

**ANALISIS PENERAPAN PEROLEHAN PENJUALAN DAN HARGA
POKOK PENJUALAN GUNA MENGUKUR LABA BERSIH PADA
PERUSAHAAN**

(Studi Kasus Pada Pt. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo)

SKRIPSI



Oleh :

WELLY ASNAKA

1612311077/FEB/AK

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2020

**ANALISIS PENERAPAN PEROLEHAN PENJUALAN DAN HARGA
POKOK PENJUALAN GUNA MENGUKUR LABA BERSIH PADA
PERUSAHAAN**

(Studi Kasus Pada Pt. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

**WELLY ASNAKA
1612311077/FEB/AK**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN PEROLEHAN PENJUALAN DAN HARGA POKOK PENJUALAN GUNA MENGUKUR LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN

(Studi Kasus Pada Pt. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo)

Yang diajukan

WELLY ASNAKA
1612311077/FEB/AK

Disetujui untuk Ujian Skripsi oleh

Pembimbing Utama



Dra. Kusni Hidayati, M.si., Ak., Ca
NIDN. 0711115801

Tanggal : 24-06-2020

Pembimbing Pendamping



Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM
NIDN. 0703106403

Tanggal : 24-06-2020

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bhayangkara Surabaya



Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM
NIDN. 0703106403

SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN PEROLEHAN PENJUALAN DAN HARGA POKOK PENJUALAN GUNA MENGUKUR LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN

(Studi Kasus Pada Pt. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo)

Disusun oleh :

WELLY ASNAKA

1612311077/FEB/AK

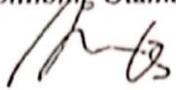
Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya
Pada tanggal 15 juli 2020

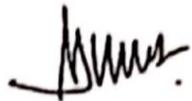
Pembimbing

Tim Penguji

Pembimbing Utama

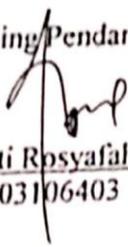
Ketua


Dra. Kusni Hidayati, M.si., Ak., Ca
NIDN. 0711115801


Dra. Ec L. Tri Lestari, M.Si
NIDN. 0710926701

Pembimbing/Pendamping

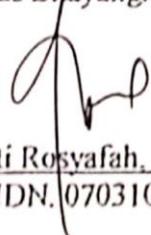
Sekretaris


Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra. Ec. MM
NIDN. 0703106403


Dra. Kusni Hidayati, M.si., Ak., Ca
NIDN. 0711115801

Anggota

.....
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya


Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra. Ec. MM
NIDN. 0703106403

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan YESUS KRISTUS, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Penerapan Perolehan Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan Guna Mengukur Laba Bersih Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, TbkSidoarjo)**”. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana di Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi Universitas Bhayangkara Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu dalam pentusunan skripsi ini, yaitu:

1. Ucapan terima kasih yang tiada tara untuk kedua orang tua penulis. Papa Wie-Wie Asnaka dan Mama Linawatiyang telah menjadi orang tua terhebat sejagad raya, yang selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta doa yang tentu takkan bisa penulis balas.
2. Untuk kakak dan adek penulis, David Setiawan Wie dan Adelya Yunita Asnaka, terimakasih atas segala perhatian, kasih sayang, dan motivasi serta doanya. Terima kasih banyak telah menjadi bagian dari motivator yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Brigjen Pol (Purna) Drs. Edy Prawoto, S.H.,M.Hum selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya

4. Ibu Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya
5. Ibu Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM selaku pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, perhatian dan dengan sabar telah membimbing saya hingga saya telah menyelesaikan skripsi saya
6. Saudara seperjuangan di Organisasi Bem-FEB Mufidah Lailiyah, Elma Lazuardiah, Aditya Putra Dewantoro, Moch. Rizky Zamroni, Maulana Umar Muzaqi dan M. Iryantoterimakasih teman seperjuangan yang merasakan suka duka bersama selama awal kuliah sampai skripsi ini selesai. Semoga kalian sukses semua
7. Sahabat ku tercinta Anggi Pratiwi, Fitri Maisaroh, M. Danu Istanto yang tak henti memotivasi penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan membantu dalam segala hal selama proses perkuliahan berlangsung. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis kedepannya dan mahasiswa Universitas Bhayangkara pada khususnya.

Surabaya, 22 Juni 2020

Welly Asnaka

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Welly Asnaka

NIM : 1612311077

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**“Analisis Penerapan Perolehan Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan
Guna Mengukur Laba Bersih Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt. Japfa
Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo)”**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi/Tugas Akhir orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilaman diperlukan.

Surabaya, 22 Juni 2020
Yang membuat pernyataan



Welly Asnaka

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 penjualan	12
2.2.1.1 Jenis-Jenis Penjualan.....	14
2.2.1.2 Macam Transaksi Penjualan	15
2.2.1.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi penjualan	15
2.2.1.4 Tujuan Penjualan.....	17
2.2.2 Harga	18
2.2.2.1 Pentingnya Harga	19

2.2.2.2 Peran Harga	20
2.2.2.3 Tujuan Harga.....	20
2.2.3 Harga Pokok Penjualan	21
2.2.3.1 Struktur Harga Pokok Penjualan	23
2.2.3.2 Manfaat Harga Pokok Penjualan.....	23
2.2.3.3 Perhitungan Harga Pokok Penjualan.....	24
2.2.4 Laba.....	24
2.2.4.1 Tujuan Pelaporan Laba	26
2.2.4.2 Jenis-Jenis Laba	27
2.2.4.3 Peranan Laba Dalam Perusahaan	27
2.2.5 Laba Bersih	28
2.2.6 Hubungan Antar Variabel	29
2.2.6.1 Hubungan Penjualan Dengan Laba Bersih	29
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 <i>Research Question</i> Dan Model Analisis	31
2.4.1 <i>Research Question</i>	31
2.4.1.1 <i>Main Research Question</i>	31
2.4.1.2 <i>Mini Research Question</i>	31
2.4.2 Model Analisis	32
2.5 Desain Studi Kualitatif	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Proses Berfikir	34
3.2 Pendekatan Penelitian	36
3.3 Jenis Dan Sumber Data	36
3.4 Batasan Dan Asumsi Penelitian	38
3.4.1 Batasan Penelitian.....	38
3.4.2 Asumsi Penelitian	38
3.5 Unit Analisis.....	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2 Visi, Misi, Nilai Perusahaan	47
4.1.3 Struktur Organisasi	48
4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Penjualan	55
4.2.2 Harga Pokok Penjualan	56
4.2.3 Laba Bersih	58
4.2.3.1 Rumus Laba Bersih	58
4.2.3.2 Perhitungan Laba Bersih	59
4.3 Interpretasi.....	63
4.3.1 Penjualan	64
4.3.2 Harga Pokok Penjualan	67
4.3.3 Laba Bersih	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Desain Studi Kualitatif.....	33
Tabel 4.1 Neraca PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk.....	51
Tabel 4.2 Laporan Laba Rugi Komprehensif Konsolidasi PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk.....	54
Tabel 4.3 Data Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk	55
Tabel 4.4 Data Harga Pokok Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk.....	57
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Laba Bersih PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk	62
Tabel 4.6 Grafik Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk	65
Tabel 4.7 Grafik Harga Pokok Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk.....	68
Tabel 4.8 Grafik Laba Bersih PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 2.2 Model Analisis	32
Gambar 3.1 Kerangka Proses Berfikir	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kartu Bimbingan Skripsi	

**Analisis Penerapan Perolehan Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan Guna
Mengukur Laba Bersih Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt. Japfa
Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo**

Oleh:

WELLY Asnaka

asnakawelly@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan dan perolehan penjualan dan harga pokok penjualan guna mengukur laba bersih penjualan yang dilakukan oleh pihak manajemen PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo sebagai alat ukur apakah margin yang diperoleh perusahaan sudah tinggi atau sebaliknya. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan. Objek penelitian ini adalah PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui metode kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah laba bersih pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami fluktuasi. Hal tersebut dapat dilihat dari laba bersih tahun 2017 sebesar Rp. 1.107.810 lebih rendah ditahun 2016 sebesar Rp. 2.171.608. Laba bersih ditahun 2018 sebesar Rp. 2.253.201 meningkat dibandingkan tahun sebelumnya tahun 2017 sebesar Rp. 1.107.810. Laba bersih ditahun 2019 perseroan tercatat sebesar 1.883.857 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2018 sebesar 2.253.201.

Kata kunci: Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Laba Bersih

**Analysis of the Application of Sales Acquisition and Cost of Goods Sold to
Measure Net Profit in Companies (Case Study in Pt. Japfa Comfeed
Indonesia, Tbk Sidoarjo**

By :

Welly Asnaka

asnakawelly@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the application and acquisition of sales and cost of goods sold to measure the net profit of sales made by the management of PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo as a measure of whether the margins obtained by the company are already high or vice versa. The data in this study use secondary data in the form of annual financial statements. The object of this research is PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo. This research method uses descriptive research methods through qualitative methods.

The results of this study are net income at PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk experienced fluctuations. This can be seen from the 2017 net profit of Rp. 1,107,810 lower in 2016 of Rp. 2,171,608. Net profit in 2018 of Rp. 2,253,201 increase compared to the previous year in 2017 of Rp. 1,107,810. The company's net profit in 2019 was recorded at 1,883,857 decreased compared to 2018 of 2,253,201.

Keywords: Sales, Cost of Goods Sold, Net Profit

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang.

Pada era globalisasi sekarang ini tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik akan bertahan. Dalam persaingan usaha yang semakin kompetitif perusahaan dituntut untuk semakin efisien dalam menjalankan aktivitasnya terlebih dalam kondisi ekonomi saat ini yang penuh dengan ketidakpastian dimana krisis ekonomi yang melanda Indonesia sangat berat dan merusak segala sektor dari perekonomian, sehingga perlu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya. Keadaan seperti ini sudah tentu dapat mempengaruhi volume penjualan produk pada suatu perusahaan dan tentu juga berpengaruh pada laba yang didapatkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Perusahaan merupakan salah satu sarana yang dapat menunjang program pemerintah di berbagai sektor perekonomian. Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini akan membawa dampak persaingan perdagangan yang ketat, terutama pada perusahaan sejenis. Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan atau laba yang besar, karena tolak ukur dalam melihat keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari tinggi atau tidaknya

laba dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Dalam dunia bisnis, pesaing adalah salah satu hal yang biasa, apalagi pada saat ini banyak perusahaan yang mendirikan usahanya di sektor industri. Dalam perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Baik atau tidaknya kondisi perusahaan juga dapat dilihat dari hasil penjualan yang dilakukannya. Semakin banyak perusahaan dapat menjual produknya, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut memperoleh banyak keuntungan atau laba. Dengan demikian perusahaan dituntut lebih efisien supaya dapat tetap bertahan dalam bidangnya masing-masing.

Laba atau profit adalah salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha atau perusahaan. Jika tidak mendapatkan laba, perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan yang lain, misalnya pertumbuhan yang terus menerus atau perkembangan perusahaan atau yang bisa disebut *going concern* serta tanggung jawab social atau *corporate social responsibility*. Dengan laba ini membuat perusahaan tumbuh dan berkembang bisa menggunakan kemampuan yang lebih besar bisa memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen dan perusahaan bisa memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan (Basu Swastha, 2002). Bagi perusahaan yang berorientasi laba, pasti akan selalu berusaha untuk meningkatkan laba yang di perolehnya. Misalnya dengan meningkatkan volume penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kinerja karyawan dan mengefisiensikan segala sumber daya yang dimiliki serta menekan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang dijual tersebut. Tentunya

dengan mutu yang berkualitas, dengan biaya yang efektif dan seefisien mungkin, sehingga biaya produksi dapat terkendalikan (Zose Rizal Sipayung,2009).

Perolehan laba bersih sangat ditentukan oleh besar kecilnya biaya yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Semakin biaya itu bisa ditekan mestinya akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih perusahaan. Bila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih, demikian juga sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya akan mengakibatkan menurunnya laba (Jopie Jusuf,2006)

Keberhasilan suatu perusahaan bisa dilihat pada tingkat laba bersih yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba bersih yang sebesar-besarnya dan pencapaian laba bersih merupakan faktor yang menentukan bagi kelangsungan hidup perusahaan sendiri. Laba bersih bisa didapat secara optimal, jika volume penjualan mencapai hasil yang maksimal serta biaya yang di keluarkan dapat ditekan sekecil mungkin.

Pada kesempatan ini penulis ingin melakukan penelitian di PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang agri-food terbesar dan ter-integritas di Indonesia. Unit Bisnis utama perusahaan ini adalah pembuatan pakan ternak, pembibitan ayam, pengelolaan unggas, serta pembudidayaan pertanian. Keunggulan dari perusahaan ini adalah dengan menawarkan produk-produk dengan biaya terjangkau bagi konsumen di Indonesia khususnya konsumen yang berdomisili di daerah Sidoarjo.

