mangga yg dibawa ke Belgia		
6.	13/9 21	Bongsong buah mangga		
7.	14/9 21	Masuk ke bagian Pengolahan		
8.	15/9 21	pembuatan data grafik laporan produksi / panen & penjualan tahun 2021		
9.	16/9 21	pengenalan dept. pemasaran beserta pencarian data pemasaran		
10.	17/9 21	Pembuatan data grafik laporan realisasi produksi & panen tahun 2020		
11.	20/9 21	pencarian data perusahaan bagian keuangan		
12.	21/9 21	Pengalokasian & mengunitkan voucher Pengeluaran pada bagian finance		
13.	22/9 21	pembuatan cashflow dari pengeluaran & penerimaan		
14.	23/9 21	melakukan dokumentasi 9g pegawai & membuat laporan		
15.	24/9 21	Perhitungan HPP dan penetapan harga		

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

UISI

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Eny Handayani
NIM : 101810024
Judul Magang : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Image Produk Unggulan dan Penerapan laporan keuangan pada Perusahaan Gunung Galasari Sejahtera

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1	6/9 21	Pengenalan dengan Pembimbing lapangan		
2	7/9 21	Pengenalan karyawan dan lingkungan Kebun		
3	8/9 21	Pengenalan Proses grading Mangga		
4	9/9 21	Pencatatan waktu Packing dan untuk ready to eat pada Packaging Mangga		
5	10/9 21	Pemilihan Jenis mangga untuk dibawa ke pameran di Belgia		
6	13/9 21	Brengsong buah mangga		
7	14/9 21	Masuk kebagian pengolahan buah mangga fresh		
8	15/9 21	Pembuatan grafik data laporan Panen /Produksi dan Penjualan th 2021		
9	16/9 21	Pengenalan Dimensi Pemasaran beserta Pencarian data Pemasaran		
10	17/9 21	Pembuatan grafik data laporan realisasi Produksi dan Panen th 2020		
11	20/9 21	Pencarian data Perusahaan bagian keuangan		
12	21/9 21	Pengalokasian dan Mengurutkan Voucher Pengeluaran data bagian Finance		
13	22/9 21	Pembuatan cashflow dari Pengeluaran dan Penerimaan		
14	23/9 21	Melaturan dokumentasi dg Pegawai		
15	24/9 21	Pengetahuan HPP dan Penetapan harga		

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.