

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi alam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dikaruniai sumber daya alam yang melimpah, terutama untuk barang tambang logam. Hampir berbagai jenis barang tambang logam di seluruh dunia dapat ditemukan di Indonesia, mulai dari emas, perak, tembaga, besi, nikel, timah, dll. Faktanya Indonesia memiliki salah satu tambang terbesar di dunia, khususnya Tambang Grasberg yang saat ini dikelola oleh PT Freeport Indonesia yang terletak di Wilayah Papua. Melimpahnya sumber daya alam merupakan anugerah dari Tuhan yang patut disyukuri oleh masyarakat Indonesia. Cara paling ideal untuk mensyukuri hal itu adalah menyikapi kekayaan alam ini dengan bijak dengan memikirkan dampak berkelanjutan bagi orang-orang di masa depan.

Nilai Ekspor Indonesia sendiri menurut data yang dilansir oleh BPS pada tahun 2024 mencapai US\$264,7 miliar atau naik 2,29% dibanding periode tahun 2023 yang sebesar US\$258,82 miliar. Demikian juga ekspor nonmigas mencapai US\$248,83 miliar atau naik 2,46%. Adapun sektor Industri pengolahan mencatat pertumbuhan paling tinggi diantara sektor nya. Tercatat nilai ekspor sektor pertambangan sebesar US\$46,57 ar pada 2024, turun 23,34% dari tahun sebelumnya. Melihat tren nya,



nilai ekspor sektor pertambangan dan lainnya menunjukkan penurunan 14,99% pada tahun 2019, dan 20,75% pada 2020. Namun, setelah itu nilainya meningkat dua tahun berturut-turut, yaitu naik 91,67% pada 2021 dan 70,13% pada 2022, kemudian kembali menurun 12,20% pada 2023 dan 23,34% pada 2024. Adapun, ekspor sektor pertambangan periode Januari-November 2024 berkontribusi sebesar 17,59% dari total nilai ekspor nonmigas nasional. Dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa sektor pertambangan Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap nilai keseluruhan komoditas Indonesia. Ekspansi jumlah barang tambang yang dikirim ini menunjukkan betapa melimpahnya produksi barang tambang di Indonesia.

PT Vale Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan tambang nikel terbesar di Indonesia. PT Vale Indonesia Tbk mampu menutup kegiatan usahanya dengan pendapatan yang sangat tinggi, mencapai US\$ 1.179.452 ribu, menurut *annual report* 2022. Pendapatan ini kembali meningkat di tahun 2023 mencapai US\$1.232.263 ribu atau naik 4,4%. Menurut penulis, berdasarkan laporan tahunan PT Vale Indonesia Tbk, kenaikan pendapatan tersebut dikarenakan fluktuasi harga jual barang nikel di pasar global. Harga jual rata-rata komoditas nikel mengalami kenaikan dari US\$ 14,309/ton pada 2021, dan turun menjadi US\$ 19.348/ton pada 2022.

Salah satu komoditas yang diperdagangkan secara global dengan harga jual yang mengacu pada *London Metal Exchange* (LME) adalah komoditas pertambangan nikel. Dikutip dari situs resmi LME "*London Metal Exchange is the world center for industrial metal trading. The prices*



discovered on our three trading platforms are used as the global reference price and both the metal and investment communities use the LME to transfer or take on risk, 24 hours a day". Ringkasnya, bisnis pertambangan nikel memperdagangkan produk mereka dengan memanfaatkan harga LME sebagai tolok ukur, khususnya untuk produk nikel yang diekspor. Harga referensi LME sering berfluktuasi dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran bursa.

Perusahaan yang memperdagangkan produknya menghadapi sejumlah masalah sebagai akibat dari fluktuasi harga referensi LME, terutama ketika harga referensi cenderung turun. Harga nikel sekitar US\$ 29.000/ton pada Februari 2008, menurut data dari situs resmi LME. Mereka terus turun hingga Februari 2016, ketika hanya US\$ 8.100/ton, atau turun sebesar 72%. Kejadian ini merupakan peringatan bagi para pelaku usaha pertambangan nikel, khususnya di Indonesia, karena dapat membahayakan kelangsungan usaha tersebut dalam jangka panjang.

Kasus yang dialami oleh PT Vale Indonesia Tbk menunjukkan tren penurunan harga komoditas nikel, yang mengacu pada LME menjadi penyebab turunnya profitabilitas perusahaan. Menurut informasi yang diambil dari situs resmi BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2014 dan dimuat dalam *Annual report* PT Vale Indonesia Tbk, harga jual rata-rata produk nikel mencapai US\$ 13.061/ton untuk satu volume produksi sebesar 78.726 ton. PT Vale Indonesia Tbk mampu mencatatkan laba

sih sebesar US\$ 171.146 ribu selama periode tersebut. Harga jual rata-rata PT Vale Indonesia Tbk turun 37,9% dari US\$13.061/ton menjadi \$8.106/ton, akibat penurunan harga nikel di LME dari tahun 2014 ke



2017. Akibat langsung dari hal tersebut, PT Vale Indonesia Tbk harus menghentikan semua operasi bisnis pada tahun 2017 karena kerugian sebesar \$15.222 ribu dolar AS. Sejak Juni hingga Juli 2018, harga komoditas nikel di LME terus meningkat hingga mencapai sekitar US\$16.000 per ton. Hal tersebut merupakan tren kenaikan yang nyata bagi pasar komoditas nikel dunia pada tahun 2018. Tren kenaikan harga nikel dunia pada tahun 2018 memiliki opsi untuk membawa angin segar ke PT Vale Indonesia Tbk, sehingga selama tahun 2018 Perusahaan menutup laporan kerjanya dengan keuntungan bersih sebesar US\$60.512 ribu.

Tabel 1.1 Laporan Pendapatan

Tahun	TOTAL PENDAPATAN
2024	\$ 950,388
2023	\$ 1,232,263
2022	\$ 1,179,452
2021	\$ 953,174
2020	\$ 764,744
2019	\$ 782,012
2018	\$ 766,900
2017	\$ 629,334
2016	\$ 584,143
2015	\$ 789,745
2014	\$ 1,038,082
2013	\$ 921,638
2012	\$ 967,327
2011	\$ 1,242,555
2010	\$ 1,276,323
2009	\$ 762,952

Penulis mengkaji beban pokok pendapatan (*Cost of Revenue*) dan variabel lain yang tampaknya berdampak pada profitabilitas perusahaan selain perubahan harga jual yang mengacu pada bursa komoditas tambang nikel dunia di LME. Salah satu biaya yang memberikan kontribusi paling besar terhadap total biaya perusahaan manufaktur untuk menghasilkan pendapatan adalah beban pokok pendapatan. Total beban pokok



pendapatan pada tahun 2021, menurut informasi dari laporan keuangan PT Vale Indonesia Tbk adalah sebesar US\$ 885.24.000. Jelas dari data ini bahwa persentase pengaruh beban pokok pendapatan sangat besar terhadap pendapatan perusahaan.

Penulis memilih variabel beban pokok pendapatan karena berdampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan, dikarenakan perubahan beban pokok pendapatan yang terjadi dengan fluktuasi harga jual nikel pada LME akan sangat mempengaruhi Profitabilitas PT Vale Indonesia Tbk. Karena harga jual tidak berdasarkan biaya produksi melainkan harga nikel global di LME, maka harga jualnya sendiri berfluktuasi yang menyebabkan harga jual produk tidak sesuai dengan variasi perubahan beban pokok pendapatan. Sehingga dengan asumsi nilai jual yang menjadi acuan tersebut sudah tidak ekonomis lagi, karena perusahaan harus tetap menjual produknya pada tingkat harga tertentu karena dibatasi oleh perjanjian yang dibuat dengan perusahaan mitra dagang PT Vale Indonesia Tbk yakni Vale Canada Restricted (VCL) dan Sumitomo Metal Mining Co.Ltd. (SMM). Berbeda dengan bisnis secara keseluruhan yang mendasarkan harga jual pada biaya produksi serta total margin laba bersih yang diharapkan dapat dicapai. Karena faktor-faktor tersebut maka penulis memilih beban pokok pendapatan sebagai variabel yang dapat memprediksi profitabilitas perusahaan.

