

**ANALISIS PERUBAHAN PENJUALAN TIKET KAPAL PELNI
TERHADAP LABA PERUSAHAAN SELAMA PANDEMI
COVID-19 DI PT PELNI CABANG PARE PARE**

Diajukan Oleh :

Anggreny Triwulanda

4517012127



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelni
Terhadap Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 Di
PT PELNI Cabang Parepare

Nama : Anggreny Triwulanda
NIM : 4517012127

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa

Telah Disetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Herminawati Abubakar, SE., M.Si

Indrayani Nur, S.Pd., SE., M.Si

Mengetahui dan Mengesahkan:

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Universitas Bosowa Makassar

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bosowa**

**Ketua Program Studi
Manajemen**

Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH.

Indrayani Nur, S.pd., SE., M.Si

Tanggal Pengesahan :

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggreny Triwulanda
No. Stanbuk : 4517012127
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Anasisi Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelni Terhadap
Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 Di PT PELNI
Cabang Parepare

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Parepare, 31 Mei 2021

Mahasiswa yang bersangkutan



Anggreny Triwulanda

ANALISIS PERUBAHAN PENJUALAN TIKET KAPAL PELNI TERHADAP LABA PERUSAHAAN SELAMA PANDEMI COVID-19 DI PT PELNI CABANG PARE PARE

Oleh :

ANGGRENY TRIWULANDA

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bosowa

ABSTRAK

ANGGRENY TRIWULANDA 2021 Skripsi Analisis Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelni Terhadap Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 di PT Pelni Cabang Parepare dibimbing oleh Dr. Hj. Herminawati Abubakar,SE.,M.Si dan Indrayani Nur ,S.Pd.,SE.,M.Si.

Tujuan penelitian adalah agar dapat mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan penjualan tiket kapal di PT Pelni Cabang Parepare pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 apakah mengalami peningkatan atau penurunan dengan menggunakan perbandingan dari tahun ke tahun atau pun sebaliknya. Objek penelitian adalah PT Pelni Cabang Parepare pada penelitian menggunakan metode analisis yaitu : analisis pendapatan atau perolehan laba.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan PT Pelni Cabang Parepare selama masa pandemi Covid-19 mengalami perubahan pendapatan yang sangat signifikan, dari melonjaknya pendapatan hingga menurunnya pendapatan perusahaan pada rasio.

Kata Kunci : Perubahan Penjualan, Laba

**THE ANALYSIST OF TICKET SALES CHANGE PELNI
SHIPS TOWARDS COMPANY INCOME DURING COVID-19
PANDEMIC AT PT PELNI PAREPARE BRANCH**

By :

ANGGRENY TRIWULANDA

Management Study Program, Faculty of Economics and Business

Universitas Bosowa

ABSTRAK

ANGGRENY TRIWULANDA 2021 Thesis Analysis of Changes in Pelni Ship Ticket Sales on Company Profits During the Covid-19 Pandemic Period at PT Pelni Parepare Branch. Supervised by Dr. Hj. Herminawati Abubakar, SE., M. Si and Indrayani Nur, S. Pd., SE., M. Si.

The purpose of the study is to find out the factors that cause ship ticket sales at PT Pelni Parepare Branch in 2018 to 2020 whether it has increased or decreased by using comparisons from year to year or vice versa. The object of research is PT Pelni Parepare Branch in research using analytical methods, namely: income analysis or profit.

The results showed that the revenue of PT Pelni Parepare Branch during the Covid-19 pandemic experienced a very significant change in revenue, from an increase in revenue to a decrease in the company's revenue in ratio.

Keywords: Changes in Sales, Profit

KATA PENGANTAR

Bismillahir rahmanir Rahim,

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelnindo Terhadap Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 Di PT PELNINDO Cabang Parepare”. Shalawat dan salam penulis tunjukkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang memberikan banyak contoh teladan bagi kemaslahatan umat manusia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa bimbingan, dorongan, doa, tenaga, ide-ide, maupun pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibunda Dr. Hj.Herminawati Abubakar SE.,M.Si dan Ibunda Indrayani Nur S.Pd.,SE.,M.Si sebagai pembimbing I dan II yang dengan penuh kesabaran, disela kesibukannya masih meluangkan waktu dan memberikan masukan, arahan, dan petunjuk yang sangat berarti bagi penulis.
2. Bapak Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibunda Indarayani Nur S.Pd.,SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sekaligus Penasehat Akademik

yang sangat memberikan bantuannya dengan sepenuh hati, sangat sabar menghadapi anak-anaknya untuk membantu penyelesaian skripsi penulis dan segenap dosen serta staff Fakultas Ekonomi yang sangat berjasa menambah ilmu pengetahuan dan banyak membantu penulis selama menyelesaikan studi di Universitas Bosowa.

4. Bapak Herman Hamid, SE selaku Kepala Cabang PT. Pelnica Cabang Parepare, Bapak Budi Agustian selaku Kabag Operasi, Ibu Andi Besse selaku Kabag Administrasi, Bu Hasni dan Pak Akbar selaku penanggung jawab loket dan keuangan beserta staf yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, telah membantu penulis dalam memperoleh informasi yang diperlukan berupa penyediaan data.
5. Kakanda Nurhidayanti (Kak Ira), Kak Akmal, Kak Kiki yang dari awal sampai akhir selalu siaga memberikan semangat dan bantuannya dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seperjuanganku sejak awal My Upin Terima kasih karena selama ini atas kesediaannya untuk selalu saya reportkan, selalu mendengarkan juga dukungan dan Do'anya. Buat Kak Wigra yang selalu memberikan dan mengingatkan penulis dalam bentuk perhatian dan tutur kata lembutnya disetiap saat.
7. Buat sahabat-sahabat ku (Tony, Khoko, Uga, Moms Qesha, Moms dan Papi Ghaishan) yang selalu melekat dalam hati, selalu mendoakan dari jarak kejauhan dan yang paling mengajarkan penulis begitu banyak hal dan memberikan bantuan yang tak terhingga kepada penulis.