Pada awalnya perusahaan ini bergerak dalam industri kopra pelet sebagai produk utamanya. Sejak berdirinya perusahaan terus melakukan ekspansi. Puncaknya yakni perubahan status perusahaan menjadi perusahaan terbuka sering dengan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan dilakukannya penawaran saham sejak tahun 1990, perusahaan kemudian menjelma menjadi perusahaan yang memiliki kekuatan finansial dalam sector pakan ternak. PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo juga merupakan perusahaan yang telah go public dan listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo menemukan adanya masalah yaitu perkembangan laba bersih pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo dari bulan ke bulannya tidak mengalami peningkatan yang signifikan seperti yang diharapkan. Hal itu bisa dilihat dari laporan keuangannya pada tahun 2017 dari bulan jauari sampai bulan desember yang cenderung mengalami fluktuasi. Walaupun volume penjualan pakan ternak tiap bulannya dari bulan januari sampai dengan bulan November terus mengalami peningkatan, tetapi laba bersih yang diperoleh belum tentu mengalami peningkatan juga, hal ini dikarenakan adanya peningkatan biaya operasional dalam mengolah pakan ternak dan persaingan yang ketat diantara perusahaan yang sejenis. Menelaah perihal tersebut, maka penulis berkeinginan untuk membuat penelitian yang berjudul **“Analisis Penerapan Perolehan Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan Guna Mengukur Laba Bersih Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :”Bagaimana Penerapan Perolehan Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan Guna Mengukur Laba Bersih Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu untuk mengetahui dan menganalisis penerapan dan perolehan penjualan dan harga pokok penjualan guna mengukur laba bersih penjualan yang dilakukan oleh pihak manajemen PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo sebagai alat ukur apakah margin yang diperoleh perusahaan sudah tinggi atau sebaliknya.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, baik secara teoritis maupun praktis. Diantaranya :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai penguat teori akuntansi keuangan yang berkaitan dengan pengukuran laba bersih.
2. Sebagai referensi peneliti berikutnya dengan penelitian yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai masukan bagi pihak perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan terkait dengan pengukuran laba bersih.
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan agar mengetahui arti pentingnya pengukuran laba bersih.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang hasil-hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, teori-teori yang berkenaan dengan penjualan, harga pokok penjualan, perubahan laba bersih, kerangka konseptual, *research questions* dan model analisis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan kerangka proses berpikir, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, batasan dan asumsi penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan selama penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang objek penelitian yang diteliti, dan hasil penelitian yang telah diteliti, serta interpretasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dianalisis. Pada bagian kesimpulan berisi tentang kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis dari objek yang telah diteliti. Pada bagian saran berisikan tentang hal-hal yang perlu disampaikan pada perusahaan sebagai hasil dari penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan Latar Belakang Penelitian dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mencoba menggunakan beberapa referensi terdahulu yang relevan dengan tema penelitian ini, untuk digunakan sebagai pijakan peneliti dan referensi tambahan berikut uraian dari peneliti terdahulu :

1. Siswadi Sululing dan Doddy Asharudin (2016)

Dengan judul Analisis Harga Pokok Penjualan Pada Laba Di Apotik Kimia Farma No. 66 Luwuk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Deskriptif yaitu untuk mengetahui analisis penentuan harga pokok penjualan. Data-data tersebut dianalisis dengan menghitung data kuantitatif dan dinyatakan dengan data kualitatif untuk menginterpretasikan hasil perhitungan data tersebut dan menjawab masalah yang akan diteliti dan akhirnya ditarik kesimpulan dari pengolahan data tersebut. Selanjutnya untuk mengetahui tentang harga pokok penjualan dan laba, penulis menggunakan metode harga pokok penjualan dan laba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2013 sampai dengan 2014 dapat diketahui Laba yang diperoleh berjumlah optimal karena target penjualan yang ditetapkan setiap tahunnya belum tercapai. Penurunan laba yang terjadi disebabkan menurunnya penjualan resep kredit serta biaya operasional yang tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti.

2. Hermawan Saputra, Siti Rosyafah, Widya Susanti (2016)

Dengan judul Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Pendapatan Laba (Studi Kasus Rumah Makan Cepat Saji Kfc Store Pondok Tjandra Surabaya). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara bolistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan manfaat berbagai metode ilmiah. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah memberikan gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada, sifat dan karakter, serta hubungan antara fenomena yang sedang diteliti, yaitu analisa harga pokok penjualan untuk menentukan pendapatan. Penelitian kualitatif deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesa atau teori, tetapi hanya merupakan pengamatan dan penelitian yang memberikan penjelasan terhadap suatu keadaan kemudian berusaha memberikan kesimpulan atau pengamatan tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah perhitungan harga pokok penjualan yang membutuhkan unsur-unsur persediaan pada bab sebelumnya, mendapatkan angka yang lebih kecil dari harga jual produk setelah dilakukannya pengklasifikasian. Maka masih didapatkan keuntungan bagi perusahaan.

3. Sumaizar (2019)

Dengan judul Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Laba Penjualan Di Ud Mutiara Rambung Merah Kabupaten Simalungun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara bolistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan manfaat berbagai metode ilmiah. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada, sifat dan karakter, serta hubungan antara fenomena yang sedang diteliti, yaitu analisa harga pokok penjualan untuk menentukan laba penjualan. Penelitian ini dimaksudkan juga untuk menguji hipotesa atau teori, tetapi hanya merupakan pengamatan dan penelitian yang memberikan penjelasan terhadap suatu keadaan kemudian berusaha memberikan kesimpulan atau pengamatan tersebut. Hasil Penelitian Penulis di UD Mutiara Rambung Merah merupakan salah satu jenis usaha perdagangan di Kabupaten Simalungun. Dalam kegiatannya sebagai penjualan barang dagangan, perolehan laba yang optimal sangat diperlukan demi kesinambungan. Adapun yang terkait dengan laba UD Mutiara terdiri dari Penjualan, pembelian, HPP dan persediaan barang dagangan. Dari data tersebut dan setelah dilakukan observasi diketahui penyebab menurunnya penjualan karena banyaknya Toko yang sama di sekitar rambung merah dan naiknya harga barang ditingkat distributor atau naiknya harga barang di tingkat grosir.

Tabel 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Sumber : peneliti (2020)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Siswadi Sululing dan Doddy Asharudin (2016)	Analisis Harga Pokok Penjualan Pada Laba Di Apotik Kimia Farma No. 66 Luwuk	Sama-sama menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif	1.Objek yang diteliti merupakan perusahaan farmasi 2.Laporan keuangan yang diteliti periode tahun 2013 dan 2014	Laba yang diperoleh Kimia Farma Apotek No. 66 Luwuk pada tahun 2014 baik semester pertama maupun semester kedua belumlah optimal karena target penjualan yang ditetapkan setiap tahunnya belum tercapai
2	Hermawan Saputra, Siti Rosyafah, Widya Susanti (2016)	Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Pendapatan Laba (Studi Kasus Rumah Makan Cepat Saji Kfc Store Pondok Tjandra Surabaya)	Sama-sama menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif	Laporan keuangan yang diteliti periode 2014,2015 dan 2016	Setelah dilakukan pengklasifikasian hasil perhitungan harga pokok penjualan lebih kecil dari harga jual produk. Maka perusahaan masih mendapatkan keuntungan
3	Sumaizar (2019)	Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Laba Penjualan Di Ud Mutiara Rambung Merah Kabupaten Simalungun	Sama-sama menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif	Meneliti tentang analisis harga pokok penjualan untuk menentukan laba penjualan	Penurunan laba yang cukup signifikan yang diakibatkan karena menurunnya penjualan bersih dan biaya operasional tidak mengalami perbedaan yang signifikan

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Penjualan

Dalam dunia perdagangan, faktor kunci yang sangat menentukan dalam mendukung aktifitas usaha adalah penjualan. Faktor inilah yang menjadi kunci sekaligus indikator apakah sebuah usaha perdagangan dapat dikatakan mengalami kemajuan atau sebaliknya, mengalami kemunduran. Bahkan jika dikaitkan dengan proses produksi dalam suatu perusahaan, hampir bisa dipastikan tanpa adanya penjualan atau pemasaran dari produk yang dihasilkan, perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

Secara umum definisi penjualan juga dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk menindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama dari penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik dan juga mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi hal ini perlu peningkatan kinerja dari pihak distributor dalam menjamin mutu dan kualitas barang ataupun jasa yang akan dijual. Dalam pelaksanaannya, penjualan itu sendiri tidak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja di dalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasaran.

Menurut Arief Sugiono, Yanuar Nanok Soenarno, dan Synthia Madya Kusumawati (2010:133)

“Penjualan bersih merupakan selisih antara penjualan baik yang dilakukan secara tunai maupun kredit dengan retur penjualan dan potongan penjualan”

Menurut Leny Sulistiyowati (2010:270) penjualan adalah:

“Pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan

Menurut Soemarso (2009:157)

“Penjualan merupakan pendapatan yang diperoleh dari menjual barang yang mana jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan”

Menurut Mulyadi (2008:202)

“Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli”

Dari defisini diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai suatu bentuk perpindahan dari penjual kepada pembeli sesuai dengan syarat dan kondisi yang disepakati. Penulis mengambil kesimpulan bahwa penjualan adalah usaha menyampaikan barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen ke konsumen dengan harga yang telah disepakati dengan tujuan mengarahkan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Penjualan merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang tidak bisa dikesampingkan. Karena dari sinilah roda kegiatan sutau perusahaan berjalan. Guna memenuhi kebutuhan perusahaan juga

sebagai penunjang kegiatan perusahaan, dimana dalam melakukan proses penjualan, ada laba yang diharapkan dari penjualan tersebut.

2.2.1.1 Jenis-Jenis Penjualan

Ada beberapa jenis penjualan menurut Batu Swastha (2009:59) yaitu:

- a. Trade Selling
Dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan, dan pengadaan produk baru. Titik berat pada jenis ini menekankan bagaimana proses barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen hingga sampai diterimanya barang atau jasa ke tangan pembeli akhir.
- a. Missionary Selling
Dalam Missionary Selling, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.
- b. Technical Selling
Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang atau jasanya. Dalam hal ini, tugas utama penjualan adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi para pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.
- c. New Business Selling
Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi
- d. Responsive Selling
Setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberi reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah *route driving* dan *retailing*. Para pengemudi yang mengantarkan susu, gas, roti, untuk keperluan rumah tangga. Para pelayan toko serba ada, took pakaian, took special merupakan contoh dari dua jenis penjualan ini. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjerus kepada pembelian ulang.

2.2.1.2 Macam Transaksi Penjualan

Selain itu menurut Batu Swastha (2009:71) terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Penjualan secara Tunai
Adalah penjualan yang bersifat “cash and carry” dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.
- b. Penjualan kredit
Adalah penjualan non cash dengan tenggang waktu rata-rata diatas 1 bulan.
- c. Penjualan secara Tender
Adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.
- d. Penjualan Ekspor
Adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit*(LC).
- e. Penjualan secara Konsiyasi
Adalah penjualan secara “Titipan” kepada pembeli yang juga sebagai penjual apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan pada penjual.
- f. Penjualan secara Grosir
Adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik/ importir dengan pedagang eceran.

2.2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam prakteknya, perencanaan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti yang dikemukakan oleh Basu Swasta DH (2009:406) sebagai berikut:

- 1) kondisi dan kemampuan penjual
Transaksi jual-beli merupakan pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut para penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- a. Jenis Dan Karakteristik Barang Yang Ditawarkan
 - b. Harga Produk
 - c. Syarat Penjualan
- 2) Kondisi Pasar
- Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:
- a. Jenis Pasar
 - b. Kelompok Pembeli
 - c. Daya Beli
 - d. Frekuensi Pembelian
 - e. Keinginan Dan Kebutuhan
- 3) Modal
- Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan sarana serta usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.
- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan
- Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya yang sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sebesar perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pemimpin dan tidak diberikan kepada orang lain.
- 5) Faktor Lain
- Faktor-faktor yang sering mempengaruhi penjualan yaitu periklanan, kampanye, peragaan, dan pemberian hadiah. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang besar. Bagi perusahaan yang memiliki modal yang besar, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan yang kecil atau memiliki modal yang sedikit, kegiatan ini jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelinya dilakukan, pembeli sering dirangsang untuk membeli dengan cara mengemas barang tersebut dengan bungkus yang menarik atau dengan promosi yang lainnya.

2.2.1.4 Tujuan Penjualan

Sukses dapat dicapai bilamana seseorang itu memiliki suatu tujuan atau cita-cita. Demikian pula halnya dengan para pengusaha atau penjual. Tujuan tersebut akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai.

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba

Menurut Basu Swasta DH (2009:387) tujuan dari penjualan yaitu menjual apa yang telah dihasilkan dan bukan penghasilan apa yang dapat dijual dalam perusahaan yang mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a. Mencapai jumlah atau volume tertentu
- b. Mendapat laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik dan mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya, namun hal ini perlu peningkatan kinerja dari pihak distributor dalam menjamin mutu barang atau jasa yang akan di jual tersebut

2.2.2 Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tika mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus variable yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis.

Menurut Basu Swastha & Irawan (2005:221) “Harga ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar sejumlah uang yang sudah menjadi patokan”.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) dalam arti sempit, harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas, harga adalah semua nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk ataupun jasa.

Menurut Muslichah Erma (2010:59)“Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dapat juga disampaikan harga adalah nilai dari produk atau jasa yang diharapkan beersama pelayanannya, yang

harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk”.

Menurut Tjiptono (2008:151)“Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau ukuran lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”. Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain:

1. Harga terjangkau
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

2.2.2.1 Pentingnya Harga

Tingkatan harga dapat memberikan pengaruh yang tidak sedikit baik di dalam perekonomian maupun perusahaan (Tjiptono, 2008:155).