Volume Penjualan adalah tingkat penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Penjualan adalah proses penting yang sangat perlu perusahaan lakukan yaitu dengan cara menawarkan produk yang dihasilkannya. PT Vale Indonesia Tbk yang



merupakan salah satu Perusahaan Tambang di Indonesia yang menawarkan Nikel Matte ke pasar dunia, yang dalam aktivitasnya melakukan penjualan dengan berdasarkan Harga di LME. Semakin tinggi volume penjualan maka semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan jika harga jual yang diharapkan dapat tercapai. Hal ini dapat dilihat dari *Annual report* PT Vale Indonesia Tbk, yang berhasil menghasilkan pendapat sebesar US\$ 1.179.452 ribu pada tahun 2025 dengan volume penjualan sebesar 60.960ton dan meningkat menjadi US\$ 1.232.263 ribu dengan volume penjualan sebesar 71,108 ton. Hal ini tentunya tidak terlepas dari fluktuasi harga jual yang terjadi pada setiap periode. Untuk itu Penulis memilih variabel Volume penjualan dikarenakan berdampak langsung pada tingkat profitabilitas perusahaan, dimana jika volume penjualan tinggi dengan kondisi harga jual yang rendah akan sangat berdampak pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, begitu sebaliknya.

Yang membuat kasus PT Vale Indonesia Tbk menarik bagi penulis dari segi komponen pendapatan adalah harga jualnya tidak ditentukan oleh perusahaan. Dalam kebanyakan kasus, bisnis lain dalam menentukan dan menetapkan harga jual didasarkan total biaya ditambah target laba yang ingin dicapai. Dengan berdasarkan tren harga LME, bisa saja harga jual di PT Vale Indonesia Tbk, mungkin lebih rendah dari total biaya. Dari sisi total biaya, ada juga aspek yang sulit dikendalikan oleh bisnis, seperti harga bahan bakar dan batubara yang digunakan dalam produksi nikel. Selain itu, laporan tahunan PT Vale Indonesia Tbk menjelaskan bahwa faktor-faktor utama yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan adalah: perubahan permintaan global dan harga nikel, serta



harga dan konsumsi bahan bakar, kebijakan pemerintah, dan nilai tukar mata uang.

Penelitian ini adalah pengembangan dari penelitian (Ara Miten et al., 2024) yang meneliti tentang pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap tingkat keuntungan *Home Industry*. Perbedaan penelitian ini adalah pada variabel yang ditambahkan dan sampel data yang digunakan, yaitu Annual Report PT Vale Indonesia Tbk (2009-2023). Pada penelitian (Ara Miten et al., 2024) hasil penelitiannya menyebutkan “bahwa harga jual dan biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat keuntungan *Home Industry*.” Pada penelitian sebelumnya disarankan untuk meneliti pada cakupan variabel yang lebih luas dan rinci. Untuk itu Penulis terdorong untuk mengkaji dan memaparkan pengaruh harga jual, volume penjualan dan beban pokok pendapatan terhadap profitabilitas PT Vale Indonesia Tbk melalui hubungan antara perubahan harga jual yang mengacu pada bursa komoditas tambang nikel dunia, Volume penjualan dan beban pokok pendapatan. Kemudian pada kesimpulannya dapat memberikan solusi bagi perusahaan untuk mengatasi masalah ini, dalam aspek manajemen keuangan sesuai dengan disiplin ilmu penulis. Berdasarkan uraian di atas, penulis sangat tertarik untuk meneliti dengan mengajukan proposal penelitian yang berjudul **"Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Beban Pokok Pendapatan terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada PT Vale Indonesia Tbk)"**.



1.2 Rumusan Masalah

Menghasilkan uang adalah salah satu alasan utama perusahaan menjalankan bisnisnya. Setelah menghasilkan laba, perusahaan dapat mengembalikan sebagiannya kepada pemilik perusahaan, yang disebut pemegang saham, atau menggunakannya untuk berinvestasi dalam proyek baru, mendapatkan lebih banyak uang, dan memenuhi kebutuhan perusahaan di masa mendatang. Jika perusahaan tidak menghasilkan laba dari pekerjaannya, perusahaan tidak akan memiliki cukup uang untuk memenuhi kebutuhannya, yang dapat memperburuk kinerja perusahaan secara keseluruhan..

Hal utama yang penulis coba bahas dalam studi ini adalah seberapa besar harga jual, berapa banyak barang yang terjual, dan biaya pembuatan barang-barang tersebut memengaruhi laba perusahaan. Total uang yang diperoleh perusahaan dalam waktu tertentu ditemukan dengan mengalikan harga setiap barang yang dijual dengan jumlah total barang yang terjual. Harga jual sangat penting dalam hal ini. Jika perusahaan menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dan menjual lebih banyak barang, ia menghasilkan lebih banyak uang. Tetapi jika harganya lebih rendah dan mereka masih menjual banyak, biaya pembuatan barang-barang tersebut naik. Ini karena biaya barang yang dijual bergantung pada berapa banyak barang yang dibuat, bukan berapa harganya. Hal ini dapat menyebabkan masalah bagi perusahaan karena uang yang mereka hasilkan mungkin

tidak cukup untuk membayar semua biaya mereka, yang menyebabkan kerugian.



Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga jual berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
2. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
3. Apakah beban pokok pendapatan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian.

Berdasarkan pada rumusan masalah yang disebutkan diatas maka penelitian yang ingin dicapai penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh harga jual terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas perusahaan.
3. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh beban pokok pendapatan terhadap profitabilitas perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dengan harapan memiliki kegunaan yaitu sebagai berikut.



1.4.1 Kegunaan Teoritis

Peneliti dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan dan pengembangan teori di bidang manajemen keuangan terkait dengan pengaruh harga jual yang mengacu pada harga bursa komoditas tambang dunia di LME bagi perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan, serta pengaruh volume penjualan dan pengaruh beban pokok pendapatan terhadap profitabilitas perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis.

1. Pihak penulis, kegunaan yang akan diperoleh penulis adalah bertambahnya pengetahuan tentang aplikasi ilmu manajemen keuangan terkait masalah yang dihadapi oleh PT Vale Indonesia Tbk.
2. Bagi pihak perusahaan PT Vale Indonesia Tbk, dengan adanya penelitian ini perusahaan akan memperoleh alternatif solusi untuk menghadapi permasalahan tersebut, serta perusahaan akan memperoleh masukan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.
3. Pihak pemerintah, dengan adanya penelitian ini pemerintah selaku regulasi akan memahami serta dapat berkontribusi melalui berbagai regulasi yang mampu membantu perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan seperti PT Vale Indonesia Tbk dalam menghadapi permasalahan diatas, mengingat faktor gas nikel dunia yang sifatnya uncontrollable.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Signaling*

Menurut Brigham dan Houston (2011) dalam (Noval Kurniawan, 2016) "isyarat atau *signal* adalah Perusahaan berbagi informasi dengan investor untuk menunjukkan bagaimana perasaan manajemen tentang masa depan perusahaan. Informasi ini membantu menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen untuk memenuhi harapan pemilik. Informasi yang diberikan perusahaan penting karena memengaruhi keputusan orang-orang di luar perusahaan. Informasi ini penting bagi investor dan pelaku bisnis lainnya karena memberi tahu mereka tentang masa lalu, masa kini, dan masa depan perusahaan, serta bagaimana hal itu dapat memengaruhi perusahaan.

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan ingin berbagi informasi keuangan dengan pihak luar. Perusahaan ingin berbagi informasi karena terdapat kesenjangan pengetahuan antara perusahaan dan pihak luar. Perusahaan lebih mengetahui tentang dirinya sendiri dan masa depannya daripada investor atau kreditor. Jika pihak luar tidak memiliki cukup informasi, mereka mungkin berhati-hati dan menawarkan harga yang rendah. Perusahaan dapat meningkatkan nilai mereka dengan



mengurangi kesenjangan pengetahuan ini. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan mengirimkan sinyal kepada pihak luar.