8. Teman-teman angkatan 2017 Universitas Bosowa, terkhusus kelas Manajemen C yang menjadi keluarga baru untuk penulis selama berproses di Universitas Bosowa.
9. My Brother Muh. Fathu Rahman dan Andi Afdhal terima kasih telah ada disaat-saat waktu yang tidak di duga-duga.
10. Anak-anak Santuyyy terima kasih untuk 3 tahun yang begitu berkesan.
11. Teruntuk Mas Dwi yang muncul didetik-detik terakhir dengan mengkhitbah saya yang insya allah akan menjadi imam dalam kehidupan saya nantinya yang turut andil memberikan support dan bantuannya kepada saya demi penyelesaian skripsi penulis.
12. Paling terkhusus penulis persembahkan skripsi ini kepada mereka yang paling berjasa dalam kehidupan saya yaitu, Babe ku tersayang dan Ibunda ku tercinta H. Mustari Aco, SH dan Hj. Ida Hamdah, SE yang selalu tak hentinya mendoakan, memberikan support, dan memotivasi saya sehingga saya bisa sampai di titik ini. Terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk berupaya dengan segala usaha memperoleh pendidikan yang terbaik. Demikian pula untuk kakakku Akbar Dwi Saputra, ST yang paling rela meluangkan waktunya untuk penulis membantu dalam mengarahkan penulis dari awal pembuatan judul hingga skripsi saat ini, untuk kakak Fery yang juga memberikan bantuan untuk pembuatan skripsinya, buat kakakku Ayuwinda Lestari, S.Hut dan kakakku Hj. Nur Syafa Marwah, SE selalu memberikan waktunya, doanya, masukkannya selama proses meraih gelar ini,

beserta keluarga besar penulis yang lain, yang tak sempat disebut satu-persatu tetapi tetap terpatri dalam jiwa penulis.

13. Terakhir, Terima kasih kepada pihak-pihak lain yang penulis tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas semua bantuan dan do'anya. Kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis tidak akan pernah terlupakan, semoga segala bantuan yang tak terhingga diberikan oleh penulis ini mendapat imbalan di sisi Allah SWT sebagai amal ibadah, Aamiin.

Tiada gading yang tak retak, tiada gelombang tanpa ombak, segala kesalahan merupakan kelemahan dan kekurangan penulis.

Akhir kata, semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis. penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu penulis harapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT ridho atas skripsi ini sehingga bisa bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Parepare, 31 Mei 2021

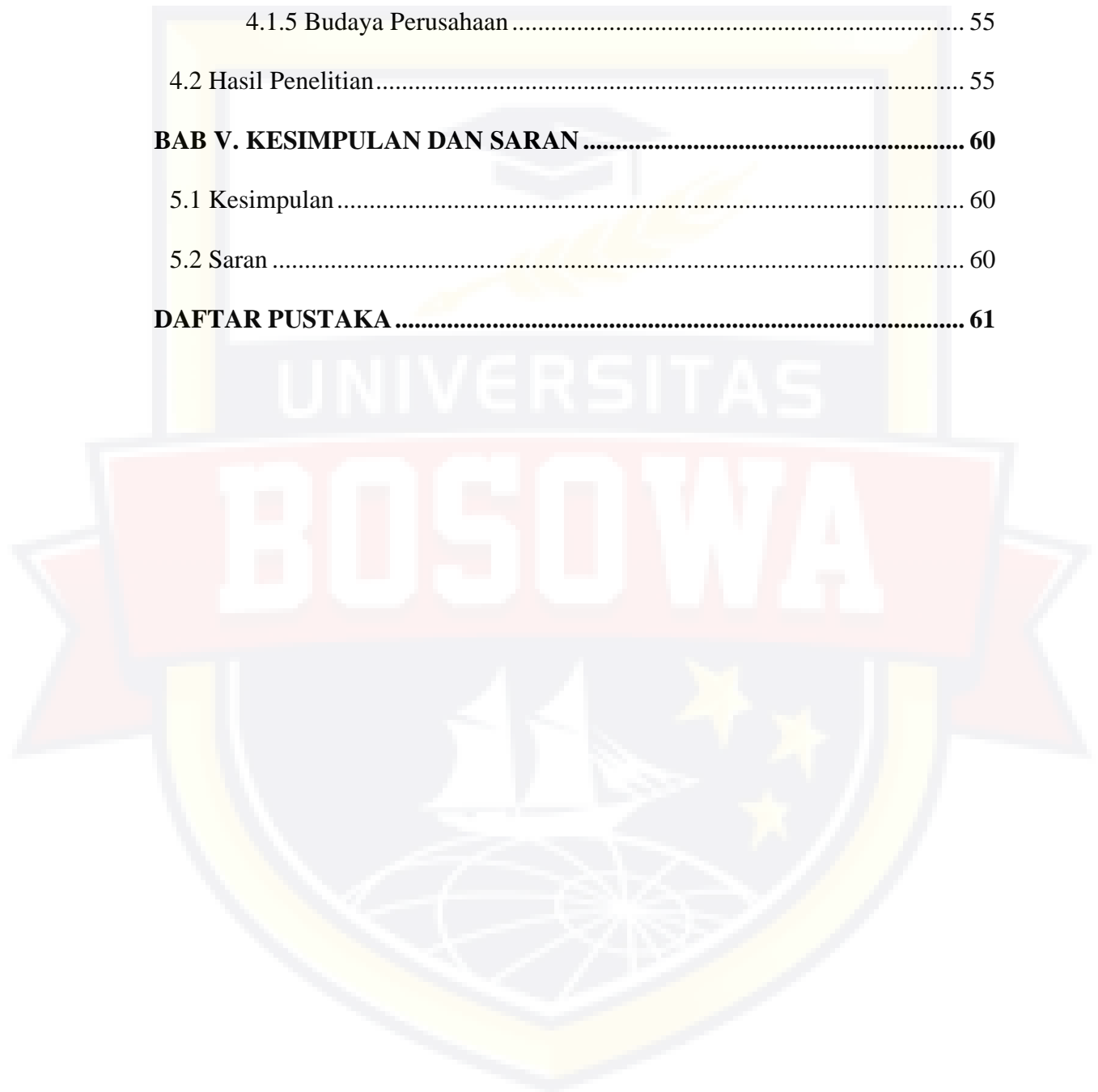
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kerangka Teori	7
2.1.1 Manajemen Keuangan	7
2.1.2 Pengertian Pendapatan	10
2.1.3 Karakteristik dan Jenis-jenis Pendapatan.....	11
2.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan.....	12
2.1.5 Pengertian Penjualan.....	13
2.1.6 Pertumbuhan Penjualan	16
2.1.7 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba	16
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.9 Pengertian Laporan Keuangan.....	30
2.1.10 Tujuan Laporan Keuangan.....	31