1. Dalam perekonomian
Harga pasar dari sebuah barang yang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba atas pembayaran faktor-faktor produk seperti tenaga kerja, modal dan skill.
2. Dalam perusahaan
Penetapan harga suatu barang atau jasa oleh perusahaan memberikan pengaruh yang tidak sedikit bagi perusahaan karena:
 - a. Harga merupakan penentu bagi permintaan pasarnya.
 - b. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan mempengaruhi *market share*nya.
 - c. Harga akan memberikan hasil yang maksimal dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.
 - d. Harga barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan

2.2.2.2 Peran Harga

Harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, (Tjiptono, 2008:152) menjelaskan ada dua peran tersebut, yaitu:

1. Peran alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam “mendidik” konsumen mengenai faktor-faktor produksi, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produksi atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

2.2.2.3 Tujuan Harga

Pada umumnya para penjual (produsen) memiliki beberapa tujuan dalam penetapan harga atas barang atau jasa yang dihasilkan antara lain (Harini, 2008:157) sebagai berikut:

1. Mencapai target perusahaan untuk memperoleh penghasilan
2. Mendapatkan target investasi yang sudah ditentukan prosentase keuntungannya
3. Untuk kestabilan harga suatu produk
4. Mempertahankan produk dalam peredaran pasar

Menurut Tjiptono (2008:160), ada 4 hal yang menjadi tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Tujuan berorientasi pada laba. Ini didasarkan pada asumsi teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga

yang dapat menghasilkan laba maksimum. Dalam kondisi persaingan yang ketat dan serba kompleks penerapannya sangat sulit untuk dilakukan.

2. Tujuan berorientasi pada volume. Dimana harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, ataupun untuk menguasai pangsa pasar.
3. Tujuan berorientasi pada citra. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membnetuk atau mempertahankan citra perusahaan. Sebaliknya, harga rendah dapat dipergunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.
4. Tujuan stabilisasi harga. Tujuan ini dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil anatara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

2.2.3 Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah harga barang yang dijual. Penentuan harga pokok penjualan industri, pada umumnya terjadi karena persediaan awal produksi jadi ditambah dengan jumlah harga produksi (harga pokok produksi) dan dikurangi dengan persediaan akhir produk, jadi pengertian mengenai harga pokok penjualan ini, berdasarkan prinsip akuntansi Indonesia menjelaskan bahwa saldo awal dari persediaan ditambah harga pokok barang-barang yang dibeli untuk dijual dikurangi jumlah persediaan akhir adalah harga pokok barang yang harus dibandingkan pendapatan untuk masaa yang bersangkutan, untuk perusahaan industri dalam harga pokok penjualan termasuk semua upah harus langsung dari biaya bahan-bahan ditambah seluruh biaya pabrik (produksi) tak langsung dikoreksi dengan jumlah-jumlah saldo awal dan akhir persediaan.

Harga pokok penjualan adalah istilah yang digunakan pada akuntansi keuangan dan pajak untuk menggambarkan biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Ini termasuk biaya bahan baku,

tenaga kerja langsung, dan biaya overhead dan tidak termasuk periode (operasi) biaya seperti penjualan, iklan atau riset dan pengembangan.

Menurut Supriyono dalam Macpal dkk., (2014 : 1497). Menyatakan bahwa “Harga perolehan atau harga pokok adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, atau nilai aktiva lainnya yang diserahkan /dikorbankan, atau nilai jasa yang diserahkan/dikorbankan, atau hutang yang timbul, atau tambahan modal”.

Menurut Purba dalam Widayawati (2013 : 194) menyatakan bahwa “Harga jual adalah sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.”

Suwardjono (2013 : 233) menyatakan pendapat yang berbeda yaitu, “makna harga pokok penjualan sebenarnya adalah harga dari pokok penjualan yang bermakna barang yang terjual. Namun, pokok tiba-tiba berubah fungsinya menjadi penjelas harga sehingga timbul harga pokok. Jadi, harga pokok merupakan istilah yang sangat rancu karena diturunkan dari istilah yang rancu lagi yaitu harga pokok penjualan. Istilah beban pokok penjualan makin rancu lagi. Beban pokok penjualan berarti pengurangan pokok penjualan. Ini berarti biaya administrasi dan penjualan dipandang tidak pokok dan ini bertentangan dengan praktik bisnis modern saat ini. Mungkin saja harga pokok penjualan dipakai sebagai padan kata cost of sales. Akan tetapi, cost of sales memberi kesan sebagai semua kos dalam rangka mendatangkan penjualan”.

2.2.3.1 Struktur Harga Pokok Penjualan

Dari definisi Harga Pokok Penjualan diatas, bisa kita dapatkan struktur dasar dalam harga pokok penjualan umumnya terdiri dari tiga elemen besar:

a. Persediaan atau *Inventory*

Elemen persediaan yang dimaksud adalah besarnya persediaan terjual

b. Tenaga Kerja Langsung atau *Direct Labour Cost*

Tenaga Kerja Langsung merupakan upah yang diberikan atau dibayarkan kepada karyawan/ tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam aktivitas pengolahan barang dagang.

c. Biaya Overhead atau *Overhead Cost*

Biaya Overhead adalah biaya yang muncul selain dari elemen-elemen yang telah disebutkan diatas, biasanya diistilahkan dengan *indirect cost*. Jenisnya sangat bervariasi tergantung skala usaha, jenis usaha serta jenis sumber daya yang digunakan oleh perusahaan.

2.2.3.2 Manfaat Harga Pokok Penjualan

Ada dua manfaat dari harga pokok penjualan, yaitu:

1. Sebagai patokan untuk menentukan harga jual
2. Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian

2.2.3.3 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

HPP = (Persediaan Awal Barang Dagang + Pembelian Bersih) – Pesediaan akhir.

Pembelian bersih dapat dihitung dari (Pembelian Kotor + Biaya Angkut Pembelian) – (Retur Pembelian + Potongan Pembelian).

2.2.4 Laba

Salah satu tujuan utama perusahaan yang penting untuk dicapai adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (going concern) dan perluasan perusahaan, serta mengembangkan usahanya ketingkat yang lebih tinggi atau ketingkat yang lebih baik. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya. Masalah yang berkaitan dengan laba adalah menentukan konsep laba secara tepat untuk pelaporan keuangan sehingga angka laba merupakan angka yang bermakna (meaningful) baik secara intuitif maupun ekonomik bagi berbagai pemakai statemen keuangan. Pemaknaan atau pendefinisian laba mempunyai implikasi terhadap pengukuran dan penyajian laba. Karena akuntansi secara umum menganut konsep kos historis, asas akrual, dan konsep perbandingan, laba akuntansi yang sekarang dianut dimaknai sebagai selisih antara pendapatan dan biaya.

Menurut Juan & Wahyuni (2012: 11) menyatakan bahwa “Penghasilan neto (laba) sering kali digunakan sebagai ukuran kinerja. Definisi penghasilan (income) meliputi pendapatan (revenue) maupun keuntungan (gains). Pendapatan timbul

dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalti, dan sewa. Keuntungan mencerminkan pos lainnya, misalnya keuntungan atas penjualan aset tetap”.

Menurut Rainbow & Kinney (2011: 113) menyatakan bahwa “Laba semu (phantom profits) merupakan laba perhitungan biaya serapan yang sementara, disebabkan oleh lebih banyak memproduksi persediaan dari pada menjualnya”. Menurut Godfrey dkk., dalam Suwardjono (2011: 464) menyatakan bahwa “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (kos total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang/ jasa)”.

Menurut Paton & Littleton dalam Suwardjono (2011: 464) menyatakan bahwa “Laba adalah kenaikan aset dalam suatu periode akibat kegiatan produktif yang dapat dibagi atau didistribusi kepada kreditor, pemerintah, pemegang saham (dalam bentuk bunga, pajak, deviden) tanpa mempengaruhi keutuhan ekuitas pemegang saham semula”. Selain income, dikenal pula earnings yang juga disebut laba. Earnings lebih bermakna sebagai laba yang diakumulasi selama beberapa periode walaupun earnings juga digunakan untuk menunjuk laba periode seperti earnings per share. Dalam statemen laba-rugi, income lebih umum digunakan karena tidak lebih luas cakupannya (lebih komprehensif). Dan lebih formal dari pada earnings. Earnings hanyalah jumlah antara sebelum diperoleh laba bersih/komprehensif.

Menurut Zaky Baridwan (2011:103)“Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari badan usaha dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang termasuk dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik”.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laba berasal dari semua transaksi atau kejadian yang terjadi pada badan usaha dan akan mempengaruhi kegiatan perusahaan pada periode tertentu dan laba didapat dari selisih antara pendapatan dengan beban, apabila pendapatan lebih besar daripada beban maka perusahaan akan memperoleh laba, apabila terjadi sebaliknya maka perusahaan akan mengalami kerugian.

2.2.4.1 Tujuan Pelaporan Laba

Menurut Anis dan Imam (2009:136) mengutarakan bahwa tujuan dilaporkannya laba adalah sebagai berikut:

1. Sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang tertahan dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembaliannya.
2. Sebagai dasar pengukuran prestasi manajemen
3. Sebagai dasar penentuan besarnya perencanaan pajak
4. Sebagai alat pengendalian sumber daya ekonomi suatu Negara
5. Sebagai kompensasi dan pembagian bonus
6. Sebagai alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan
7. Sebagai dasar bentuk kenaikan kemakmuran
8. Sebagai dasar pembagian deviden

2.2.4.2 Jenis-Jenis Laba

Menurut Supriyono (2010:207) mengemukakan bahwa jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan pertimbangan laba, yaitu:

1. Laba Kotor
Laba Kotor adalah perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan
2. Laba dari operasi
Laba dari operasi adalah selisih antara laba kotor dengan total beban operasi
3. Laba bersih
Laba bersih adalah angka terakhir dalam perhitungan laba atau rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah dengan pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain.

Didalam memperoleh laba diharapkan perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan diharapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba menurut Mulyadi (2008:287), yaitu:

- a. Biaya
Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. Harga jual
Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- c. Volume Penjualan Produksi
Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.2.4.3 Peranan Laba Dalam Perusahaan

Peranan laba dalam perusahaan menurut Nafarin (2007:231), yaitu:

- a. Laba adalah efisiensi usaha setiap perusahaan sekaligus merupakan suatu kekuatan pokok agar perusahaan dapat tetap bertahan untuk jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.
- b. Laba adalah balas jasa atas dana yang ditanam perusahaan

- c. Laba merupakan salah satu sumber dana usaha perusahaan
- d. Laba merupakan sumber dana jaminan surat para karyawan
- e. Laba merupakan daya Tarik bagi pihak ketiga yang ingin menanamkan dananya.

2.2.5 Laba Bersih

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi.

Laba bersih biasanya mengacu pada laba setelah dikurangi semua biaya operasi, terutama setelah dikurangi biaya tetap atau biaya overhead tetap. Hal ini berbeda dengan laba kotor yang biasanya mengacu pada selisih antara penjualan dan biaya langsung produk atau jasa yang dijual (juga disebut sebagai margin kotor atau margin laba kotor) dan tentunya sebelum dikurangi biaya operasi atau biaya overhead. Laba bersih biasanya mengacu pada angka laba sebelum dikurangi pajak perusahaan, dalam hal ini istilah yang sering digunakan adalah laba bersih sebelum pajak (earning before tax atau EBT).

Menurut Subramanyam (2012 : 25) Laba bersih adalah Laba bersih adalah laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah Laba dari hasil bisnis dan dipotong dari beban lainnya.

2.2.6 Hubungan Antar Variabel

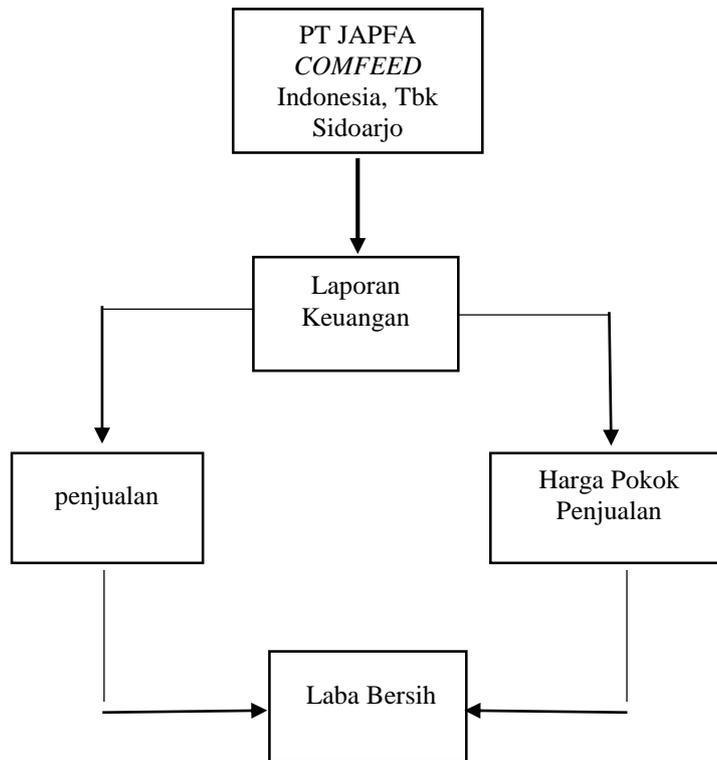
2.2.6.1 Hubungan Penjualan dengan Laba Bersih

Penjualan memiliki hubungan dengan laba bersih. Hubungan tersebut dapat di lihat dari peranan penjualan atas laba bersih, penjualan membawa dampak terhadap laba bersih. Sehingga akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Semakin banyak penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin banyak juga laba bersih perusahaan. Hal yang relevan juga di ungkapkan oleh Rahardjo (2016). Mereka mengungkapkan bahwa, penjualan akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Hal ini karena perusahaan dapat melakukan penghematan terhadap biaya transaksi sehingga beban perusahaan menjadi rendah sehingga laba perusahaan akan menjadi meningkat.