Teori sinyal menyatakan bahwa manajer mengirimkan sinyal untuk membantu mengurangi kesenjangan informasi antara mereka dan investor. Ketika orang berinvestasi di pasar saham, mereka melihat berbagai hal, seperti seberapa baik kinerja keuangan suatu perusahaan. Profitabilitas menunjukkan berapa banyak uang yang dihasilkan perusahaan dalam periode waktu tertentu.

Penelitian ini berkaitan dengan teori sinyal karena ketika sebuah perusahaan sangat menguntungkan, ia mengirimkan sinyal positif tentang masa depannya. Investor kemudian mungkin percaya bahwa perusahaan tersebut berkinerja baik dan memutuskan untuk berinvestasi lebih banyak, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kemungkinan lebih baik daripada yang lain, berdasarkan tanda-tanda lainnya.

2.1.2 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah kegiatan mengelola dana dan aset perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan. Tujuannya adalah untuk memastikan kelancaran operasi bisnis dan penggunaan sumber daya yang optimal.

2.1.2.1 Definisi Manajemen Keuangan



Menurut Purba dkk. (2021:114), "manajemen keuangan adalah ses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian iatan keuangan, seperti mendapatkan dan menggunakan uang

perusahaan." Anwar (2019:5) mengatakan, "manajemen keuangan adalah bidang yang mengkaji cara mengelola uang perusahaan, termasuk mencari sumber uang, menggunakan uang secara bijaksana, dan membagi keuntungan perusahaan."

Kata "manajemen keuangan" berasal dari kata "manajemen" yang berarti mengurus sesuatu, dan "keuangan" yang merujuk pada hal-hal yang berkaitan dengan uang, seperti mendapatkan dana, berinvestasi, dan modal. Jadi, singkatnya, manajemen keuangan berarti semua kegiatan yang terlibat dalam mengelola uang, mulai dari mencari sumber uang, menggunakan uang dengan cara terbaik, dan menempatkan uang dalam investasi untuk mencapai tujuan perusahaan (Armereo dkk., 2020:1). Irfani (2020:11) juga mengatakan bahwa manajemen keuangan adalah pekerjaan mengelola uang perusahaan, yang melibatkan pencarian dan penggunaan uang secara cerdas dan efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.

Jatmiko (2017:1) mengatakan, "Bidang manajemen keuangan melibatkan perencanaan, pengarahan, pencatatan, pengaturan, dan pengelolaan uang perusahaan." Wijaya (2017:2) menambahkan, "Bidang manajemen keuangan mencakup hal-hal seperti penganggaran, perencanaan keuangan, penanganan kas, pengelolaan kredit, melakukan analisis investasi, dan bekerja untuk mendapatkan uang." Anwar (2019) menjelaskan, "Manajemen keuangan adalah bidang yang membahas cara menangani uang perusahaan, termasuk mencari tahu dari mana uang itu asal, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana membagi keuntungan perusahaan."



Selanjutnya dan yang terakhir menurut Hanafi (2015:2) “Manajemen keuangan merupakan rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, staffing, pelaksanaan, dan pengendalian fungsi-fungsi keuangan.” Sehingga dari berbagai pendapat tentang pengertian manajemen keuangan, penulis sendiri berpendapat bahwa manajemen keuangan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari persiapan keuangan, pelaksanaan, hingga penilaian yang berkaitan dengan pelaksanaan manajemen keuangan dalam mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan.

2.1.2.2 Fungsi manajemen keuangan.

Nurdiansyah dan Rahman (2019:74) menyatakan bahwa fungsi manajemen keuangan adalah :

1. Perencanaan Keuangan dan Anggaran (*Budgeting*)

Semua kegiatan perusahaan yang melibatkan penggunaan anggaran perusahaan digunakan untuk semua kegiatan dan kepentingan perusahaan. Dengan perencanaan dan pertimbangan yang cermat, laba dapat dimaksimalkan dan anggaran dapat diminimalkan tanpa memengaruhi hasil.

2. Pengendalian (*Controlling*)

Tindakan pengawasan dilakukan di semua aspek manajemen keuangan, termasuk bagaimana uang didistribusikan dan bagaimana pembukuan dicatat. Setelah itu, evaluasi keuangan dilakukan, yang dapat digunakan sebagai panduan untuk merencanakan kegiatan perusahaan di masa mendatang.



3. Pemeriksaan (*Auditing*)

Semua pemeriksaan internal yang dilakukan untuk setiap jenis aktivitas manajemen keuangan mengikuti aturan akuntansi yang tepat, dan tidak ada kesalahan atau kekeliruan yang ditemukan.

4. Pelaporan (*Reporting*)

Setiap tahun, manajemen keuangan melibatkan pembuatan laporan keuangan yang membantu dalam memahami rasio laba rugi perusahaan.

Sedangkan menurut Aisyah et al., (2020:21) fungsi-fungsi manajemen secara umum adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan mulai dari arus kas sampai dengan laba rugi perusahaan.
2. Penganggaran mulai dari perencanaan sampai dengan pengalokasian supaya efisiensi dan efektivitas anggaran biaya tercapai.
3. Pengawasan ditujukan untuk mengevaluasi dan melakukan perbaikan.
4. Pengauditan perusahaan bentuknya adalah audit internal yang harus dilakukan untuk menguji kesesuaian objek dengan standar akuntansi/ketentuan yang berlaku dan memastikan tidak terjadinya penyimpangan.
5. Pelaporan adalah melaporkan keadaan keuangan perusahaan dan analisis rasionya.

2.1.3 Laporan Keuangan

2.1.3.1 Definisi Laporan Keuangan



Ketika melakukan aktivitas bisnisnya, suatu entitas secara periodik menyiapkan laporan keuangan (*financial statement*) untuk menyajikan data

dan informasi bagi para penggunanya. Untuk dapat memahami pengertian dari laporan keuangan, dibawah ini beberapa pendapat dari para ahli:

- a. Menurut SAK No. 1 (2018:3) "laporan keuangan merupakan penyajian terstruktur mengenai posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas."
- b. Menurut Raymond Budiman (2020:3) "Laporan keuangan merupakan dokumen yang menggambarkan posisi keuangan dan kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu."
- c. Menurut Kasmir (2019:7) "Laporan keuangan merupakan laporan yang memperlihatkan posisi keuangan suatu entitas pada periode itu atau untuk waktu tertentu."
- d. Menurut Werner R. Murhadi (2019:1) "laporan keuangan merupakan bentuk bahasa bisnis. Laporan keuangan memberikan data yang terolah kepada pengguna tentang posisi keuangan perusahaan. Memahami laporan keuangan perusahaan memungkinkan pemangku kepentingan yang berbeda untuk memahami posisi keuangan perusahaan."
- e. Menurut Sujarweni (2019:12) "Laporan keuangan adalah catatan mengenai informasi keuangan suatu entitas pada waktu periode tertentu dan dapat memberikan informasi mengenai kinerja keuangan entitas."

Penulis percaya bahwa analisis laporan keuangan adalah tentang melacak berbagai perubahan dalam situasi keuangan perusahaan selama periode waktu tertentu dan memahami bagaimana perubahan ini terhubung

dengan aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya.



2.1.3.2 Tujuan laporan keuangan

Menurut Kasmir (2019:11) adapun tujuan melakukan laporan keuangan adalah untuk beberapa maksud berikut, yaitu:

1. untuk memahami kondisi posisi keuangan entitas selama rentang waktu tertentu, termasuk mengetahui jumlah aset, kewajiban, modal, dan hasil dari operasi entitas;
2. untuk memahami kekuatan dan kelemahan perusahaan;
3. untuk menentukan tindakan korektif yang perlu diambil perusahaan kedepannya terhadap posisi keuangannya saat ini;
4. untuk mengevaluasi kinerja manajemen, apakah berhasil atau gagal, dan langkah-langkah yang diperlukan manajemen untuk kedepannya;
5. untuk dijadikan perbandingan dengan perusahaan sejenis dalam hal kinerja yang dicapai.