2.1.11 Pengertian dan Tujuan Analisis Laporan Keuangan.....	32
2.1.12 Jenis Analisis Laporan Keuangan.....	34
2.1.13 Teknik Analisis Laporan Keuangan.....	35
2.1.14 Pengertian Laba	36
2.1.15 Fungsi dan Jenis Laba.....	38
2.1.16 Kegiatan dan Tujuan Laba.....	39
2.1.17 Laporan Laba-Rugi	41
2.1.18 Pengertian Perubahan Laba.....	41
2.2 Kerangka Pikir.....	43
2.3 Hipotesis	43
BAB III. METODE PENELITIAN	44
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
3.2 Jenis Sumber Data	44
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	44
3.3.2 Penelitian Pustaka (<i>Library Research</i>)	44
3.4 Metode Analisis.....	45
3.5 Definisi Operasional	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Perusahaan	47
4.1.1 Sejarah Perusahaan	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3 Struktur Organisasi PT Pelni Cabang Parepare	49

4.1.4 Deskripsi Jabatan PT Pelni Cabang Parepare	50
4.1.5 Kegiatan Usaha	54
4.1.5 Budaya Perusahaan	55
4.2 Hasil Penelitian	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61



DAFTAR TABEL

1. Tabel penjualan tiket PT. Pelni Cabang Parepare 4
2. Tabel total pendapatan penjualan perbulan tiket PT. Pelni Cabang Parepare..55
3. Total pendapatan pertahun PT. Pelni Cabang Parepare 57



DAFTAR GAMBAR

1. Skema Kerangka Pikir..... 42
2. Struktur Organisasi PT. Pelnindo Cabang Parepare 49



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pentingnya transportasi laut bagi Indonesia tentunya disebabkan oleh keadaan geografisnya, posisi Indonesia yang strategis berada dalam jalur persilangan dunia, membuat Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk mengembangkan laut. Laut akan memberikan manfaat yang sangat baik bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian Indonesia atau perdagangan pada khususnya.

Dalam era saat ini sektor perhubungan sangatlah penting bagi suatu Negara untuk menghubungkan daerah-daerah yang lainnya. Sektor perhubungan juga bermanfaat bagi Negara untuk melakukan kegiatan impor dan ekspor barang dari dalam maupun luar negeri untuk memenuhi kebutuhan sebuah Negara dan daerah-daerah terpencil. Transportasi yang berkembang di era saat ini sangat canggih dan modern. Ada beberapa macam transportasi yang berkembang saat ini seperti di darat, udara dan laut.

Transportasi darat sangat penting bagi sebuah Negara untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat yang ada pada suatu wilayah. Transportasi darat juga dapat membantu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Daerah-daerah pinggiran atau pedalaman sangat terbantu dengan adanya transportasi tersebut, dengan transportasi tersebut logistik dengan mudah dan cepat sampai di wilayah pedalaman sehingga masyarakat yang berdomisili jauh dari perkotaan dapat memenuhi kebutuhannya. Transportasi darat tidak hanya difungsikan untuk

logistik saja akan tetapi dapat di gunakan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah yang jaraknya dekat maupun jauh.

Transportasi udara yang dapat mengakses wilayah dengan cepat seperti wilayah Indonesia yang merupakan Negara kepulauan dengan transportasi ini kita dapat menjangkau wilayah tertentu dengan cepat dan dengan biaya yang relative mahal, transportasi laut juga sama dengan transportasi udara yang dapat menghubungkan pulau yang satu dengan pulau yang lainnya. Akan tetapi menggunakan transportasi laut sangat di rekomendasikan karena dapat menghubungkan pulau-pulau kecil yang ada di wilayah Indonesia. Menggunakan transportasi laut tidak secepat dengan transportasi udara yang dapat mengakses suatu wilayah dengan cepat, berbeda dengan menggunakan transportasi laut yang memerlukan waktu cukup lama.