Dengan demikian, semakin besar penjualan maka akan semakin besar pula laba bersih perusahaan yang diperoleh. Begitu juga sebaliknya, semakin kecil penjualan maka semakin kecil juga laba bersih perusahaan yang diperoleh. Atau dengan kata lain penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih perusahaan setiap periodenya.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual dalam penulisan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : peneliti (2020)

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 *Research Question* dan Model Analisis

2.4.1 *Research Question*

Research Question yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data-data pada penelitian ini adalah:

2.4.1.1 *Main Research Question*

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka *Main Research Question* yang akan diambil oleh peneliti adalah “Bagaimana Penerapan Perolehan Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan Guna Mengukur Laba Bersih Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo.

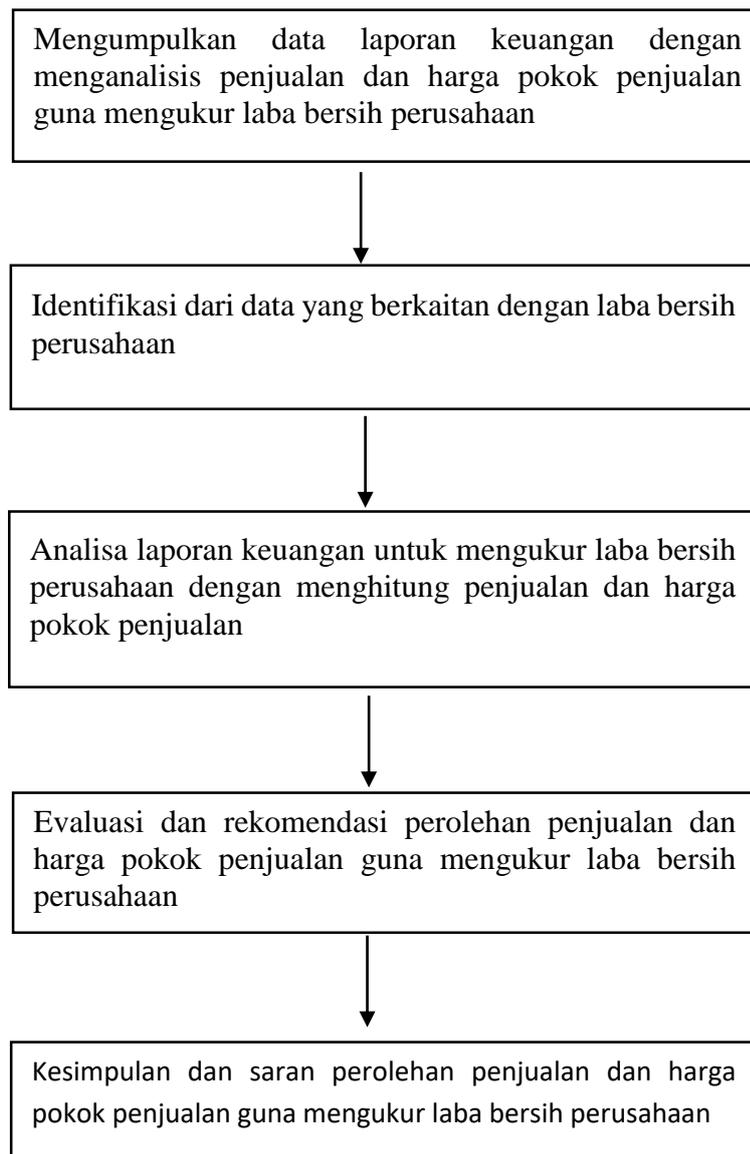
2.4.1.2 *Mini Research Question*

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka *Mini Research Question* yang akan diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara perusahaan dalam memperoleh Laba ?
2. Bagaimana pengaruh laba bersih perusahaan terhadap perolehan Pejualan dan Harga Pokok Penjualan ?

2.4.2 Model Analisis

Dari Research Question yang sudah dijelaskan diatas dapat dibuat model analisis seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Sumber : Peneliti (2020)

Gambar 2.2 Model Analisis

2.5 Desain Studi Kualitatif

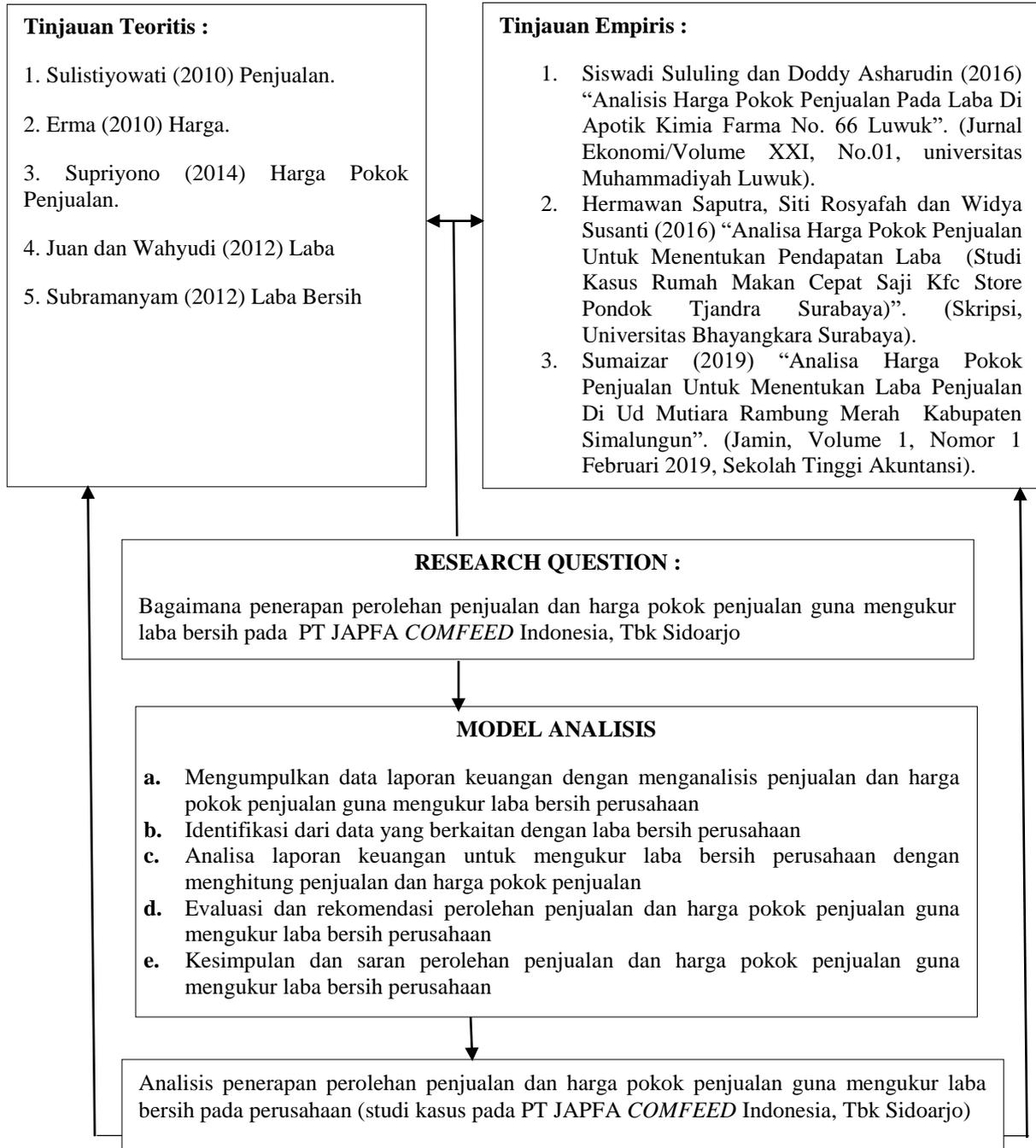
Tabel 2.2
Desain Studi Kualitatif

Research Question	Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Dan Analisis Data	Aspek-Aspek Praktis (Dilaksanakan Dilapangan)	Justifikasi
<p>Main Research Question</p> <p>“Bagaimana penerapan perolehan penjualan dan harga pokok penjualan guna mengukur laba bersih pada PT JAPTA COMFEED Indonesia Tbk Sidoarjo?”.</p> <p>Mini Research Question</p> <p>1. Bagaimana cara perusahaan dalam memperoleh laba ?</p> <p>2. Bagaimana pengaruh laba bersih perusahaan terhadap perolehan penjualan dan harga pokok penjualan ?.</p>	<p><u>Dari Perusahaan :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Intervie Manajer bagian laporan keuangan 2. Observasi Aktivitas sehari-hari bagian keuangan 3. Analisis dokumen Berbagai dokumen dan laporan keuangan perusahaan <p><u>Dari Luar Perusahaan:</u></p> <p>Analisis dokumen Sumber-sumber tertulis mengenai aktivitas laporan keuangan perusahaan (antara lain melalui website perusahaan dan jurnal penelitian sebelumnya)</p>	<p>Interview dilakukan bersamaan dengan Observasi dalam waktu kurang lebih 2 jam.</p> <p>Interview dilakukan dengan metode tidak terstruktur dan diikuti dengan semi terstruktur</p> <p>Interview dilakukan secara tatap muka dengan manager yang bertanggungjawab atas laporan keuangan perusahaan tersebut.</p> <p>Analisis dokumen :</p> <p>Total sekitar 10 jam dari awal diperolehnya data sampai dengan terpenuhinya informasi yang dibutuhkan atau kurang lebih selama 5 hari.</p>	<p>1. Metode Interview tidak terstruktur diawali dengan wawancara bertujuan untuk membuat peneliti lebih sensitif terhadap isu-isu penting dari sebuah situasi. Sedangkan interview semi terstruktur adalah untuk memberikan fokus pada isu yang lebih spesifik.</p> <p>2. Dengan melakukan observasi data yang diperoleh lebih lengkap, dan mengetahui perilaku lebih mendalam dalam kegiatan operasional.</p> <p>3. Analisa dokumen yang berguna sebagai informasi tambahan dari data hasil yang sudah dilakukan sebelumnya.</p>

Sumber : peneliti (2020)

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Proses Berfikir



Sumber : Peneliti (2020)

Gambar 3.1
Kerangka Proses Berfikir

Penjelasan :

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian hingga tinjauan pustaka, maka diperlukan adanya penyusunan kerangka proses berfikir, dalam penyusunannya mengacu pada teori-teori ilmiah dan studi empiris sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Studi teoritis yang ditetapkan dalam penelitian digunakan sebagai landasan berfikir secara deduktif, induktif, maupun fungsional. Suatu teori adalah suatu konseptual yang umum atau dalam sistem pengertian ini diperoleh melalui jalan yang sistematis dan dapat diuji kebenarannya.

Menurut Uma Sekaran (Sugiyono, 2018:60), kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Studi yang dilakukan atas teori-teori ilmiah dan studi empiris diperoleh variabel-variabel dengan segala hubungan dan pengaruhnya, antara studi empiris dan teoritis keduanya harus saling mempengaruhi. Dengan demikian dapat disusun rumusan masalahnya dan selanjutnya dapat disusun menjadi model analisis yang merupakan model atau bentuk untuk menganalisa sebuah masalah. Model analisis dilakukan berdasarkan uji kualitatif dengan metode yang relevan sehingga model analisis akan teruji kebenarannya, yang kemudian dijadikan bahan perbandingan karya ilmiah yang disusun menjadi skripsi.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif melalui metode kualitatif yaitu memberikan gambaran mengenai segala sesuatu yang terikat dengan suatu objek permasalahan yaitu analisis perolehan penjualan dan harga pokok penjualan guna mengukur laba bersih pada perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo). Analisis ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel terpengaruh dengan variabel yang mempengaruhi.

Pada penelitian ini, analisis kualitatif digunakan untuk menganalisa bagaimana penjualan dan harga pokok penjualan digunakan untuk mengukur laba bersih perusahaan. Dari adanya analisa tersebut dapat diketahui bahwa laba bersih dapat ditinjau dari penjualan dan harga pokok penjualan serta bagaimana perkembangan suatu perusahaan tersebut dari tahun ke tahun apakah mengalami penurunan atau kemajuan yang pesat.

3.3 jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Kuantitatif

Yaitu data atau informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan angka tersebut perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang meliputi laporan keuangan perusahaan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo.