2.1.3.3 Unsur-unsur laporan keuangan.

Menurut PSAK No.1 (2015:2) dalam praktiknya, secara umum ada lima macam jenis laporan keuangan yang biasa disusun, yaitu:

1. Laporan posisi keuangan pada akhir periode
2. Laporan laba rugi komprehensif selama periode.
3. Laporan perubahan ekuitas selama periode
4. Laporan arus kas selama periode
5. Catatan atas laporan keuangan, berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi penjelasan lainnya.



2.1.4 Analisis Laporan Keuangan

2.1.4.1 Definisi Analisis Laporan Keuangan.

Menurut Hery (2018:113), “Analisis laporan keuangan adalah proses memecah laporan keuangan menjadi bagian-bagiannya dan melihat setiap bagian dengan cermat untuk memahami laporan keuangan dengan baik dan akurat.” Di sisi lain, Subramanyam (2019), sebagaimana dikutip dalam Ramadhan dkk. (2024), mengatakan, “Analisis laporan keuangan adalah menggunakan alat dan teknik untuk melihat laporan keuangan dengan data relevan yang memiliki tujuan umum, yang membantu dalam membuat estimasi dan kesimpulan yang berguna untuk analisis bisnis.” Dari uraian di atas, analisis laporan keuangan berarti menggunakan alat dan teknik untuk memeriksa data keuangan perusahaan untuk memahami seberapa baik kinerja laporan keuangan perusahaan. Hal ini membantu dalam membuat keputusan yang lebih baik dan memungkinkan pengguna untuk lebih memahami informasi keuangan yang disajikan dalam bisnis mereka.

2.1.4.2 Tujuan Analisis Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2019:68) adapun tujuan melakukan hal ini adalah untuk beberapa maksud berikut, yaitu:

1. untuk memahami kondisi posisi keuangan entitas selama rentang waktu tertentu, termasuk mengetahui jumlah aset, kewajiban, modal, dan hasil dari operasi entitas;
2. untuk memahami kekuatan dan kelemahan perusahaan;
3. untuk menentukan tindakan korektif yang perlu diambil perusahaan kedepannya terhadap posisi keuangannya saat ini;



4. untuk mengevaluasi kinerja manajemen, apakah berhasil atau gagal, dan langkah-langkah yang diperlukan manajemen untuk kedepannya;
5. untuk dijadikan perbandingan dengan perusahaan sejenis dalam hal kinerja yang dicapai

2.1.4.3 Teknik Analisis Laporan Keuangan

Menurut Munawir (2015:196), terdapat dua metode yang digunakan dalam menganalisis laporan keuangan: analisis horizontal, yang juga disebut teknik longitudinal, dan analisis vertikal, yang juga dikenal sebagai teknik cross-sectional. Analisis horizontal membandingkan laporan dari periode yang berbeda untuk melihat perubahan yang terjadi seiring waktu. Hal ini dilakukan dengan melihat akun-akun yang sama pada setiap periode. Analisis vertikal digunakan ketika laporan keuangan hanya mencakup satu periode. Dalam metode ini, akun-akun yang berbeda dalam laporan yang sama dibandingkan untuk memahami posisi atau kinerja keuangan selama periode tersebut. Teknik-teknik yang digunakan untuk menganalisis informasi adalah sebagai berikut.

1) Analisis horizontal.

a. Analisis Perbandingan (*Comparison Analysis*).

Analisis komparatif adalah metode yang digunakan untuk membandingkan laporan keuangan dari dua periode waktu yang berbeda, biasanya tidak lebih dari tiga periode. Dengan memeriksa angka-angka dalam laporan keuangan ini, Anda dapat melihat perubahan apa yang terjadi. Kemudian, Anda akan menyelidiki mengapa perubahan tersebut terjadi dan apa dampaknya.



b. Analisis tren (*Trend Analyst*)

Analisis tren adalah metode yang digunakan untuk mengetahui apakah kondisi keuangan perusahaan tetap sama, membaik, atau memburuk seiring waktu. Layaknya analisis komparatif, analisis tren paling efektif ketika melihat informasi keuangan dari lebih dari tiga periode waktu yang berbeda.

2) Analisis vertikal.

a. Analisis Persentase per Komponen (*Common Size Analyst*)

Common size analyst adalah Cara untuk mengetahui berapa persen setiap aset dari total aset, dan juga untuk mengetahui bagaimana modal disusun dan bagaimana harga ditetapkan berdasarkan jumlah penjualan.

b. Analisis Rasio (*Ratio Analyst*)

Analisis rasio membandingkan berbagai bagian laporan keuangan yang saling terkait sehingga bermakna. Misalnya, rasio laba kotor menunjukkan seberapa besar laba kotor yang dihasilkan perusahaan dibandingkan dengan penjualannya, dengan membagi penjualan dengan laba kotor.

c. Analisis Arus Kas (*Cash flow Analyst*)

Analisis arus kas adalah cara untuk mengetahui mengapa jumlah kas berubah atau untuk mengetahui dari mana kas itu berasal dan di mana kas itu digunakan selama waktu tertentu.



2.1.5 Analisis Profitabilitas

2.1.5.1 Definisi Analisis Profitabilitas

Menurut Yahya (2016:6), profitabilitas perusahaan berarti kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba operasi, menggunakan asetnya secara efisien untuk menghasilkan laba, dan mendapatkan pengembalian yang wajar atas uang yang telah diinvestasikannya. Santoso dan Priatinah (2016) mengatakan profitabilitas adalah tentang seberapa baik perusahaan menghasilkan laba yang terkait dengan penjualan, total aset, dan ekuitasnya.

Profitabilitas menunjukkan berapa banyak laba bersih yang dapat dihasilkan perusahaan selama operasinya. Ririt dan Hermanto (2021) menjelaskan bahwa profitabilitas menunjukkan seberapa baik modal yang ditanamkan dalam total aset dapat menghasilkan laba bagi investor. Prihadi (2012:258) mengatakan profitabilitas adalah tentang kemampuan untuk menghasilkan laba. Laba suatu perusahaan dapat ditemukan dengan membandingkan labanya dengan total aset dan modalnya. Penulis melihat profitabilitas sebagai cara untuk mengukur seberapa baik perusahaan menggunakan semua sumber dayanya untuk menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu..

2.1.5.2 Tujuan Analisis Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015:197) tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas yaitu:



Menilai laba yang dicapai perusahaan dalam selama periode tertentu.

- b. Menilai posisi laba perusahaan dari tahun sebelumnya hingga tahun sekarang.
- c. Mengukur perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan ekuitas.
- e. Mengukur hutang dan modal ekuitas yang digunakan untuk mengukur produktivitas seluruh perusahaan.
- f. Mengukur produktivitas total aset perusahaan yang digunakan termasuk ekuitas.

2.1.5.3 Indikator Profitabilitas

Terdapat berbagai jenis indikator yang digunakan dalam analisis profitabilitas, dan semuanya diukur melalui rasio keuangan. Sebagaimana dijelaskan Kasmir (2015:104), "rasio keuangan adalah ketika Anda membandingkan angka-angka dari laporan keuangan dengan membagi satu angka dengan angka lainnya." Salah satu jenis rasio keuangan adalah rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan seberapa baik kinerja manajemen perusahaan, berdasarkan laba yang diperoleh dari penjualan atau pendapatan investasi. Terdapat berbagai jenis rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan.

