

ABSTRAK

Pada umumnya perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya adalah dengan harapan agar dapat melangsungkan kehidupan usahanya serta dapat memperluas usahanya untuk dapat mewujudkan harapan tersebut, menuntut perusahaan untuk melakukan pengelolaan usaha yang lebih baik. Hal itu untuk menghadapi persaingan antar perusahaan, baik industri sejenis maupun industri secara keseluruhan. Bagi manajemen perusahaan posisi keuangan perusahaan periode yang baru akan dapat menyusun rencana yang lebih baik, memperbaiki sistem pengawasan dan menentukan kebijaksanaan yang lebih tepat. Penilaian terhadap kinerja keuangan dapat dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak yang ada didalam perusahaan yang bebas untuk melihat data-data akuntansi secara terperinci dan memperoleh laporan keuangan yang asli, sedangkan pihak kedua adalah pihak eksternal atau pihak-pihak diluar perusahaan yang tidak berwenang melihat data-data secara terperinci atau mungkin laporan keuangan yang diperoleh sudah diolah sedemikian rupa (tidak asli) untuk mendapatkan hasil yang baik. Bagi perusahaan masalah profitabilitas lebih penting karena laba yang besar belum tentu menjadi ukuran bahwa perusahaan itu dapat bekerja secara efektif dan efisien. Dalam penelitian peneliti mengambil judul “Peranan Rasio Profitabilitas untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT Fastfood Indonesia , Tbk”.

Obyek yang diteliti adalah PT Fastfood Indonesia , Tbk dengan laporan keuangan tahun 2006-2010, dalam penelitian ini dapat disebutkan rumusan masalah Bagaimana kinerja keuangan PT Fastfood Indonesia , Tbk dinilai dengan rasio profitabilitas ? sehingga pada akhirnya bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan PT Fastfood Indonesia , Tbk dengan rasio profitabilitas

Secara umum berdasarkan hasil analisis rasio profitabilitas terhadap kinerja pada PT Fastfood Indonesia ,Tbk menunjukkan kondisi yang cenderung menurun. Dan dari perhitungan GPM didapat 61,49% (2006) - 61,08% (2007) – 61,36% (2008) - 59,80% (2009) – 58,36% (2010) sehingga di akhir tahun 2010 menunjukkan penurunan angka GPM (*Gross Profit Margin*) sebesar 1,44 %. Dari perhitungan NPM PT Unilever Tbk yaitu 5,40% (2006) – 6,45% (2007) – 6,19% (2008) - 7,42% (2009) – 6,85% (2010). Nilai NPM (*Net Profit Margin*) mempunyai persamaan yang dialami oleh GPM yang cenderung menurun, namun dalam perhitungan ROA menunjukkan hasil yang fluktuatif yaitu sebesar 14,25% (2006) – 16,29% (2007) – 15,96% (2008) – 17,48% (2009) - 16,15% (2010), dan perhitungan ROE diketahui 23,92% (2006) – 27,17% (2007) – 25,95% (2008) – 28,48% (2009) – 24,90 % (2010), sehingga hal ini perlu diwaspadai karena pada GPM, NPM, ROA dan, ROE terlihat cenderung menurun sehingga dapat disimpulkan mengalami penurunan kinerja dan untuk tahun-tahun berikutnya perlu diadakan perombakan sehingga pada tahun berikutnya dapat mengalami peningkatan kinerja dan peningkatan profitabilitas.