Indonesia adalah salah satu Negara yang memiliki banyak kepulauan terbesar yang ada di dunia. Sehingga sangat memerlukan transportasi laut untuk menjangkau pulau-pulau yang ada di Indonesia secara merata.

Di dalam melaksanakan kebijakan untuk mencapai tujuan tersebut, maka pemerintah menyelenggarakan pelayaran perintis yang dikelola oleh Dirjen Perhubungan laut yang ditugaskan kepada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) atau yang biasa disingkat PT PELNI (Persero). PT PELNI (Persero) adalah perusahaan pelayaran nasional yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didirikan pada 28 April 1952. PT PELNI (Persero) adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan penumpang antar pulau-pulau di Indonesia.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya agar dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan lain sehingga dengan mudah memperoleh dalam mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat dengan mudah mempertahankan dan meningkatkan penjualannya didalam persaingan pendapatan pasar pada hasil penjualan.

PT.Pelni merupakan suatu badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa pelayaran transportasi laut. Dapat dijelaskan bahwa salah satu layanan jasa yang dimiliki oleh PT.Pelni adalah layanan angkutan penumpang. Dalam hal ini untuk pelayanan pelaksanaan kegiatan pemasarannya adalah dengan melakukan penjualan tiket kapal.

Menurut Moekijat (2000:488), menjual (*selling*) atau melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang di tawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu dapat dikatakan penjualan tiket merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dalam sebuah perusahaan jasa pelayaran transportasi laut angkutan penumpang, karena dengan meningkatnya hasil penjualan tiket sehingga diharap dapat dengan mudah menghasilkan pendapatan yang mempengaruhi tingkat laba untuk perusahaan.

Menurut Martani, dkk (2016:204), pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang

berbeda-beda seperti penjualan (*sales*), pendapatan jasa (*fees*), bunga (*interest*), dividen (*dividend*), dan royalti (*royalty*). Apabila pendapatan yang dihasilkan besar maka tingkat laba yang diperoleh akan besar pula, hal ini juga dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Kemungkinan yang terjadi pada sebuah perusahaan adalah perubahan pendapatan, dimana setiap kegiatan penjualan tiket akan mengalami peningkatan dan penurunan yang tentunya mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh dalam sebuah perusahaan.

Dalam kondisi saat ini, dengan terjadinya fenomena pandemi Covid-19 tentunya memberi dampak yang sangat terasa oleh perusahaan dalam aktifitas penjualan tiket, dikarenakan adanya beberapa daerah tujuan perjalanan dilakukan penutupan pelabuhan sehingga penjualan tiket untuk tujuan tersebut ditutup pula. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini memberi dampak yang sangat besar dalam kegiatan penjualan tiket, mengingat salah satu faktor perolehan laba perusahaan yang terdapat pada kegiatan dibawah ini meliputi, sebagai berikut :

Tabel 1. PENJUALAN TIKET PT. PELNI CAB. PARE-PARE.

BULAN	PENJUALAN	
	2018	2019
JANUARI	2.897.165.500	145.091.000
FEBRUARI	2.050.520.000	1.582.732.000
MARET	1.929.499.000	2.385.553.000
APRIL	1.486.725.000	2.009.673.000
MEI	2.077.761.500	2.858.313.500
JUNI	3.842.271.500	5.613.734.000
JULI	4.464.358.000	3.959.019.500
AGUSTUS	2.314.523.500	3.669.887.500
SEPTEMBER	2.915.599.500	2.356.629.000
OKTOBER	2.018.293.500	2.738.528.500
NOVEMBER	2.361.682.000	2.829.486.500
DESEMBER	2.977.718.500	3.806.692.000
TOTAL	31.336.117.500	33.955.339.500

Dengan adanya dampak pandemi Covid-19 pada kegiatan penjualan tiket, penulis tertarik untuk menjadikan perusahaan PT.Pelni Cabang Pare-pare sebagai objek penelitian dengan judul **“Analisis Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelni Terhadap Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 Di PT.Pelni Cabang Pare-pare”**, yang dimana PT.Pelni Cabang Pare-pare merupakan salah satu perusahaan cabang yang memiliki kegiatan penjualan tiket yang cukup besar, sehingga menjadi salah satu perusahaan cabang yang berdampak sangat terasa dalam fenomena pandemi Covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka adapun yang pokok permasalahannya sebagai berikut: “Bagaimana pendapatan penjualan tiket kapal di PT. Pelni Cabang Pare-pare dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 “.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pendapatan penjualan tiket Kapal Di PT.Pelni Cabang Pare-pare pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai bahan acuan dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan apabila berada dalam kondisi seperti saat terjadinya masa pandemi covid-19 agar dampak yang terjadi dapat diantisipasi oleh perusahaan.

2. Diharapkan agar dapat menambah wawasan pengetahuan pada pertumbuhan laba.
3. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya terkait permasalahan yang ada.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Manajemen Keuangan

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu perusahaan. Agar mencapai tujuannya, perusahaan harus dapat mengendalikan dan mengontrol kegiatan operasional diperusahaannya dengan memanfaatkan pihak-pihak yang berada dalam perusahaan yang memiliki wewenang, tugas dan tanggung jawab dalam mencapai tujuan tersebut.

Manajemen Keuangan adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan usaha-usaha untuk memperoleh dana dengan biaya-biaya yang diatur seminimal mungkin dan mengelola dan tersebut secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Jika dihubungkan dengan prinsip manajemen, aktivitas perolehan dan penggunaan dana untuk investasi dan pembiayaan perusahaan tersebut harus dilakukan secara efektif dan efisien.