2. Data kualitatif

Yaitu data informasi yang berbentuk kata atau kalimat verbal. Data kualitatif didapat melalui wawancara maupun observasi. Dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif yang meliputi data mengenai gambaran umum perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi yang ada di perusahaan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder :

1. Data Primer

Yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber asli berupa informasi yang di dapat melalui percakapan, wawancara baik secara lisan maupun berupa pertanyaan tertulis dengan narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini, dan dari pengamatan secara langsung terhadap aktivitas operasional perusahaan yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dengan cara penelitian ke perpustakaan, literature makalah, jurnal penelitian, artikel website dan yang lainnya yang berkaitan dengan penjualan, harga pokok penjualan dan laba bersih.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa dokumen laporan keuangan yaitu neraca dan laporan laba rugi

yang berada di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan tahun 2017-2019.

3.4 Batasan dan Asumsi Penelitian

3.4.1 Batasan Penelitian

Batasan penelitian merupakan suatu batasan studi agar tidak melebar pada masalah yang lain. Dengan demikian seorang peneliti tahu persis data mana yang perlu dikumpulkan dan data mana yang tidak perlu dikumpulkan. Ruang lingkup penelitian ini adalah :

1. objek penelitian yaitu PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Sidoarjo yaitu perusahaan yang bergerak dibidang agri-food
2. subjek penelitian adalah laporan keuangan tahun 2017, 2018, 2019.

3.4.2 Asumsi Penelitian

Asumsi dalam penelitian ini bahwa penjualan dan harga pokok penjualan sangat berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan laba bersih pada PT Japfa *Comfeed* Indonesia Tbk Sidoarjo. Jika penjualan turun dan harga pokok penjualan naik maka akan berpengaruh pada turunnya laba bersih perusahaan. Begitupun sebaliknya, jika penjualan naik dan harga pokok penjualan turun maka akan berpengaruh pada kenaikan laba bersih perusahaan. Oleh sebab itu kinerja seluruh pihak di dalam perusahaan sangat penting, agar dapat dengan mudah menyusun laporan keuangan yang nantinya dipergunakan oleh perusahaan. Dengan adanya

laporan keuangan maka diharapkan perusahaan dapat mengetahui turun atau naiknya laba perusahaan tersebut.

3.5 Unit Analisis

Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Dalam pengertian lain, unit analisis diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus/ komponen yang diteliti. Unit analisis ini dilakukan oleh peneliti agar validitas dan reabilitas penelitian dapat terjaga. Karena terkadang peneliti masih bingung membedakan antara objek penelitian, subjek penelitian dan sumber data.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah instansi. Instansi yang dijadikan sebagai unit analisis dalam penelitian ini adalah PT Japfa *Comfeed* Indonesia, Tbk Sidoarjo adapun alasan dipilihnya PT Japfa *Comfeed* Indonesia, Tbk Sidoarjo sebagai unit analisis adalah karena penulis memiliki kemudahan akses untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk menyusun studi kasus, selain karena terjadi sebuah masalah yang dialami oleh PT Japfa *Comfeed* Indonesia, Tbk Sidoarjo yang akan dibahas dalam studi kasus ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Data merupakan faktor terpenting dalam menyusun karya tulis ilmiah, oleh karena itu harus jelas darimana data tersebut diperoleh. Adapun teknik pengumpulan data yang dipakai berasal dari :

1. Observasi

Menurut Nasution (Sugiyono, 2018:226) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmu hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

2. Wawancara/ Interview

Menurut Esterberg (Sugiyono, 2018:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan mana dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Echdar (2017:333) “Analisis data adalah proses penghimpunan atau pengumpulan, pemodelan dan transformasi data dengan tujuan untuk menyortir dan memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan saran, kesimpulan dan mendukung pembuat keputusan penelitian”. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Menurut Sugiyono (2016:245) “Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pengamatan terhadap data-data yang diperoleh dari perusahaan. Dari data tersebut dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi data yang diperoleh dari perusahaan khususnya laporan laba rugi pada laporan keuangan perusahaan.
2. Menghitung dan mengukur seluruh laporan keuangan yang berhubungan dengan laba bersih perusahaan.
3. Menilai pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap laba bersih perusahaan.
4. Menentukan laba bersih perusahaan dalam keadaan yang baik atau buruk.

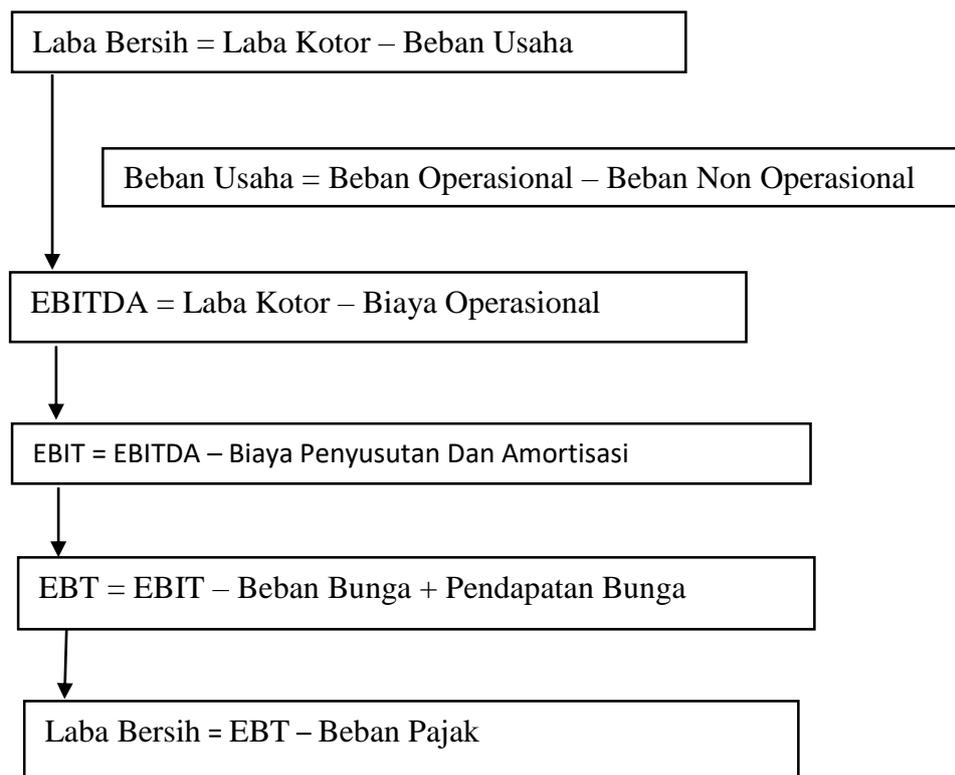
Penelitian ini menggunakan teknis analisis data, artinya data yang diperoleh dilapangan diolah sedemikian rupa sehingga memberikan data yang sistematis, actual dan akurat mengenai permasalahan yang diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan menggunakan rumus harga pokok penjualan dan laba bersih :

1. Laba Bersih

adalah nilai keuntungan atau kelebihan pendapatan dari aktivitas perdagangan dalam suatu periode tertentu, di mana nilai tersebut sudah di kurangi oleh beban pajak penghasilan.

Rumus mencari laba bersih :



Keterangan :

EBITDA = *Earning Before Interest, Tax, Depreciation And Amortation* (Laba Sebelum Bunga, Pajak, Penyusutan Dan Amortisasi)

EBIT = *Earning Before Interest And Tax* (Laba Sebelum Bunga Dan Pajak)

EBT = *Earning Before Tax* (Laba Sebelum Pajak)

2. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah harga barang yang dijual. Penentuan harga pokok penjualan industri, pada umumnya terjadi karena persediaan awal produksi jadi ditambah dengan jumlah harga produksi (harga pokok produksi) dan dikurangi dengan persediaan akhir produk, jadi pengertian mengenai harga pokok penjualan ini, berdasarkan prinsip akuntansi Indonesia menjelaskan bahwa saldo awal dari persediaan ditambah harga pokok barang-barang yang dibeli untuk dijual dikurangi jumlah persediaan akhir adalah harga pokok barang yang harus dibandingkan pendapatan untuk masa yang bersangkutan, untuk perusahaan industri dalam harga pokok penjualan termasuk semua upah harus langsung dari biaya bahan-bahan ditambah seluruh biaya pabrik (produksi) tak langsung dikoreksi dengan jumlah-jumlah saldo awal dan akhir persediaan.

Rumus mencari harga pokok penjualan :

$$\text{HPP} = (\text{Persediaan Awal Barang Dagang} + \text{Pembelian Bersih}) - \text{Persediaan akhir}$$

Pembelian bersih dapat dihitung dari(Pembelian Kotor + Biaya Angkut Pembelian) – (Retur Pembelian + Potongan Pembelian)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Diskripsi Obyek Penelitian

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang agri-food terbesar dan ter-integritas di Indonesia. Unit bisnis utama perusahaan ini yakni pembuatan pakan ternak, pembibitan ayam, pengolahan unggas serta pembudidayaan pertanian yang berlokasi di Sidoarjo. Suatu perseroan yang sudah memiliki pengalaman lebih dari 46 tahun dengan standart dan kualitas yang tidak diragukan lagi dalam semua segmen pasar.

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Awal berkembangnya perusahaan ini dimulai pada era tahun 1970-an. Japfa pertama kali didirikan tanggal 18 Januari tahun 1971 dengan nama PT Java Pelletizing Factory, Ltd dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1971. Perusahaan ini merupakan perusahaan patungan yang terjalin antara PT Perusahaan Dagang & Industri Ometraco dan International Graanhandel Thegra NV of the Netherlands. Pada awalnya perusahaan ini bergerak dalam industri kopra pelet sebagai produk utamanya. Pendiri perusahaan ini adalah Teguh Santoso, kemudian diteruskan oleh anaknya yakni Handojo Santoso. Sejak berdirinya perusahaan terus melakukan ekspansi. Puncaknya yakni perubahan status perusahaan menjadi perusahaan terbuka seiring dengan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya sejak Oktober 1989. Dengan

dilakukannya penawaran saham sejak tahun 1990, perusahaan kemudian menjelma menjadi perusahaan yang memiliki kekuatan finansial dalam sektor pakan ternak.

PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk terus melakukan pengembangan perusahaan dengan melakukan kerjasama kemitraan dengan beberapa perusahaan lainnya. Pada era tahun 1990-an, Japfa melakukan akuisisi strategis dengan empat perusahaan yang bergerak dalam bidang pakan ternak. Perusahaan tersebut antara lain, PT. Comfeed Indonesia, PT. Ometraco Satwafeed, PT. Indopell Raya, PT. Suri Tani Pemuka. Disamping itu, Japfa juga melakukan proses akuisisi tahap kedua pada tahun 1992 dengan mengambil alih PT Multibreeder Adirama Indonesia dengan bisnis utama pembibitan ayam. Tak hanya itu, pada tahun yang sama Japfa juga melakukan pengambilalihan terhadap PT Ciomas Adisatwa yang bergerak dalam pengolahan unggas dan Suri Tani Pemuka dengan budidaya udang. Dengan berbagai rangkaian akuisisi ini mendukung perusahaan menjadi salah satu perusahaan produsen unggas dan udang terbesar di Indonesia.

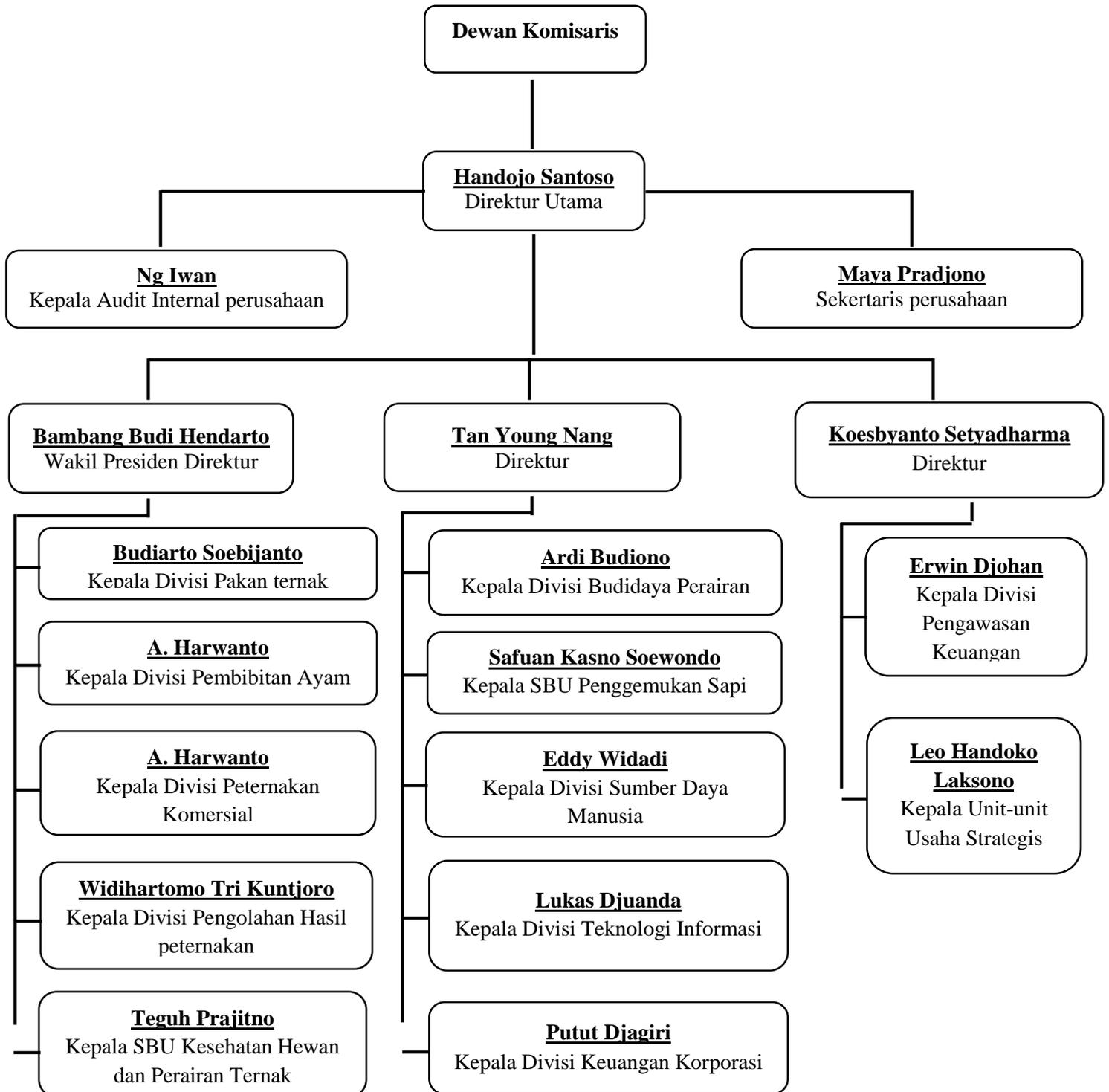
PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk beroperasi dengan didukung oleh beberapa divisi antara lain, Divisi Unggas, Divisi Daging, Divisi Aquaculture dan beberapa divisi bisnis lainnya. Dalam divisi Unggas, Japfa berperan sebagai salah satu produsen unggas ter-integrasi secara global. Divisi ini memproduksi pakan unggas, DOC pembibitan dan pengolahan ayam. Tiap tahunnya divisi ini memberikan kontribusi keuangan sebesar 83% dari penjualan bersih perusahaan. Dalam divisi Daging, perusahaan beroperasi dalam 3 tahap produksi utama yakni pembibitan, perawatan, serta pengolahan sapi potong. Divisi ini beroperasi dengan merek “Santori” yang merupakan peternakan terbesar di Asia. Divisi ini terbagi