Menurut Kasmir (2019:201) standar pengukuran di dalam rasio Profitabilitas antara lain:

a. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Terdapat dua rumus untuk mencari Profit margin, yaitu:



a) Untuk margin laba kotor,

$$PROFIT MARGIN = \frac{PENJUALAN BERSIH - HPP}{SALES}$$

b) Untuk margin laba bersih

$$NET PROFIT MARGIN = \frac{EARNING AFTER INTEREST AND TAX (EAIT)}{SALES}$$

b. *Return on Investment (ROI)*

Hasil pengembalian investasi atau ROI merupakan rasio yang menunjukkan hasil return atas jumlah aktiva yang digunakan di dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumus untuk mencari ROI dapat digunakan sebagai berikut:

$$RETURN ON INV ESTMENT = \frac{EARNING AFTER INTEREST AND TAX (EAIT)}{TOTAL ASSETS}$$

c. *Return on Equity (ROE)*

Hasil pengembalian ekuitas atau ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri, rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Rumus untuk mencari ROE dapat digunakan sebagai berikut:

$$RETURN ON EQUITY = \frac{EARNING AFTER INTEREST AND TAX}{EQUITY}$$

d. Laba per lembar saham.

Rasio laba per lembar saham atau biasanya disebut dengan rasio nilai buku adalah rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rumus untuk mencari ROE dapat digunakan sebagai berikut



$$LABA \text{ PER LEMBAR SAHAM} = \frac{LABA \text{ SAHAM BIASA}}{SAHAM \text{ BIASA YANG BEREDAR}}$$

2.1.6 Harga Jual

2.1.6.1 Definisi Harga Jual

Kata "harga" sering digunakan ketika orang membeli atau menjual sesuatu, seperti produk atau jasa. Biasanya, penjual menentukan harga jual suatu barang, dan mereka mendapatkan keuntungan dari harga tersebut. Di sisi lain, pembeli membayar harga tersebut untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Menurut Kotler (2010) dalam (Wagiyo et al., 2019) "harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu". Sedangkan Menurut Buchari Alma (2016: 169) "Harga (*Price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang". Kemudian menurut (I Gusti Bagus Angga Pratama & I Gusti Bagus Wiksuana, 2023)ambar "Harga Jual adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu komoditi sebagai informasi dari produsen, dimana tinggi rendahnya harga tersebut tergantung oleh pemerintah dan penawaran di pasar." Penulis sendiri menganggap harga jual sebagai suatu nilai dalam bentuk sejumlah uang yang mewakili kesepakatan untuk menyediakan suatu produk kepada konsumen. Jadi, harga adalah nilai moneter yang dibayarkan konsumen kepada penjual untuk barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu produk sebagaimana ditentukan oleh penjual.

2.1.6.2 Keputusan Penentuan Harga Jual



Secara umum, harga jual suatu produk atau jasa bergantung pada berapa banyak orang menginginkannya dan seberapa banyak stok yang

tersedia. Jadi, biaya produksi atau penyediaan produk bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan harga jual. Sulit bagi manajer untuk mengetahui secara pasti seberapa besar keinginan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Karena itu, manajer sering kali menghadapi banyak ketidakpastian saat menentukan harga jual. Hal-hal seperti apa yang disukai pelanggan, berapa banyak pesaing yang ada, dan berapa harga yang dikenakan oleh pesaing tersebut sulit diprediksi dan dapat memengaruhi harga di pasar. Satu hal yang lebih pasti adalah biaya. Biaya memberikan gambaran dasar tentang berapa harga jual yang seharusnya. Jika suatu produk dijual dengan harga di bawah biayanya, perusahaan mengalami kerugian. Menjual dengan kerugian dalam jangka waktu yang lama dapat menghambat pertumbuhan perusahaan. "Oleh karena itu penentuan Harga bisa meningkatkan taraf hidup usaha yang telah dijalankan oleh perusahaan tersebut. Sebab konsumen memutuskan untuk membeli dipengaruhi oleh harga jual" (Andilan et al., 2021)

2.1.6.3 Penentuan Harga Jual Melalui Informasi Biaya Penuh (*Full Cost*)

Mulyadi (2010), sebagaimana disebutkan dalam Laode (2020:23), menyatakan bahwa "dalam kondisi normal, harga jual suatu produk atau jasa seharusnya dapat menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membuatnya dan juga menghasilkan laba yang sesuai dengan target." Biaya Penuh (*Full Cost*) berarti jumlah total sumber daya yang dikeluarkan untuk menciptakan suatu produk, dan biaya ini perlu ditutupi oleh uang yang diperoleh dari penjualan produk tersebut. Selain itu, harga jual seharusnya menghasilkan laba yang cukup berdasarkan jumlah investasi yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Informasi Biaya Penuh



membantu manajer menentukan harga jual yang tepat, dan berikut manfaat yang dapat diperoleh.

- 1) Biaya Penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh manajer dalam mengambil keputusan.
- 2) Biaya Penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
- 3) Biaya Penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga memahami struktur biaya perusahaan pesaing.
- 4) Biaya Penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan dalam memasuki pasar.

2.1.6.4 Sasaran Penetapan Harga Jual

Dalam menetapkan harga jual pastinya memiliki sasaran atau tujuan yang akan dicapai. Menurut Machfoedz (2009) dalam Laode (2020:24) Sasaran Penetapan harga jual terdiri atas tiga sasaran yaitu sebagai berikut

- 1) Sasaran yang Berorientasi pada Laba

Harga Jual merupakan persentase tambahan dari total biaya suatu produk yang tentunya diatur sesuai dengan tingkat laba yang ingin dicapai sehingga orientasi laba merupakan sasaran penetapan harga jual.

- 2) Sasaran yang Berorientasi Penjualan

Sasaran Penetapan harga jual juga memperhatikan aspek penjualan produk, harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat pada penurunan penjualan sehingga seluruh produk yang diproduksi semuanya tidak



laku terjual. Oleh karena itu pencapaian penjualan produk juga menjadi sasaran penetapan harga jual. Jika harga jual telah sesuai sehingga senantiasa mencapai target penjualan, hal tersebut tentunya akan mendorong perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang.

3) Sasaran yang Berorientasi pada Citra (*Prestise*)

Prestise suatu harga jual yang tinggi umumnya digunakan untuk membangun atau mengembangkan citra dari kualitas dan eksklusivitas suatu merek. Melalui penentuan harga jual yang tepat, para produsen dapat dengan mudah membangun citra dari merek produknya.

Kemudian tujuan penetapan harga jual menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Laode (2020:25) adalah sebagai berikut.

1) Menjamin Kelangsungan Hidup Perusahaan.

Untuk terus eksis dan bertahan dalam persaingan bisnis perusahaan tentunya perlu menetapkan harga yang bersaing sesuai segmen pasarnya. Jika perusahaan menetapkan harga yang tidak sesuai, maka justru sasaran penetapan harga jual tersebut tidak akan tercapai.

2) Memaksimalkan Volume Penjualan, Pendapatan dan Laba

Penetapan harga jual juga ditujukan untuk memaksimalkan volume penjualan, Pendapatan dan laba. Melalui penetapan harga yang lebih ekonomis maka volume penjualan yang lebih tinggi akan mudah dicapai. Kemudian dengan penetapan harga yang lebih tinggi dapat mendongkrak pendapatan dan laba perusahaan.

Kepercayaan Mutu Produk.

Melalui penetapan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen terhadap mutu produk, perusahaan akan dengan mudah memimpin



pasar dari segi mutu karena harga mampu merepresentasikan mutu dari produk.

2.1.6.5 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Menurut Basu Swasta dan Irawan (2008), sebagaimana disebutkan dalam Chandra (2021:15), "Banyak hal yang dapat memengaruhi penetapan harga, seperti kondisi ekonomi, seberapa besar keinginan masyarakat terhadap suatu produk, berapa biaya produksinya, berapa jumlah yang tersedia, apa yang ingin dicapai oleh pelaku usaha, dan apa yang dilakukan pemerintah.".

a. Kondisi Ekonomi

Hal-hal seperti pertumbuhan ekonomi yang pesat atau melambat, suku bunga, dan inflasi dapat memengaruhi penetapan harga. Faktor-faktor ini mengubah cara pandang masyarakat terhadap nilai suatu produk dan biaya produksinya.

b. Permintaan dan Penawaran

Permintaan adalah seberapa banyak produk yang bersedia dibeli masyarakat pada harga tertentu. Biasanya, semakin rendah harganya, semakin banyak masyarakat yang ingin membelinya. Penawaran adalah seberapa banyak penjual bersedia menawarkan pada harga tertentu. Biasanya, semakin tinggi harganya, semakin banyak penjual yang bersedia menjual.

c. Elastisitas Permintaan

Hal lain yang memengaruhi penetapan harga adalah seberapa besar keinginan masyarakat terhadap suatu produk. Hal ini tidak hanya memengaruhi harga, tetapi juga jumlah produk yang dapat dijual.