Menurut Sutrisno (2003:3) Manajemen Keuangan adalah sebagai semua aktivitas perusahaan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dana dan megalokasikan dana tersebut secara efisien.

Menurut Sudana (2011:1), Bahwa Manajemen keuangan perusahaan adalah salah satu bidang manajemen fungsional perusahaan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan investasi jangka panjang, dan pengelolaan modal

kerja perusahaan yang meliputi investasi dan pendanaan jangka pendek. Dengan kata lain manajemen keuangan perusahaan merupakan bidang keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip keuangan dalam suatu organisasi perusahaan untuk mencapai dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang tepat.

Menurut Dewi Utari (2014:1), Manajemen keuangan adalah merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengendalikan pencarian dana dengan biaya yang serendah-rendahnya dan menggunakannya secara efektif dan efisien untuk kegiatan operasi organisasi.

Menurut Agus Sartono (2015:6), Manajemen Keuangan dapat diartikan sebagai manajemen dana yang baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan untuk pembiayaan investasi atau pembelajaran secara efisien. Dari teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan usaha pengelolaan dana yang dikumpulkan dan dialokasikan untuk membiayai segala aktivitas perusahaan dalam rangka mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan memaksimalkan profit atau keuntungan dan meminimalkan biaya untuk mendapatkan pengambilan keputusan yang maksimum dalam menjalankan perusahaan ke arah perkembangan dan perusahaan yang berjalan. Manajemen keuangan yang efisien memenuhi adanya tujuan yang digunakan sebagai standar dalam memberi penilaian keefisienan. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah perusahaan, dengan demikian

memaksimalkan nilai dari perusahaan juga tidak identik dengan memaksimalkan laba, dapat diaktakan apabila suatu laba diartikan sebagai alat yang dapat dilihat pada laporan laba rugi.

Manajemen keuangan sebagai aktivitas untuk memperoleh dana serta mengelola dana tersebut secara efektif mempunyai tujuan memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang diukur dari harga saham perusahaan sebagai tingkat pengukuran.

Fungsi Manajemen Keuangan

Tugas utama manajemen keuangan adalah mengambil keputusan yang mencakup perusahaan dalam memperoleh dana dan juga cara mengalokasikan dana tersebut. Dari pengertian tersebut, ada fungsi manajemen keuangan menurut Suad dan Enny (2015:7) yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan dana (Keputusan Investasi)
2. Memperoleh Dana (keputusan pendanaan)
3. Pembagian laba (kebijakan deviden)

Keputusan investasi akan tercemin pada sisi aktiva perusahaan. Dengan demikian akan mempengaruhi struktur kekayaan perusahaan, yaitu perbandingan antara aktiva lancar dengan aktiva tetap. Sebaliknya keputusan pendanaan dan kebijakan deviden akan tercemin pada sisi pasiva perusahaan. Apabila hanya memperhatikan dana yang tertanam dalam jangka waktu yang lama, maka perbandingan tersebut sebagai struktur modal. Apabila diperhatikan baik dana jangka pendek maupun dana jangka panjang, perbandingan disebut sebagai

struktur finansial. Keputusan pendanaan dan kebijakan deviden mempengaruhi kedua struktur tersebut.

2.1.2 Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan jasa kepada pelanggan. Bagi investor pendapatan kurang penting dibanding keuntungan yang merupakan jumlah uang yang diterima setelah dikurangi pengeluaran. Pertumbuhan pendapatan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang konsisten dan juga pertumbuhan keuntungan, dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk menarik investor. Adapun pendapatan yang dapat dijelaskan sebagai salah satu elemen penentuan laba rugi suatu perusahaan belum mempunyai pengertian yang seragam. Hal ini disebabkan pendapatan biasanya dibahas dalam hubungannya dengan pengukuran dan waktu pengakuan pendapatan itu sendiri.

Dapat dijelaskan bahwa yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Hal ini bertujuan bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan. Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut (KBBI:2014) pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Pengertian pendapatan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum, Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba. Arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pemberian jasa atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

2.1.3 Karakteristik dan Jenis-jenis Pendapatan

Walaupun jenis pendapatan yang dimiliki setiap perusahaan berbeda-beda, tetapi dari sudut akuntansi seluruh pendapatan tersebut dimulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik sama dalam pencatatannya. Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik.

Karakteristik pendapatan, adalah sebagai berikut :

1. Bahwa pendapatan itu muncul dari kegiatan-kegiatan pokok perusahaan dalam mencari laba.
2. Bahwa pendapatan itu sifatnya berulang-ulang atau berkesinambungan kegiatan-kegiatan pokok tersebut pada dasarnya berada dibawah kendali manajemen.

Jenis-jenis pendapatan dalam praktiknya komponen pendapatan yang dilaporkan dalam laporan laba rugi terdiri dari dua jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok (usaha utama) perusahaan.
2. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan.

Berikut adalah penjelasan komponen pendapatan :

1. Pendapatan utama

Pendapatan utama berasal dari kegiatan utama perusahaan.

2. Pendapatan Lain-lain

Berasal dari pendapatan yang tidak merupakan kegiatan utama perusahaan. Misalnya pendapatan bunga bagi perusahaan perdagangan. Selain itu, juga dalam beberapa kasus terdapat pendapatan dan kerugian dari pos luar biasa.

2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kondisi dan kemampuan penjualan
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi operasional perusahaan.