dalam dua nama, yakni PT Santosa Agrindo dan PT Austasia Stockfeed. Sedangkan untuk divisi Aquaculture, Japfa berkembang dengan budidaya udang local yang tumbuh untuk komoditas ekspor. Hingga saat ini Japfa terus menyebar melalui anak-anak perusahaan serta jaringan produksi yang tersebar di beberapa kota-kota besar di Indonesia. Kantor pusat PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk di Wisma Millenia, Lt. 7, Jl. MT. Haryono Kav. 16 Jakarta 12810, dengan pabrik berlokasi di Sidoarjo (Jawa Timur), Tangerang (Banten), Cirebon (Jawa Barat), Makassar (Sulawesi Selatan), Lampung, Padang (Sumatera Barat), dan Bati-bati (Kalimantan Selatan).

4.1.2 Visi, Misi, Nilai Perusahaan

Visi dari PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk adalah “Berkembang Menuju Kesejahteraan Bersama”. Sedangkan Misi dari PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk adalah Menjadi penyedia terkemuka dan terpercaya di bidang produk pangan berprotein terjangkau di Indonesia, berlandaskan kerjasama dan pengalaman teruji, dalam upaya memberikan manfaat bagi seluruh pihak terkait.

4.1.3 Struktur Organisasi



Sumber: Laporan Keuangan Tahunan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk

Gambar 4.1 Struktur organisasi

4.2 Data dan Hasil Analisis

Data hasil analisis dari penelitian merupakan penjabaran singkat atas hasil dari analisis penelitian ataupun fakta-fakta yang ditemukan oleh peneliti pada saat penelitian tersebut dilakukan. Pada bab ini merupakan pengolahan data berdasarkan laporan keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Laporan keuangan konsolidasian disusun berdasarkan konsep harga perolehan, kecuali untuk properti investasi dan instrumen derivatif yang dicatat sebesar nilai wajar.

Laporan keuangan konsolidasian disusun dengan menggunakan dasar akrual (*accrual basis*) dengan menggunakan konsep biaya historis, kecuali untuk persediaan yang dinilai realisasi neto, penyertaan saham tertentu yang dicatat dengan metode ekuitas, dan instrumen keuangan tertentu yang dicatat berdasarkan biaya perolehan yang diamortisasi (*amortized cost*) yang terdiri dari Neraca dan Laporan Laba Rugi selama 3 tahun, yaitu tahun 2017, 2018, 2019. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melihat apakah perubahan laba bersih yang terjadi di perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan dan juga berguna bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan bagi perusahaan di periode yang akan datang atau dapat juga melihat kemungkinan adanya pemborosan-pemborosan atau kecurangan-kecurangan.

Pengolahan data laporan ini dilakukan dengan cara menghitung laba bersih. Dari perhitungan laba bersih akan diketahui seberapa besar laba bersih yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan dan seberapa besar pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap berubahnya laba bersih setiap tahunnya.

Laba bersih akan tercapai apabila pendapatan lebih besar dibandingkan beban. Berikut ini laporan neraca dan laporan laba rugi PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk yang berakhir 31 Desember selama 3 tahun, yaitu mulai tahun 2017, 2018, 2019.

Tabel 4.1 NERACA
PT JAPFA COMFEED INDONESIA Tbk
Per 31 Des (Dalam jutaan Rupiah)

KETERANGAN	2019	2018	2017
Aset			
Aset lancar			
kas dan setara kas	937.947	1.086.970	1.642.106
Piutang usaha	0	0	0
Pihak berelasi	116.720	92.056	97.012
Pihak ketiga, neto	1.851.323	1.600.721	1.443.591
Piutang lain-lain	71.799	129.697	86.288
Persediaan biologis	1.708.532	1.531.491	0
Persediaan, neto	5.940.206	6.247.684	6.413.912
Aset biologis	1.179.943	1.058.969	917.995
Biaya dibayar di muka	43.030	60.404	131.394
Uang muka	312.788	598.923	451.222
Pajak dibayar di muka	28.480	7.682	5.805
Aset keuangan lancar lainnya	1.162	1.212	0
Total aset lancar	12.191.930	12.415.809	11.189.325
Aset tidak lancar			
Tagihan restitusi pajak	501.204	394.037	340.446
Aset pajak tangguhan, neto	324.348	286.429	215.222
Investasi saham, neto	56.000	76.520	76.520
Goodwil	155.417	93.479	70.136
Tanaman produktif			
Tanaman produktif menghasilkan, neto	1.096	1.184	1.144
Tanaman produktif belum menghasilkan	1.263	1.176	1.300
Aset biologis	156.268	222.532	264.635
Uang muka pembelian aset tetap	484.940	414.550	336.121
Aset tetap, neto	10.062.592	7.935.353	8.346.028
Properti investasi, neto	45.218	49.463	45.361
Aset takberwujud, neto	42.157	41.795	27.321
Aset derivatif	182.793	224.215	0
Tanah yang belum dikembangkan	842.477	788.605	37.246
Aset tidak lancar lainnya	137.306	92.881	138.065
Total aset tidak lancar	12.993.079	10.622.219	9.899.545
Total aset	25.185.009	23.038.028	21.088.870

Tabel 4.1 Lanjutan

KETERANGAN	2017	2018	2019
Liabilitas			
Liabilitas jangka pendek			
Utang bank jangka pendek	3.005.986	1.170.106	797.201
Utang usaha	0	0	0
Pihak berelasi	1.632.969	1.872.028	1.432.548
Pihak ketiga	1.056.296	1.577.210	1.783.455
Utang lain-lain	435.710	327.212	281.757
Liabilitas derivatif	16.820	50.576	0
Utang pajak	137.356	447.970	177.397
Beban akrual	291.187	253.937	181.949
Liabilitas imbalan kerja jangka pendek	240.967	253.590	47.507
Uang muka dari pelanggan	94.245	50.347	66.636
Utang jangka panjang yang jatuh tempo dalam satu tahun :			
Utang bank jangka panjang	118.895	51.975	0
Pembiayaan atas perolehan aset tetap	3.365	1.061	1.043
Utang sewa pembiayaan	0	1.723	147
Utang obligasi	0	846.742	0
Total liabilitas jangka pendek	7.033.796	6.904.477	4.769.940
Liabilitas jangka panjang			
Liabilitas pajak tangguhan,neto	12.422	12.347	10.048
Liabilitas imbalan kerja jangka panjang	1.192.509	1.039.619	1.241.178
Pendapatan di terima dimuka	888	0	0
Utang jangka panjang setelah dikurangi bagian yang jatuh tempo dalam satu tahun:			
Utang bank jangka panjang	930.122	179.084	0
Pembiayaan atas perolehan aset tetap	3.285	310	870
Utang sewa pembiayaan	0	3.136	10
Utang obligasi	4.563.819	4.684.246	5.271.496
Total liabilitas jangka panjang	6.703.045	5.918.742	6.523.602
Total liabilitas	13.736.841	12.823.219	11.293.242

Tabel 4.1 Lanjutan

KETERANGAN	2017	2018	2019
Ekuitas			
Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk			
Modal saham			
Modal dasar - 15.000.000.000 saham seri A dengan nilai nominal Rp. 200 (dalam rupiah penuh) per saham dan RP. 85.000.000.000 saham seri B dengan nilai nominal Rp. 40 (dalam rupiah penuh) per saham			
Modal ditempatkan dan disetor - 8.814.985.201 saham seri A pada 31 desember 2019 dan 2018 dengan nilai nominal Rp 200 (dalam rupiah penuh) per saham dan 2.911.590.000 saham seri B pada 31 desember 2019, 2018, dan 2017 dengan nilai nominal Rp. 40 (dalam rupiah penuh) per saham	1.879.461	1.879.461	1.816.250
Tambahan modal disetor, neto	1.694.351	1.691.782	1.451.977
saham treasuri - 7.361.200 saham per 31 desember 2019 dan 9.398.000 saham per 31 desember 2018 dan 24.364.940 saham per 31 desember 2017	(7.207)	(9.205)	(23.857)
Cadangan saham bonus	13.839	4.416	0
Selisih nilai transaksi dengan kepentingan nonpengendali	(100.736)	(98.292)	(98.284)
selisih revaluasi nilai aset tetap,neto	0	0	1.089.515
selisih kurs atas penjabaran laporan keuangan	25.531	30.203	20.720
saldo laba			
telah ditentukan penggunaannya	291.000	248.000	228.000
belum ditentukan penggunaannya	6.975.985	5.861.050	4.724.932
subtotal	10.772.224	9.607.415	9.209.253
kepentingan nonpengendali	675.944	607.394	586.375
Total ekuitas	11.448.168	10.214.809	9.795.628
Total liabilitas dan ekuitas	25.185.009	23.038.028	21.088.870

Sumber Data : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Data diolah peneliti

**Tabel 4.2 LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF KONSOLIDASI
PT. JAPFA COMFEED INDONESIA Tbk
Per 31 Des (Dalam jutaan Rupiah)**

KETERANGAN	2019	2018	2017
Penjualan neto	36.742.561	34.012.965	29.602.688
Beban pokok penjualan	(29.616.563)	(26.804.578)	(24.571.742)
Laba bruto	7.125.998	7.208.387	5.030.946
Beban penjualan dan pemasaran	(1.048.302)	(836.629)	(736.855)
Beban umum dan administrasi	(2.895.713)	(2.647.489)	(2.124.518)
kerugian yang timbul dari perubahan nilai wajar aset biologis	(2.072)	(34.184)	0
Pendapatan lainnya	130.835	317.889	283.713
Beban lainnya	(160.828)	(164.095)	(178.188)
Laba usaha	3.149.918	3.843.879	2.275.098
Pendapatan keuangan	168.621	39.427	34.477
Biaya keuangan	(745.831)	(793.467)	(568.980)
Laba sebelum pajak penghasilan	2.572.708	3.089.839	1.740.595
Beban pajak penghasilan, neto	(688.851)	(836.638)	(632.785)
Laba tahun berjalan	1.883.857	2.253.201	1.107.810
Penghasilan komprehensif lain			
Pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi :			
Keuntungan revaluasi aset tetap	0	0	51.848
Pengukuran kembali liabilitas imbalan kerja	(27.778)	228.306	(155.616)
Pos yang akan direklasifikasi ke laba rugi :			
Selisih kurs atas penjabaran laporan keuangan	(6.229)	12.644	(81)
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan	(34.007)	240.950	(103.849)
Pajak penghasilan terkait	5.120	(60.960)	31.832
Penghasilan komprehensif lain tahun berjalan setelah pajak	(28.887)	179.990	(72.017)
Total penghasilan komprehensif tahun berjalan	1.854.970	2.433.191	1.035.793
Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada :			
Pemilik entitas induk	1.765.178	2.167.961	997.352
Kepentingan nonpengendali	118.679	85.240	110.458
Total	1.883.857	2.253.201	1.107.810
Total penghasilan komprehensif tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada :			
Pemilik entitas induk	1.736.543	2.342.952	928.888
Kepentingan nonpengendali	118.427	90.239	106.905
Total	1.854.970	2.433.191	1.035.793
Laba per saham dasar yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk	151	187	88

Sumber Data : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk

4.2.1 Penjualan

Menurut Arief Sugiono, Yanuar Nanok Soenarno, dan Synthia Madya Kusumawati (2010:133) “Penjualan bersih merupakan selisih antara penjualan baik yang dilakukan secara tunai maupun kredit dengan retur penjualan dan potongan penjualan”. Sedangkan Menurut Leny Sulistiyowati (2010:270) penjualan adalah: “Pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan

Secara umum definisi penjualan juga dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk menindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Berikut adalah data penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk selama tahun 2017, 2018, 2019 :

Tabel 4.3

**Data penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk
periode 2017-2019**

(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan
2017	29.602.688
2018	34.012.965
2019	36.742.561

Sumber : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Data diolah peneliti

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 jumlah penjualan yaitu sebesar **Rp.29.602.688.** sedangkan tahun 2018 jumlah penjualan yaitu sebesar **Rp.34.012.965** dan pada tahun 2019 jumlah penjualan yaitu sebesar **Rp.36.742.561.**

4.2.2 Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan Menurut Supriyono dalam Macpal dkk. (2014 : 1497). adalah “Harga perolehan atau harga pokok adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, atau nilai aktiva lainnya yang diserahkan/dikorbankan, atau nilai jasa yang diserahkan/dikorbankan, atau hutang yang timbul, atau tambahan modal”. Sedangkan Menurut Purba dalam Widayawati (2013 : 194) menyatakan bahwa “Harga jual adalah sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.”