Untuk beberapa produk, ketika harga naik, penjualan turun, dan ketika harga turun, penjualan naik.

d. Persaingan Harga Jual

Banyak produk dipengaruhi oleh tingkat persaingan pasar. Misalnya, produk pertanian dijual dalam situasi yang disebut persaingan murni. Dalam jenis persaingan ini, terdapat banyak penjual dan banyak pembeli. Karena banyaknya penjual, sulit bagi satu penjual untuk menetapkan harga yang lebih tinggi daripada yang lain. Jenis persaingan lain juga dapat terjadi, seperti persaingan tidak sempurna, oligopoli, dan monopoli.

e. Biaya

Biaya penting dalam menentukan harga suatu produk. Jika harga tidak cukup untuk menutupi biaya, bisnis akan merugi. Namun, jika harga lebih tinggi dari semua biaya, termasuk biaya pembuatan produk, operasional bisnis, dan biaya lainnya, maka bisnis akan memperoleh keuntungan.

f. Tujuan Pelaku Usaha

Penetapan harga suatu produk sering kali berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh suatu bisnis. Bisnis yang berbeda mungkin memiliki tujuan yang berbeda pula. Sasaran ini mungkin termasuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya, menjual sejumlah produk tertentu, menguasai pasar, atau memperoleh hasil baik atas uang yang diinvestasikan dalam waktu tertentu.



g. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah memainkan peran kunci dalam penetapan harga. Hal ini dapat dilakukan melalui penetapan batasan harga tinggi atau rendah, pemberian harga yang berbeda untuk kelompok yang berbeda, dan metode lain yang mendukung atau mencegah satu perusahaan memiliki kendali yang terlalu besar atas pasar.

h. Citra atau Kesan Publik

Bagaimana masyarakat memandang suatu produk atau layanan dapat memengaruhi harganya. Barang yang dikenal luas atau dipercaya oleh masyarakat biasanya harganya lebih mahal daripada produk atau layanan baru atau yang kurang dikenal.

2.1.6.6 Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2010) dalam Laode (2020:27) “Dalam keadaan normal, harga jual harus menutupi semua biaya dan memungkinkan perusahaan memperoleh laba atas investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual suatu produk tidak ditetapkan untuk menutupi semua biaya penuh, tetapi berfungsi untuk menutupi biaya variabelnya, sehingga masih dapat memberi kontribusi dalam menutup biaya tetapnya.” Di bawah ini kami membahas beberapa metode untuk menentukan harga jual perusahaan. Adapun Terdapat empat metode dalam penetapan harga jual perusahaan, yaitu penetapan harga jual secara normal, penetapan harga jual berdasarkan kontrak, dan penetapan harga jual pesanan khusus serta penetapan harga jual berdasarkan pemerintah. Keempat metode penetapan harga jual tersebut menggunakan biaya sebagai patokan dalam merumuskan kebijakan harga jual.



1) Metode Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode Penentuan Harga Jual Normal umumnya disebut dengan istilah Cost Plus Pricing, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa depan dengan suatu persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang Diharapkan}$$

2) Penentuan Harga Jual Tipe Kontrak (*Cost-Type Contract Pricing*)

Cost-Type Contract Pricing merupakan kontrak pembuatan produk yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya tersebut. Metode Penentuan harga jual ini ditentukan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya Sesungguhnya} + (\text{Total Biaya Sesungguhnya} \times \text{Tingkat Persentase Keuntungan yang Disepakati})$$

3) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan Khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Umumnya pelanggan yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga jual yang dibawah harga normal dikarenakan jumlah unit perannya yang banyak. Sehingga ada



beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh manajer dalam menentukan harga jual pada pesanan khusus yaitu sebagai berikut.

- a. Pesanan Khusus tidak di wajib dihargai seluruh biaya tetap, selama harga jual berada diatas biaya variabel nya, pesanan tersebut tentunya akan tetap memberi kontribusi pada total biaya tetap nya. Hal tersebut diasumsikan jika pesanan reguler sebelumnya telah mampu menutup biaya tetap nya sehingga kontribusi yang diberikan pesanan khusus ini secara langsung meningkatkan laba bersih.
- b. Jika dengan menerima pesanan khusus perusahaan akan memperoleh biaya tetap tambahan karena telah mencapai kapasitasnya, maka harga jual tersebut harus menanggung harga tetap tambahan yang tidak dapat lagi ditutup oleh pesanan reguler.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Kontribusi Laba}$$

**dimana Kontribusi Laba > Biaya Tetap
Tambahan**

4) Metode Penentuan Harga Jual oleh Perusahaan yang Diatur oleh Pemerintah

Produk yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti air, listrik, telepon dan sebagainya diatur oleh pemerintah. Harga jual produk tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambahkan dengan laba yang sesuai dengan penentuan harga yang ditetapkan oleh pemerintah. Walaupun harganya ditetapkan oleh pemerintah, perusahaan diupayakan tetap dalam keadaan yang untung sehingga tidak mengganggu aktivitas perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu pihak pemerintah



harus memperoleh informasi yang akurat berkaitan dengan biaya-biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan tersebut. Formula yang digunakan dalam metode ini adalah sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual yang Diharapkan} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang Disesuaikan}$$

2.1.7 Volume Penjualan

2.1.7.1 Definisi Volume Penjualan

Tujuan pemasaran dalam suatu bisnis adalah untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan serta Mencapai penjualan optimal dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Menurut Swastha (2003) dalam (Yanto & Putri, 2022) “volume penjualan yaitu jumlah unit yang terjual dari unit produksi yang terjadi suatu pemindahan dari pihak produksi ke pihak konsumen, dan tetap pada suatu periode tertentu.” (Putra, 2017:456). Menurut Marbun (2003) “volume penjualan adalah jumlah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu” (Hidayanti et al., 2018:3). Sedangkan menurut Kotler (2000) “volume penjualan yaitu barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya mempunyai pelayanan yang baik” (Putra, 2017:456). Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan yaitu semua barang yang telah terjual oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.

2.1.7.2 Indikator Volume Penjualan



Menurut Kotler (2008) dalam rachmat (2022:2093) terdapat indikator volume penjualan seperti berikut:

a. Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk produk atau yang akan dibeli.

b. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa agar konsumen mau membeli.

c. Kualitas

Kualitas Merupakan keseluruhan karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan

d. Saluran Distribusi

Saluran Distribusi Merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.

e. Produk

Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan

2.1.8 Beban Pokok Pendapatan.

2.1.8.1 Definisi Beban Pokok Pendapatan

Menurut Dyah dan Agus (2021:119) "Beban pokok pendapatan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang akan dijual atau harga perolehan dari barang yang akan dijual. Angka beban pokok pendapatan biasanya mengikuti besarnya pendapatan, semakin besar penjualan atau pendapatan maka semakin besar pula biaya atau beban untuk menghasilkan barang yang akan dijual. Beban pokok



pendapatan juga erat kaitannya dengan persediaan dan hasil produksi. Beban pokok pendapatan didapat dari beban pokok produksi ditambah persediaan awal, dikurangi dengan persediaan akhir, serta ditambah beban lainnya (dalam hal ini beban pengepakan).” Berdasarkan pengertian diatas beban pokok pendapatan berkaitan dengan harga pokok produksi, dimana menurut Mulyadi (2020 :30) “harga pokok produksi adalah kumpulan biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.” Laba dapat dihitung dengan cara penghasilan dikurangi seluruh biaya atau beban yang dikeluarkan dalam periode berjalan. Beban-beban yang timbul diantaranya adalah beban yang langsung berkaitan dengan proses produksi yang biasa disebut beban produksi. Dengan demikian, “beban pokok pendapatan berkaitan dengan naik atau turunnya laba sebuah perusahaan. Untuk memperoleh laba yang maksimal, beban pokok penjualan perlu diperhitungkan dengan cermat serta teliti” (Sunarto,(2012 dalam Wahyuni, 2023)). Kemudian menurut penulis sendiri yang berdasarkan pendapat diatas yaitu beban pokok pendapatan didefinisikan sebagai keseluruhan komponen biaya yang digunakan perusahaan dalam memperoleh dan mengubah bahan baku menjadi barang siap dijual yang siap didistribusikan, yang mencakup beban pokok produksi (biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik) dan beban pengepakan. Beban pengepakan sendiri diartikan segala biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk melindungi suatu produk agar tidak cepat rusak selama proses distribusi, penyimpanan, penjualan hingga sampai ke tangan konsumen.