2.1.5 Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra dalam buku “Manajemen Pemasaran” pengertian penjualan adalah: “Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Menurut Kusnadi (2000:19) menyimpulkan bahwa, Penjualan (*sale*) adalah sejumlah uang yang di bebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang di jual.

Tujuan Penjualan

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

yang terjual selalu akan menghasilkan laba. Disinilah faktor-faktor di atas harus mendapatkan perhatian sepenuhnya. Bagi perusahaan, pada umumnya mempunyai tujuan umum dalam penjualannya, seperti:

- a. Mencapai volume penjualan
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya
- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen
- c. Mengadakan analisa pasar
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial
- e. Mengadakan pameran

f. Mengadakan *discount* atau potongan harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:

1. Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun maka dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

2. Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dapat berubah setiap saat, apabila selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

3. Servis terhadap pelanggan

Dengan adanya servis yang baik terhadap pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan, maka merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam.

4. Persaingan menurunkan harga jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjual dengan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

2.1.6 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi pada periode tertentu. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan biaya yang akan mengakibatkan kenaikan laba pada suatu perusahaan. Jumlah laba yang diperoleh secara teratur serta kecenderungan atau tren keuntungan yang meningkat merupakan suatu faktor yang sangat menentukan perusahaan untuk tetap *survive*.

Menurut Fabozzi (2000:881) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat yang diharapkan dari industri dimana perusahaan itu beroperasi. Perusahaan dapat mencapai tingkat pertumbuhan diatas rata-rata dengan jalan meningkatkan pangsa pasar dari permintaan industri.

2.1.7 Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap laba

Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangat diperlukan, agar perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui tren penjualan dari produknya dari tahun ke tahun. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin tinggi juga tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.1.8 Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Setiyadi (2003) keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Menurut Schiffman, Kanuk (2004) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen / masyarakat terhadap suatu produk atau jasa.

2. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) membedakan tiga tingkatan pengambilan keputusan konsumen, yaitu:

- a. Pemecahan masalah yang luas pada tingkat ini, konsumen membutuhkan berbagai informasi untuk menetapkan serangkaian kriteria guna menilai merek-merek tertentu dan banyak informasi yang sesuai mengenai setiap merek yang akan dipertimbangkan. Pemecahan masalah yang luas biasanya dilakukan pada pembelian barang tahan lama dan barang-barang mewah.

- b. Pemecahan masalah yang terbatas konsumen telah menetapkan kriteria dasar untuk menilai kategori produk dan berbagai merek dalam kategori tersebut. Namun, konsumen belum memiliki preferensi tentang merek tertentu. Mereka membutuhkan informasi tambahan untuk melihat perbedaan diantara berbagai merek.
- c. Perilaku sebagai respon yang rutin konsumen sudah mempunyai beberapa pengalaman mengenai kategori produk dan serangkaian kriteria yang ditetapkan dengan baik untuk menilai berbagai merek yang sedang mereka pertimbangkan. Konsumen mungkin mencari informasi tambahan, tetapi hanya untuk meninjau kembali apa yang sudah mereka ketahui.

3. Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) menggambarkan model sederhana dalam pengambilan keputusan konsumen menjadi tiga komponen utama, yaitu:

a. Input

Komponen input terdiri dari berbagai pengaruh luar yang berlaku sumber informasi mengenai produk tertentu dan mempengaruhi nilai-nilai, sikap dan perilaku yang berkaitan dengan produk. Yang paling utama dalam komponen input ini adalah berbagai kegiatan bauran pemasaran dengan pengaruh sosial budaya.

1. Input Pemasaran Kegiatan pemasaran perusahaan yang merupakan usaha langsung untuk mencapai, memberikan informasi dan

membujuk konsumen untuk membeli dan menggunakan produknya.

2. Input Sosial Budaya terdiri dari berbagai macam pengaruh nonkomersial seperti pengaruh dari keluarga, sumber informasi nonkomersial, kelas sosial, budaya dan sub budaya.

b. Proses

Komponen proses berhubungan dengan cara konsumen mengambil keputusan. Untuk memahami proses ini, maka harus dipertimbangkan pengaruh berbagai konsep psikologis yang merupakan pengaruh dari dalam diri. Pengaruh-pengaruh tersebut adalah motivasi persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap. Proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari tiga tahap, yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan terjadi ketika konsumen dihadapkan dengan suatu masalah. Di kalangan konsumen, tampaknya ada dua gaya pengenalan kebutuhan yang berbeda. Pertama merupakan tipe keadaan yang sebenarnya, yang merasa bahwa mereka mempunyai masalah ketika sebuah produk tidak dapat berfungsi secara memuaskan. Kedua, tipe keadaan yang diinginkan, dimana bagi konsumen keinginan terhadap sesuatu yang baru dapat menggerakkan proses keputusan.

2. Penelitian Sebelum Pembelian

Penelitian ini dimulai ketika konsumen merasakan adanya kebutuhan yang dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Ingatan pada pengalaman yang lalu dapat memberikan informasi yang memadai kepada konsumen untuk melakukan pilihan sekarang ini. Jika tidak mempunyai pengalaman sebelumnya, mungkin konsumen harus melakukan penelitian lebih dalam mengenai keadaan diluar dirinya untuk memperoleh informasi yang berguna sebagai dasar pemilihan. Banyak keputusan konsumen yang didasarkan kepada gabungan pengalaman yang lalu (sumber internal) dan informasi pemasaran dan nonkomersial (sumber eksternal). Tingkat resiko yang dirasakan juga dapat mempengaruhi tahap proses pengambilan keputusan.