Harga pokok penjualan adalah harga barang yang dijual. Penentuan harga pokok penjualan industri, pada umumnya terjadi karena persediaan awal produksi jadi ditambah dengan jumlah harga produksi (harga pokok produksi) dan dikurangi dengan persediaan akhir produk, jadi pengertian mengenai harga pokok penjualan ini, berdasarkan prinsip akuntansi Indonesia menjelaskan bahwa saldo awal dari persediaan ditambah harga pokok barang-barang yang dibeli untuk dijual dikurangi jumlah persediaan akhir adalah harga pokok barang yang harus dibandingkan pendapatan untuk masa yang bersangkutan, untuk perusahaan industri dalam harga pokok penjualan termasuk semua upah harus langsung dari biaya bahan-bahan

ditambah seluruh biaya pabrik (produksi) tak langsung dikoreksi dengan jumlah-jumlah saldo awal dan akhir persediaan. Berikut adalah data Harga Pokok Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk selama tahun 2017, 2018, 2019 :

Tabel 4.4
Data Harga Pokok Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk
periode 2017-2019
(Dalam Jutaan rupiah)

Tahun	Harga Pokok Penjualan
2017	24.571.742
2018	26.804.578
2019	29.616.563

Sumber : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Data diolah peneliti

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa Harga Pokok Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 jumlah Harga Pokok Penjualan yaitu sebesar **Rp.24.571.742.** sedangkan tahun 2018 jumlah Harga Pokok Penjualan yaitu sebesar **Rp.26.804.578** dan pada tahun 2019 jumlah Harga Pokok Penjualan yaitu sebesar **Rp.29.616.563.**

4.2.3 Laba Bersih

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Laba bersih biasanya mengacu pada laba setelah dikurangi semua biaya operasi, terutama setelah dikurangi biaya tetap atau biaya overhead tetap. Hal ini berbeda dengan laba kotor yang biasanya mengacu pada selisih antara penjualan dan biaya langsung produk atau jasa yang dijual (juga disebut sebagai margin kotor atau margin laba kotor) dan tentunya sebelum dikurangi biaya operasi atau biaya overhead. Laba bersih biasanya mengacu pada angka laba sebelum dikurangi pajak perusahaan, dalam hal ini istilah yang sering digunakan adalah laba bersih sebelum pajak (earning before tax atau EBT).

Menurut Subramanyam (2012 : 25) Laba bersih adalah Laba bersih adalah laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah Laba dari hasil bisnis dan dipotong dari beban lainnya.

4.2.3.1 Rumus Laba Bersih

Laba Kotor = Penjualan Bersih – Harga Pokok Penjualan

Beban Usaha = Beban Operasional + Beban Non Operasional

Laba Bersih = Laba Kotor – Beban Usaha

EBITDA = Laba Kotor – Biaya Operasional

EBIT = EBITDA – Biaya Penyusutan dan Amortisasi

EBT = EBIT – Beban Bunga + Pendapatan Bunga

Laba Bersih = EBT – Beban Pajak

Keterangan :

EBITDA = *Earning Before Interest, Tax, Depreciation And Amortation* (Laba Sebelum Bunga, Pajak, Penyusutan Dan Amortisasi)

EBIT = *Earning Before Interest And Tax* (Laba Sebelum Bunga Dan Pajak)

EBT = *Earning Before Tax* (Laba Sebelum Pajak)

4.2.3.2 Perhitungan Laba Bersih

Tahun 2017

Laba kotor = penjualan bersih – HPP (Harga Pokok Penjualan)

$$= 29.602.688 - 24.571.742$$

$$= \mathbf{5.030.946}$$

Beban usaha = beban operasional + beban non operasional

$$= 736.855 + 0$$

$$= \mathbf{736.855}$$

Laba bersih = laba kotor – beban usaha

$$= 5.030.946 - 736.855$$

$$= \mathbf{4.294.091}$$

Biaya bersih operasional lainnya = beban operasional + beban lainnya – pendapatan

$$= 2.124.518 + 178.188 - 283.713$$

$$= \mathbf{2.018.993}$$

EBITDA	= laba bersih – biaya bersih operasional
	= 4.294.091 – 2.018.993
	= 2.275.098
EBIT	= EBITDA – biaya penyusutan dan amortisasi
	= 2.275.098 – 0
	= 2.275.098
EBT	= EBIT – beban bunga + pendapatan bunga
	= 2.275.098 – 568.980 + 34.477
	= 1.740.595
Laba bersih	= EBT – beban pajak
	= 1.740.595 – 632.785
	= 1.107.810
Tahun 2018	
Laba kotor	= penjualan bersih – HPP (Harga Pokok Penjualan)
	= 34.012.965 – 26.804.578
	= 7.208.387
Beban usaha	= beban operasional + beban non operasional
	= 836.629 + 0
	= 836.629
Laba bersih	= laba kotor – beban usaha
	= 7.208.387 – 836.629

$$= \mathbf{6.371.758}$$

Biaya bersih operasional = beban operasional + kerugian dari perubahan + beban lainnya – pendapatan lainnya

$$= 2.647.489 + 34.184 + 164.095 - 317.889$$

$$= \mathbf{2.527.879}$$

EBITDA = laba bersih – biaya bersih operasional

$$= 6.371.758 - 2.527.879$$

$$= \mathbf{3.843.879}$$

EBIT = EBITDA – biaya penyusutan dan amortisasi

$$= 3.843.879 - 0$$

$$= \mathbf{3.843.879}$$

EBT = EBIT – beban bunga + pendapatan bunga

$$= 3.843.879 - 793.467 + 39.427$$

$$= \mathbf{3.089.839}$$

Laba bersih = EBT – beban pajak

$$= 3.089.839 - 836.638$$

$$= \mathbf{2.253.201}$$

Tahun 2019

Laba kotor = penjualan bersih – HPP (Harga Pokok Penjualan)

$$= 36.742.561 - 29.616.563$$

$$= \mathbf{7.125.998}$$

Beban usaha	= beban operasional + beban non operasional = 1.048.302 + 0 = 1.048.302
Laba bersih	= laba kotor – beban usaha = 7.125.998 – 1.048.302 = 6.077.696
Biaya bersih operasional	= beban operasional + kerugian dari perubahan + beban lainnya – pendapatan lainnya = 2.895.713 + 2.072 + 160.828 – 130.835 = 2.927.778
EBITDA	= laba bersih – biaya bersih operasional = 6.077.696 – 2.927.778 = 3.149.918
EBIT	= EBITDA – biaya penyusutan dan amortisasi = 3.149.918 – 0 = 3.149.918
EBT	= EBIT – beban bunga + pendapatan bunga = 3.149.918 – 745.831 + 168.621 = 2.572.708
Laba bersih	= EBT – beban pajak = 2.572.708 – 688.851

= 1.883.857

Tabel 4.5
Hasil perhitungan Laba Bersih
(Dalam Jutaan Rupiah)

Nama perusahaan	Tahun		
	2017	2018	2019
PT JAPFA COMFEED INDONESIA, TBK			
	1.107.810	2.253.201	1.883.857

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan data di atas perusahaan mengalami fluktuasi dalam memperoleh laba bersih. Pada tahun 2017 laba bersih perusahaan sebesar 1.107.810. Pada tahun 2018 sempat mengalami kenaikan sebesar 2.253.201. dan pada tahun 2019 kembali mengalami penurunan sebesar 1.883.857.

4.3 Interpretasi

Perkembangan dunia usaha pada zaman sekarang telah berkembang dengan pesat, baik perusahaan dengan skala besar maupun skala kecil. Dewasa ini peranan akuntansi sebagai alat pemabantu dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan keuangan semakin disadari oleh para usahawan. Akuntansi menghasilkan informasi yang dituangkan dalam bentuk laporan keuangan. Informasi itu sendiri adalah data atau fakta yang diolah dan disajikan dengan cara tertentu sehingga mempunyai makna bagi yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.

Laporan keuangan merupakan struktur yang menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah entitas. Tujuan umum dari laporan keuangan ini untuk kepentingan umum adalah penyajian informasi mengenai posisi keuangan (*financial position*), kinerja keuangan (*financial performance*), dan arus kas (*cash flow*) dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para penggunanya. Untuk dapat mencapai tujuan ini, laporan keuangan menyediakan informasi mengenai elemen dari entitas yang terdiri dari asset, kewajiban, *networth*, beban, dan pendapatan. Perubahan ekuitas dan arus kas. Informasi tersebut diikuti dengan catatan, akan membantu pengguna memprediksi arus kas masa depan.

Pihak manajemen dalam mengukur dan menilai kinerja perusahaan perlu memahami kondisi keuangan perusahaan sebelum mengambil keputusan yang tepat, melalui laporan keuangan yang telah disajikan oleh akuntan. Salah satu cara menilai kinerja keuangan adalah dengan melakukan analisis keuangan perusahaan. Oleh sebab itu dalam penelitian ini akan di bahas tentang penerapan dan perolehan penjualan dan harga pokok penjualan guna mengukur laba bersih penjualan yang dilakukan oleh pihak manajemen PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk sebagai alat ukur apakah margin yang diperoleh perusahaan sudah tinggi atau sebaliknya.

4.3.1 Penjualan

penjualan adalah usaha menyampaikan barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen ke konsumen dengan harga yang telah disepakati dengan tujuan mengarahkan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Penjualan merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang tidak bisa dikesampingkan. Karena dari sinilah roda kegiatan suatu perusahaan berjalan. Guna memenuhi kebutuhan perusahaan juga sebagai penunjang kegiatan perusahaan, dimana dalam melakukan proses penjualan, ada laba yang diharapkan dari penjualan tersebut. Berikut ini adalah grafik penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk periode 2017, 2018, 2019.

Tabel 4.6

**Grafik Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk
periode 2017-2019
(Dalam Jutaan Rupiah)**



Sumber : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Data diolah peneliti

Keterangan :

Sumbu **Y** = Hasil Laporan Penjualan

Sumbu **X** = Tahun periode Laporan Penjualan

Pada grafik penjualan menunjukkan tahun 2017 tercatat sebesar Rp. 29.602.688 mengalami peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan tahun lalu 2016 sebesar Rp. 27.016.228. peningkatan penjualan ini dikarenakan laju pertumbuhan ekonomi nasional telah menunjukkan kecenderungan yang membaik ditahun 2017. Upaya yang konsisten yang ditunjukkan pemerintah untuk terus mendorong sektor infrastruktur dan maritim sebagai penggerak roda perekonomian nasional akan semakin memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, daya beli masyarakat juga akan ikut meningkat. Hal ini merupakan peluang untuk meraih pertumbuhan penjualan ditahun-tahun mendatang. terus melakukan edukasi akan pentingnya asupan gizi seimbang bagi kesehatan masyarakat dan melakukan edukasi kepada para peternak dan petambak diindonesia agar produk yang dihasilakn dapat memiliki kualitas dan daya saing yang kuat hal ini untuk mendorong daya beli peningkatan penjualan.

Pada grafik Penjualan ditahun 2018, sejalan dengan membaiknya kondisi perternakan nasional, penjualan yang dibukukan perseroan tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar Rp. 34.012.965 dari tahun sebelumnya tahun 2017 sebesar Rp. 29.616.563, Karena adanya kenaikan volume penjualan secara umum. Yang didukung dari aspek pemasaran yang berfokus pada 3 hal, yaitu kedekatan dengan pelanggan, distribusi dan penguat merek. Dalam hal menjaga kedekatan dengan

pelanggan yaitu memberikan bimbingan dalam pengaplikasian produk yang dipasarkan. Dengan cara ini, dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan. Memperbaiki jaringan distribusi dengan perluasan distribusi merupakan faktor yang mendorong penjualan produk yang dipasarkan ke pelanggan hingga ke pelosok. Memperkuat merek akan memudahkan dalam penetrasi ke pelanggan dengan cara menyelenggarakan berbagai kegiatan edukasi langsung kepada petenak maupun petambak.