2.1.8.2 Unsur-unsur Beban Pokok Pendapatan

Unsur-unsur dalam beban pokok pendapatan berkaitan dengan unsur yang terdapat dalam harga pokok produksi. Menurut (Satriani & Kusuma, 2020) harga pokok produksi terdiri atas empat unsur yaitu sebagai berikut:

Adapun unsur biaya yang dibebankan pada perusahaan terdiri dari:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya bahan yang digunakan sebagai dasar pembuatan barang jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengerjakan bahan baku menjadi produk jadi. Tenaga kerja langsung ialah tenaga kerja yang menangani langsung proses pembuatan dari bahan mentah menjadi produk jadi.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead Pabrik adalah seluruh biaya yang digunakan untuk membuat barang jadi selain biaya material langsung.

a. Biaya Bahan Penolong Biaya bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian dari produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tapi nilainya cenderung kecil.

b. Biaya Listrik dan Air

Biaya Listrik dan air merupakan biaya yang digunakan untuk membayar biaya pemakaian listrik serta air selama proses produksi yang digunakan dalam jangka satu tahun.



- c. Biaya Bahan Bakar Biaya bahan bakar adalah biaya yang digunakan untuk membayar biaya pemakaian bahan bakar dalam proses produksi yang digunakan selama satu tahun.

2.1.8.3 Metode Penentuan Beban Pokok Pendapatan.

Adapun dalam penentuan beban pokok pendapatan sendiri mengambil metode dari penentuan harga pokok produksi. Menurut Mulyadi (2012) dalam Laode (2020) “metode penentuan harga pokok produksi adalah suatu metode perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi.” Adapun terdapat dua metode dalam penentuan harga pokok produksi yaitu sebagai berikut.

1) Metode *Full Costing*

Metode *Full Costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi dengan membebankan seluruh biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat variabel maupun biaya yang bersifat tetap.

2) Metode *Variabel Costing*

Metode *Variabel Costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan BOP yang sifatnya variabel. BOP yang sifatnya tetap tidak diperlukan sebagai biaya produk dalam metode ini, melainkan BOP tetap tersebut diperlukan sebagai biaya periodik sama seperti biaya administrasi, dan penjualan dimana biaya dibebankan secara utuh ke dalam pendapatan setiap periodenya.



2.1.9 Pengaruh antar Variabel

2.1.9.1 Pengaruh Harga Jual Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat menghasilkan uang dengan memanfaatkan seluruh asetnya. Profitabilitas dihitung dengan mengurangi semua uang yang dihasilkan perusahaan dari penjualan produk dengan semua biaya yang terkait. Sebagian besar uang yang dihasilkan dari penjualan berasal dari jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga jual setiap barang. Oleh karena itu, harga jual suatu produk memiliki pengaruh yang besar terhadap total pendapatan penjualan. Jika nilai penjualan turun, total pendapatan penjualan pasti akan berkurang.

Berdasarkan gagasan sebelumnya, Kotler dan Keller (2009) sebagaimana dikutip oleh Laode (2020:32) menyatakan bahwa "tujuan penetapan harga jual adalah untuk meningkatkan volume penjualan, yang akan membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak pendapatan dan laba." Machfoedz (2009) sebagaimana dikutip oleh Laode (2020:33) menambahkan bahwa "salah satu tujuan utama penetapan harga jual adalah untuk mencapai target laba. Harga jual ditetapkan berdasarkan seberapa besar laba yang ingin diperoleh perusahaan." Semakin tinggi target laba, semakin banyak pilihan yang dimiliki perusahaan untuk menaikkan harga jual atau meningkatkan jumlah penjualan..

Hipotesis 1 : Harga jual berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan



2.1.9.2 Pengaruh Volume Penjualan terhadap profitabilitas Perusahaan

Volume penjualan mengacu pada jumlah produk yang terjual oleh suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu. Melihat angka penjualan dapat membantu memahami kinerja suatu bisnis, seperti seberapa efektif pemasarannya, bagaimana pertumbuhan bisnisnya, dan dari mana penjualan tersebut berasal. Sebagaimana dijelaskan Schiffman dan Kanuk (2020:118), "Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang dicapai suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu, diukur dalam satuan (unit/total/rupee)." Sedangkan Menurut (Wulandari, 2018) "Volume penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, semakin tinggi volume penjualan suatu perusahaan, maka profitabilitas akan naik, sehingga jika perusahaan ingin profitabilitas naik, perusahaan tersebut harus meningkatkan volume penjualan sesuai dengan profit yang diinginkan."

Volume penjualan ikut berpengaruh dalam menentukan profitabilitas perusahaan, dimana tingkat keuntungan yang didapatkan dari harga jual ikut dikalikan dengan volume penjualan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Untuk menghitung penjualan, ada dua faktor penting yang menentukan kuantitas penjualan dan harga jual. Jika volume penjualan cukup besar dan harga jual cukup tinggi maka perusahaan dapat mencapai profitabilitas yang besar. Dalam beberapa kasus, perusahaan mungkin tidak dapat menjual produk yang cukup pada harga yang ditentukan karena kondisi atau alasan tertentu. Namun dalam penelitian ini, Harga jual tidak ditentukan oleh perusahaan, melainkan oleh *London Metal Exchange* (LME)



**Hipotesis 2 : Volume Penjualan berpengaruh terhadap
profitabilitas perusahaan**

2.1.9.3 Pengaruh Beban Pokok Pendapatan terhadap Profitabilitas

Perusahaan

Beban pokok pendapatan adalah komponen biaya yang membantu mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Komponen ini mencakup empat komponen utama: biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya lain seperti pengemasan. Salah satu komponen dari total biaya perusahaan adalah harga pokok produksi. Jadi, secara matematis, beban pokok pendapatan merupakan komponen terpenting dari total biaya perusahaan. Hal ini ditunjukkan dalam laporan laba rugi PT Vale Indonesia Tbk tahun 2018, di mana HPP menyumbang 94,3% dari seluruh biaya. Artinya, untuk menghasilkan lebih banyak keuntungan dengan memangkas total biaya, cara terbaik adalah menurunkan beban pokok pendapatan melalui berbagai langkah efisiensi.

Dari sudut pandang teori, Jannah (2018:88) menjelaskan bahwa "tiga hal memengaruhi laba perusahaan: harga pokok produksi, harga jual, dan volume penjualan." Amelia (2019:1) juga mengatakan bahwa "beban pokok pendapatan dan volume penjualan merupakan hal-hal yang memengaruhi laba perusahaan." Namun, dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan harga pokok penjualan sebagai variabel penelitian karena harga pokok penjualan tidak mencakup biaya pemasaran, dan biaya pemasaran memiliki pengaruh yang besar terhadap laba perusahaan.