3. Penelitian Alternatif

Ketika menilai berbagai alternative potensial, konsumen cenderung menggunakan dua tipe informasi, yaitu daftar merek yang akan konsumen rencanakan untuk dipilih dan kriteria yang akan mereka gunakan untuk menilai setiap merek.

c. Output

Komponen output menyangkut kegiatan pasca pembelian yang berhubungan erat, yaitu perilaku pembelian dan penilaian pasca

pembelian. Tujuan dari kedua kegiatan itu adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembeliannya.

1. Perilaku Pembelian

Konsumen melakukan dua tipe pembelian, yang pertama adalah pembelian percobaan, yang bersifat sebagai penjajakan konsumen untuk menilai suatu produk melalui pemakaian langsung. Yang kedua adalah pembelian ulang, biasanya menandakan bahwa produk memenuhi persetujuan konsumen dan konsumen bersedia memakainya lagi dalam jumlah yang lebih besar.

2. Penilaian Pasca Pembelian

Unsur terpenting dari evaluasi pasca pembelian adalah pengurangan ketidakpastian atau keragu-raguan yang dirasakan oleh konsumen terhadap pilihannya. Tingkat analisis pasca pembelian yang dilakukan para konsumen tergantung pada pentingnya keputusan produk dan pengalaman yang diperoleh dalam memakai produk tersebut. Jika kinerja produk sesuai harapan, maka mungkin konsumen akan membelinya lagi. Sebaliknya, jika tidak sesuai harapan maka konsumen akan mencari berbagai alternative yang lebih sesuai.

4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Menurut Kotler (2002), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu:

a. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya yang merupakan karakter paling penting dari suatu sosial yang membedakan dari kelompok budaya lain menjadi penentu dan keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Masing-masing budaya terdiri dari sub budaya yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi. Sub budaya adalah suatu kelompok homogenya atas sejumlah orang yang terbagi menjadi beberapa bagian dari keseluruhan suatu budaya. Masyarakat dalam suatu budaya dan sub budaya sesungguhnya terbagi dalam strata atau kelas social. Kelas social merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan diantara mereka sendiri.

b. Faktor Sosial

Pada umumnya konsumen sering meminta pendapat dari orang sekitar dan lingkungannya tentang produk apa yang harus dibeli. Karena itulah lingkungan social memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen. Factor social terdiri dari tiga bagian yaitu: Kelompok acuan, keluarga, dan peran. Kelompok acuan adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap sikap/perilaku seseorang. Dengan pendapat yang diperoleh dari suatu kelompok, maka konsumen dapat membuat keputusan konsumsi. Keluarga sebagai organisasi pembelian konsumen yang paling

penting juga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan seseorang dalam membeli barang sehari-hari. Sedangkan peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan seseorang. Suatu produk atau merek dapat menggambarkan peran dan status pemakainya.

c. Faktor Pribadi

Mulai dari bayi hingga dewasa dan menjadi tua, manusia selalu membutuhkan barang dan jasa. Pilihan barang yang dibeli secara otomatis dipengaruhi oleh keadaan ekonomi dan gaya hidup yang bersangkutan. Gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang terlihat melalui aktivitas sehari-hari, minat dan pendapat seseorang. Karena sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen sehingga banyak perusahaan menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian seseorang.

d. Faktor Psikologis

Sikap pembelian psikologis dipengaruhi oleh empat factor psikologis yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran dan kepercayaan. Motivasi merupakan kebutuhan yang mendorong seseorang dalam melakukan sesuatu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Melalui motivasi proses pengamatan dan pembelajaran seseorang memperoleh kepercayaan terhadap suatu produk yang secara otomatis mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Para konsumen mengembangkan beberapa keyakinan mengenai ciri-ciri dari suatu

produk dan selanjutnya akan membentuk suatu sikap konsumen terhadap produk tersebut.

5. Proses Pengambilan Keputusan Membeli

Menurut Kotler and Keller (2008, p234-p235), terdapat lima tahap proses pengambilan keputusan membeli:

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal. Dengan pemasar mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, mereka dapat menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen. Motivasi konsumen perlu ditingkatkan sehingga pembeli potensial memberikan pertimbangan yang serius.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya kedalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mungkin mulai aktif mencari informasi untuk mempelajari produk tertentu. Yang menjadi perhatian pemasar adalah sumber-sumber informasi yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif

tiap sumber terhadap keputusan pembelian selanjutnya. Sumber digolongkan menjadi empat. Yaitu:

1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan
2. Sumber komersial: iklan, kemasan, pajangan toko
3. Sumber publik: media massa, organisasi penentu peringkat konsumen
4. Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk

Jumlah dan pengaruh relatif sumber-sumber informasi itu berbeda-beda, tergantung pada kategori produk dan karakteristik pembeli. Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian besar informasi tentang produk tertentu dari sumber komersial yaitu sumber yang didominasi oleh pemasar. Namun, informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadi atau sumber informasi melakukan fungsi berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Informasi komersial biasanya menjalankan fungsi pemberi informasi, dan sumber pribadi menjalankan fungsi legitimasi atau evaluasi.

c. Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep dasar akan membantu dalam memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk

sebagai sekumpulan atribut yang diminati oleh pembeli berbeda-beda bergantung jenis produknya. Pasar produk tertentu sering dapat disegmentasikan berdasarkan atribut yang menonjol bagi kelompok konsumen yang berbeda-beda.