Pada grafik Penjualan ditahun 2019, penjualan neto yang dibukukan perseroan mencapai Rp. 36.742.561, jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2018 sebesar Rp. 34.012.965 karena didorong kenaikan volume penjualan secara umum. Kenaikan volume penjualan dikarenakan adanya langkah baru aspek pemasaran dalam strategi pemasaran yang komprehensif, yaitu dengan bertumpu pada kualitas produk dan layanan, memastikan bahwa produk yang dipasarkan memiliki kualitas yang tinggi dan telah melalui proses ontrol yang ketat. Produk yang dipasarkan juga sesuai dengan kebutuhan pasar domestik dan menyediakan tim teknis tidak hanya memberikan edukasi terkait produk tetapi memberikan pendamping kepada pelanggan yang diberikan secara Cuma-Cuma kepada pelanggan dan mengembangkan inovasi belanja digital sehingga memudahkan konsumen mengakses produk-produk hasil produksi secara langsung hal tersebut dapat semakin meningkatkan performa perseroan.

4.3.2 Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah istilah yang digunakan pada akuntansi keuangan dan pajak untuk menggambarkan biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead dan tidak termasuk periode (operasi) biaya seperti penjualan, iklan atau riset dan pengembangan. Berikut ini adalah grafik harga pokok penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk periode 2017, 2018, 2019.

Tabel 4.7

**Grafik Harga Pokok Penjualan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk
periode 2017-2019**

(Dalam Jutaan Rupiah)



Sumber : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Data diolah peneliti

Keterangan :

Sumbu **Y** = Hasil laporan Harga Pokok Penjualan

Sumbu **X** = Tahun periode laporan Harga Pokok Penjualan

Pada Grafik harga pokok tahun 2017 menunjukkan sebesar Rp. 24.571.742 dibandingkan tahun 2016 sebesar 27.063.310. Peningkatan harga pokok penjualan ini utamanya disebabkan karena meningkatnya jumlah pembelian bahan baku dan barang jadi ditahun 2017.

Pada Grafik Harga pokok penjualan ditahun 2018 mencapai Rp. 26.804.578. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya 2017 sebesar Rp. 24.571.742. Peningkatan harga pokok penjualan tersebut utamanya disebabkan oleh meningkatnya pemakaian bahan baku dan naiknya biaya pabrikasi lainnya, sebagian karena beberapa jenis bahan baku yang diimpor dan karenanya dipengaruhi secara langsung oleh pelemahan rupiah terhadap dolar AS hampir sepanjang tahun 2018.

Pada grafik Harga pokok penjualan ditahun 2019 mengalami peningkatan sebesar Rp. 29.616.563. Peningkatan harga pokok penjualan perseroan utamanya disebabkan meningkatnya biaya bahan baku yang digunakan dari Rp. 26.804.578 ditahun 2018 menjadi Rp. 29.616.563 ditahun 2019. Peningkatan biaya bahan baku tersebut disebabkan meningkatnya penggunaan bahan baku untuk produksi selama tahun 2019 dan juga kenaikan beberapa biaya bahan.

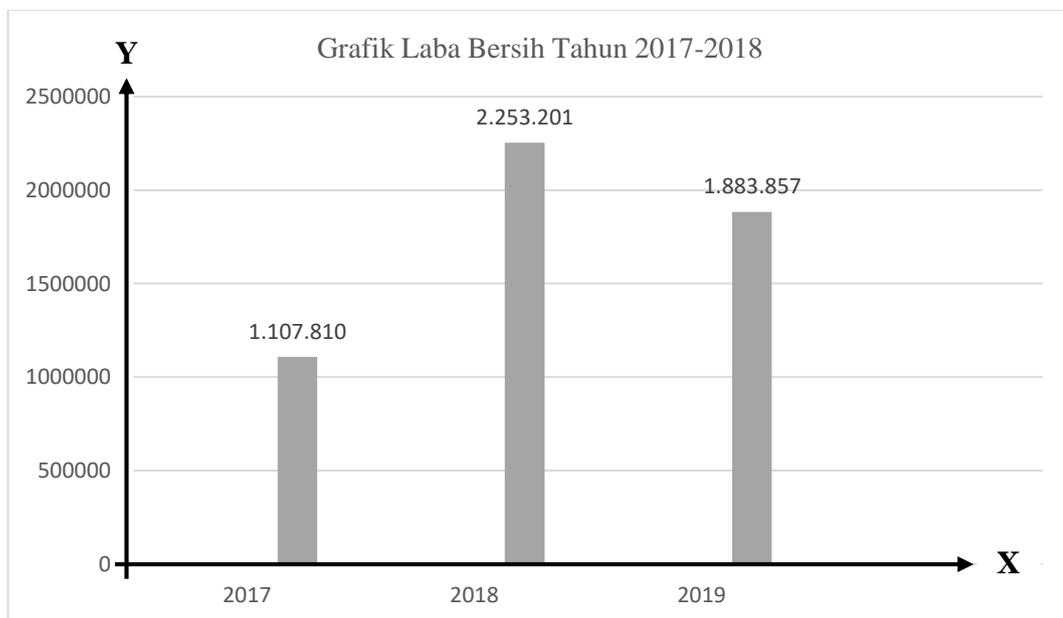
4.3.3 Laba Bersih

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Laba bersih biasanya mengacu pada laba setelah dikurangi

semua biaya operasi, terutama setelah dikurangi biaya tetap atau biaya overhead tetap. Hal ini berbeda dengan laba kotor yang biasanya mengacu pada selisih antara penjualan dan biaya langsung produk atau jasa yang dijual (juga disebut sebagai margin kotor atau margin laba kotor) dan tentunya sebelum dikurangi biaya operasi atau biaya overhead. Laba bersih biasanya mengacu pada angka laba sebelum dikurangi pajak perusahaan, dalam hal ini istilah yang sering digunakan adalah laba bersih sebelum pajak (earning before tax atau EBT). Berikut ini adalah grafik laba bersih PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk periode 2017, 2018, 2019.

Tabel 4.8

**Grafik Laba Bersih PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk
periode 2017-2019
(Dalam Jutaan Rupiah)**



Sumber : Laporan Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Data diolah peneliti

Keterangan :

Sumbu **Y** = Hasil laporan Laba Bersih

Sumbu **X** = Tahun periode Laporan Laba Bersih

Pada grafik laba bersih tahun 2017 sebesar Rp. 1.107.810 lebih rendah ditahun 2016 sebesar Rp. 2.171.608 penurunan laba usaha tersebut disebabkan inflansi yang terjadi selama tahun 2017, dan beban-beban seperti beban penjualan dan pemasaran, beban umum dan administrasi, dan biaya lainnya lebih besar dibandingkan tahun lalu 2016. Pendapatan lainnya juga lebih kecil dibandingkan dengan tahun lalu 2016.

Pada grafik Laba bersih ditahun 2018 sebesar Rp. 2.253.201 meningkat dibandingkan tahun sebelumnya tahun 2017 sebesar Rp. 1.107.810. Peningkatan laba usaha disebabkan oleh peningkatan penjualan yang disertai peningkatan kinerja operasional ditahun 2018.

Pada grafik Laba bersih ditahun 2019 perseroan tercatat sebesar 1.883.857 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2018 sebesar 2.253.201, hal ini dikarenakan turunnya laba bruto yang tercatat sebesar Rp. 7,125.998 dibandingkan tahun 2018 sebesar 7.208.387. Turunnya laba bruto dikarenakan peningkatan harga pokok penjualan yang lebih tinggi dibandingkan penjualan, sehingga menurunnya margin laba bruto dan beban-beban seperti beban penjualan dan pemasaran, beban umum dan administrasi, dan biaya lainnya lebih besar dibandingkan tahun lalu 2018.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa data yang telah dilakukan oleh peneliti pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa laba bersih pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami fluktuasi. Hal tersebut dapat dilihat dari :

- a. laba bersih tahun 2017 sebesar Rp. 1.107.810 lebih rendah ditahun 2016 sebesar Rp. 2.171.608 penurunan laba usaha tesebut disebabkan inflansi yang terjadi selama tahun 2017, dan beban-beban seperti beban penjualan dan pemasaran, beban umum dan administrasi, dan biaya lainnya lebih besar dibandingkan tahun lalu 2016. Pendapatan lainnya juga lebih kecil dibandingkan dengan tahun lalu 2016.
- b. Laba bersih ditahun 2018 sebesar Rp. 2.253.201 meningkat dibandingkan tahun sebelumnya tahun 2017 sebesar Rp. 1.107.810. Peningkatan laba usaha disebabkan oleh peningkatan penjualan yang disertai peningkatan kinerja operasional ditahun 2018.
- c. Laba bersih ditahun 2019 perseroan tercatat sebesar 1.883.857 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2018 sebesar 2.253.201, hal ini dikarenakan turunnya laba bruto yang tercatat sebesar Rp. 7,125.998 dibandingkan tahun 2018 sebesar 7.208.387. Turunnya laba bruto dikarenakan peningkatan harga pokok penjualan yang lebih tinggi

dibandingkan penjualan, sehingga menurunnya margin laba bruto dan beban-beban seperti beban penjualan dan pemasaran, beban umum dan administrasi, dan biaya lainnya lebih besar dibandingkan tahun lalu 2018.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat oleh peneliti maka perusahaan perlu melakukan penekanan terhadap fluktuasi laba bersih, hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Agar laba bersih terus meningkat, maka hendaknya perusahaan dapat menekan biaya produksi yang dapat meningkatkan beban pokok penjualan dalam kegiatan operasional perusahaan yang dapat menghambat perusahaan dalam mendapatkan laba bersih yang diinginkan.
- b. Untuk lebih memperhatikan kegiatan penjualannya, maupun kuantitas/ volume penjualan harus diperhatikan agar tidak terjadi penurunan laba bersih lagi di periode yang akan datang.
- c. Sebagai tambahan referensi bagi peneliti berikutnya untuk dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi berubahnya laba bersih suatu perusahaan dan sebagai tambahan ilmu

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, Chariri dan Imam Gozali, 2009. Tteori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- A. Rainbow Cecily. 2014. Akuntansi Biaya. Buku 1. Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Baridwan, Zaky. 2011. *Intermeadiate Accounting* Edisi 8. Yogyakarta: BPFE
- Echdar Saban, 2017. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Erma Widiana, Muslichah dan Bonar Sinaga. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran. Karya Putra Dawati: Bandung.
- Harini. 2008. Penetapan Harga, Makro Ekonomi Pengantar, Pt Granmedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary, 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kurniaawan, Ricky, Kusni Hidayati dan Cholifah 2016, Pengaruh Penjualan Dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Perubahan Laba Kotor Pada PT. INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA, TBK, Skripsi, Universitas Bhayangkara, Surabaya.
- Mulyadi. 2008. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salmbe Empat.
- Nafarin,M. 2007. Pengangguran Perusahaan. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Subramanyam dan John J. Wild. 2012. Analisis Lporan Keuangan. Jakarta: Salemba Empat
- Saputra, Hermawan, Siti Rosyafah dan Widya Susanti 2016, Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Pendapatan Laba (Studi Kasus Rumah Makan Cepat Saji Kfc Store Pondok Tjandra Surabaya), Skripsi, Universitas Bhayangkara, Surabaya.
- Sugiono, Arief: Yanuar Nanok Soenarno dan Synthia Madya Kusumawati. 2010. Akuntansi & Pelaporan Keuangan: Untuk Bisnis Skala Kecil dan Menengah, Jakarta: Grasindo.
- Sulistyowati, Leny. 2010. Memahami Laporan Keuangan. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- S R, Soemarso. 2009. Akuntansi Suatu Pengantar. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Sululing, Siswadi dan Doddy Asharudin 2016, Analisis Harga Pokok Penjualan Pada Laba Di Apotik Kimia Farma No. 66 Luwuk, Jurnal Ekonomi/Volume XXI, No.01, Maret 2016: 23-42.
- Sumaizar, 2019 Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Laba Penjualan Di Ud Mutiara Rambung Merah Kabupaten Simalungun, JAMIN, Volume 1, Nomor 1 Februari 2019.
- Supriyono. 2011. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Suwardjono. 2013. Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Swastha, Basu 2009, Manajemen Penjualan, Edisi 6, BPFE Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2018, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : WELLY ASNAKA
 N.P.M : 1612311077
 Spesialisasi : KEUANGAN DAN AUDIT
 Mulai Memprogram : Bulan Tahun
 Judul Skripsi : Pengaruh Penjualan dan Harga pokok
 Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih Pada PT. JAPTA
 COMFEED INDONESIA, TBK
 Pembimbing Utama : Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA
 Pembimbing Pendamping : Dr. Siti Rosyafah Dra. Ec, mm

No.	Tanggal Bimbingan	Materi	Pembimbing I	Pembimbing II
1	15/2/20	bab I - Acc	AS	
2	14/3/20	bab II - III → Revm konstruksikan by Pb Laminir	AS	
3	9/4/2020	I, II, III Revm		AS
4	13/4/2020	I, II, III Acc		AS
5	16/4/20	bab I - III Acc	AS	
6	17/4/20	bab IV - V & revm	AS	
7	19/6/20	IV - V Revm		AS
8	20/6/20	bab IV - V → ACC	AS	

Surabaya, 6 Januari 2019
 Mengetahui
 Ketua Program Studi Akuntansi

Arif Rahman, SE., M.Si
 NIDN. 0722107604