Hipotesis 3 : Beban pokok pendapatan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dapat dijadikan sebagai landasan untuk penulisan penelitian, baik dari latar belakang penyusunan hipotesis, dan landasan teori. Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis kali ini yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	(Pratama & Hasibuan, 2024)	Pengaruh Volume Penjualan, Dan Harga Jual Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023	Volume Penjualan (X_1), Harga Jual (X_2), Profitabilitas Perusahaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Volume Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan. Harga jual berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas Perusahaan. Volume Penjualan dan harga Jual secara Bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas



2.	(Ara Miten et al., 2024)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Tingkat Keuntungan <i>Home Industry</i> (Studi Pada Home Industry Di Kecamatan Lela kabupaten Sikka)	Biaya Produksi (X_1), Harga Jual (X_2), Tingkat Keuntungan (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Biaya Produksi berpengaruh secara positif terhadap Keuntungan (Laba). Harga Jual tidak berpengaruh positif terhadap Keuntungan (Laba). Biaya Produksi dan Harga Jual berpengaruh secara Bersama-sama terhadap Keuntungan (Laba).
3.	(Angraini, 2024)	Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik	Biaya Produksi (X_1), Harga Jual (X_2), Volume Penjualan (X_3), Laba Bersih (Y)	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Biaya Produksi Berpengaruh secara negatif terhadap Laba Bersih. Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Bersih. Volume Penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba Bersih. Biaya Produksi, Harga Jual dan Volume Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba Bersih.



4.	(Wahyuni & Christine, 2023)	Pengaruh Penjualan dan Beban Pokok Penjualan Terhadap Laba Bersih	Penjualan (X_1), Beban Pokok Penjualan (X_2), Laba Bersih (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap laba bersih. Beban pokok penjualan berpengaruh negatif pada laba Bersih. Penjualan dan Beban Pokok Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Laba Bersih.
5.	(Belasari, 2022)	Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020	Harga Jual (X_1), Volume Penjualan (X_2), Biaya Operasional (X_3), Profitabilitas Perusahaan (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Harga Jual tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Volume Penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Harga jual, volume penjualan, dan biaya operasional secara Bersama-sama berpengaruh terhadap



				profitabilitas perusahaan.
6.	(Cyntia Carolina, Suci Marselina, dan Anggelia Novelya Utami, 2022)	Pengaruh Biaya, Harga Jual Dan Volume Penjualan Air Bersih Terhadap Laba Kotor Pada PDAM Tirta Sakti Tahun 2009-2018	Biaya (X_1), Harga Jual (X_2), Volume Penjualan (X_3), Laba Kotor (Y).	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Secara Parsial Biaya berpengaruh signifikan Terhadap Laba Kotor. Secara Parsial Harga Jual berpengaruh signifikan Terhadap Laba Kotor. Secara Parsial Volume Penjualan berpengaruh signifikan Terhadap Laba Kotor. Biaya, Harga jual dan Volume Penjualan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba kotor.
7.	(Zionita, 2022)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Mortar Pt. Gunung Derajat Ponorogo Periode 2019 – 2021	Biaya Produksi (X_1), Volume Penjualan (X_2), Laba Perusahaan (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya Produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba Perusahaan. volume Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba Perusahaan. Biaya Produksi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba Perusahaan Mortar PT. Gunung Derajat Ponorogo



8.	(Kusumaningati & Sugianto, 2021)	Pengaruh Pendapatan dan Beban Pokok Pendapatan terhadap Laba Bersih (Studi Empiris Pada PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk Tahun 2013-2018)	Pendapatan (X_1), Beban Pokok Pendapatan (X_2), Laba Bersih (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendapatan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dan searah terhadap laba bersih, Beban pokok pendapatan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dan berlawanan arah terhadap laba bersih, dan Pendapatan dan beban pokok pendapatan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih
9.	(Chair & Burhami, 2021)	Analisis Harga Jual dan Beban Pokok Penjualan Serta Dampaknya Terhadap Omzet Penjualan	Harga Jual (X_1), Beban Pokok Penjualan (X_2), Omzet Penjualan (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga Jual secara parsial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan. Beban pokok penjualan secara parsial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan. Harga pokok dan Beban pokok penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan.
	e Muh. g P,2020)	Analisis Pengaruh Harga Jual dan Harga Pokok Produksi Terhadap	Harga Jual (X_1), Harga Pokok Produksi (X_2),	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Harga Jual berpengaruh positif dan



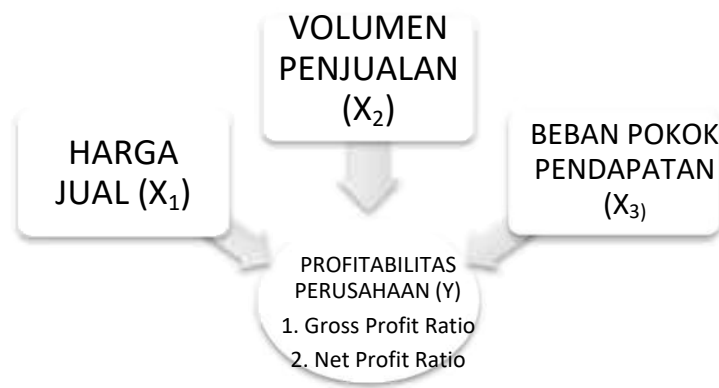
		profitabilitas Perusahaan (Studi Pada PT Vale Indonesia Tbk)	Profitabilitas Perusahaan (Y).	signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Secara parsial Harga pokok produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Secara simultan Harga jual dan Harga pokok produksi berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
--	--	--	--------------------------------	--

2.3 Kerangka Penelitian

Menurut Sekaran dan Roger (2016) sebagaimana dikutip oleh Laode (2020:38), kerangka kerja penelitian merupakan dasar dari keseluruhan proyek penelitian. Kerangka kerja juga dapat dipandang sebagai sistem yang jelas, terperinci, dan terinci yang menunjukkan bagaimana berbagai faktor saling terhubung, terutama faktor-faktor yang penting bagi permasalahan penelitian. Faktor-faktor ini ditemukan melalui metode seperti wawancara, observasi, dan studi-studi yang telah ada. Penelitian yang dilakukan penulis kali ini mencakup dua jenis variabel: independen dan dependen. Variabel independen yang memengaruhi hasil penelitian adalah harga jual logam nikel di *London Metal Exchange* (LME), volume penjualan, dan biaya pendapatan. Sedangkan variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi adalah Profitabilitas perusahaan yang terdiri dari indikator yang dipilih oleh penulis: margin laba kotor (*gross profit ratio*) dan margin laba bersih (*net profit ratio*).



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



Penulis hanya menggunakan kedua indikator ini, dengan mempertimbangkan bahwa kedua ukuran tersebut berasal dari perbandingan pos yang sama, yaitu pos pada laporan laba rugi. Kedua rasio ini merupakan ukuran yang umum digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Sedangkan, faktor perbandingan yang digunakan berasal dari laporan yang berbeda, yaitu: *return on asset* dan *return on investment* yang Faktor pembanding diperoleh dari laporan neraca, sehingga terdapat variasi pada komponen tambahan, yang menurut penulis secara signifikan mengurangi dampak variabel independen. Kerangka penelitian berikut menunjukkan skema penelitian yang menjadi fokus penelitian penulis.

2.4 Hipotesis Penelitian



Menurut Sekaran dan Roger (2016:83), "Hipotesis penelitian adalah diksi yang jelas tentang bagaimana dua hal atau lebih saling terkait, dan

merupakan sesuatu yang dapat diuji. Hubungan ini didasarkan pada ide dan teori yang menjadi dasar penelitian Anda." Pengujian hipotesis bertujuan untuk membantu memecahkan masalah yang telah diidentifikasi. Berdasarkan permasalahan dan kerangka penelitian yang telah dibahas sebelumnya, hipotesis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut::

H_1 = Harga jual berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan PT Vale Indonesia Tbk.

H_2 = Volume penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan PT Vale Indonesia Tbk.

H_3 = Beban pokok pendapatan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan PT Vale Indonesia Tbk.