1. Keyakinan dan sikap Melalui berindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambar sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang objek atau gagasan tertentu. Sikap sangat sulit dirubah. Perusahaan sebaiknya menyesuaikan produknya dengan sikap yang telah ada, bukannya berusaha mengubah sikap orang.

2. Model harapan-nilai Model harapan-nilai atas pembentukan sikap menyatakan bahwa konsumen mengevaluasi produk atau jasa dengan menggabungkan keyakinan merek positif dan negative menurut kepentingannya.

d. Keputusan Pembelian

Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen bisa mengambil lima subkeputusan: merek, dealer, kuantitas, waktu, dan metode

pembayaran. Dalam pembelian produk sehari-hari, keputusannya lebih kecil dan kebebasannya juga lebih kecil. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek. Dalam kasus lain, faktor-faktor yang mengintervensi bias mempengaruhi keputusan final.

1. Model Pemilihan Konsumen

Konsumen yang non-kompensasi Pertimbangan atribut positif dan negative tidak perlu disaring. Mengevaluasi atribut lebih dalam membuat keputusan menjadi lebih mudah bagi seorang konsumen, tetapi juga meningkatkan kemungkinan orang untuk melakukan pilihan yang berbeda jika dia lebih leluasa menghadapi rincian yang lebih besar. Tiga warisan pilihan tersebut adalah:

- a. Pada pengalaman *konjungtif*, konsumen menetapkan satu tingkat minimum yang dapat diterima untuk setiap atribut dan memilih alternatif pertama yang memenuhi standar minimum untuk semua atribut.
- b. Pada pengalaman leksikografik, konsumen memilih merek terbaik berdasarkan atribut yang dirasakan paling penting.
- c. Pada pengalaman eliminasi berdasarkan aspek, konsumen membandingkan merek pada sebuah atribut itu secara positif berhubungan dengan arti pentingnya dan merek dieliminasi jika tidak memenuhi tingkat minimum yang dapat diterima.

2. Faktor-faktor

Faktor-faktor berikut dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Se jauh mana sikap orang lain mengurangi alternative yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal:

- a. Intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen.
- b. Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
- c. Semakin gencar sikap negatif orang lain dan semakin dekat orang lain tersebut dengan konsumen, konsumen akan semakin mengubah niat pembeliannya. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran harus memasok keyakinan dan evaluasi yang mengokohkan pilihan konsumen dan membantu dia merasa nyaman dengan merek. Para pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian.

1. Kepuasan pasca pembelian

Adalah fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang di pikirkan pembeli atas produk tersebut jika kinerja produk lebih rendah daripada harapan, pelanggan akan kecewa, jika ternyata 28 sesuai harapan, pelanggan akan puas, jika melebihi harapan, pembeli akan sangat puas.

2. Tindakan pasca pembelian

Jika pelanggan puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali membeli produk tersebut. Pelanggan yang puas juga akan menceritakan hal-hal yang baik tentang merek tersebut kepada orang lain. Pelanggan yang tidak puas mungkin akan membuang atau mengembalikan produk tersebut. Mereka mungkin mengambil tindakan public seperti mengajukan keluhan ke perusahaan tersebut, pergi ke pengacara, atau mengadu ke kelompok-kelompok lain. Tindakan pribadi dapat berupa memutuskan untuk membeli produk tersebut atau memperingatkan teman-teman.

3. Pemakaian dan pembuangan pasca pembelian

Para pemasar juga harus memantau cara pembeli memakai dan membuang produk tertentu. Pendorong utama frekuensi penjualan adalah tingkat konsumsi produk, semakin cepat pembeli mengkonsumsi produk, semakin cepat mereka bias kembali ke pasar untuk membelinya lagi.

2.1.9 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Dalam praktiknya laporan keuangan oleh perusahaan tidak dibuat secara serampangan, tetapi harus dibuat dan disusun sesuai dengan aturan atau standar yang berlaku. Hal ini perlu dilakukan agar laporan keuangan yang disajikan perusahaan sangat penting bagi manajemen dan pemilik perusahaan. Di samping itu, banyak pihak yang memerlukan dan berkepentingan terhadap laporan keuangan yang dibuat perusahaan.

Dalam hal laporan keuangan, sudah merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada suatu periode tertentu. Hal yang dilaporkan kemudian dianalisis sehingga dapat diketahui kondisi dan posisi perusahaan terkini. Kemudian laporan keuangan juga akan menentukan langkah apa yang dilakukan perusahaan sekarang dan ke depan, dengan melihat berbagai persoalan yang ada baik kelemahan maupun kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini yang dimaksud adalah keadaan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi), biasanya laporan keuangan dibuat per periode, misalnya tiga bulan atau enam bulan untuk kepentingan internal perusahaan. Sementara itu, untuk laporan yang lebih luas dilakukan satu tahun sekali. Di

samping itu, dengan adanya laporan keuangan, dapat diketahui posisi perusahaan terkini setelah menganalisis laporan keuangan tersebut dianalisis.

Laporan keuangan menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode. Dalam hal ini beberapa macam laporan keuangan sebagai berikut :

1. Neraca;
2. Laporan laba rugi;
3. Laporan perubahan modal;
4. Laporan catatan atas laporan keuangan; dan
5. Laporan kas

Masing-masing laporan memiliki komponen keuangan tersendiri, tujuan, dan maksud tersendiri. Lengkap tidaknya penyajian laporan keuangan tergantung dari kondisi perusahaan dan keinginan pihak manajemen untuk menyajikannya.

Sekali lagi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan akan tergambar kondisi keuangan suatu perusahaan yang dapat memudahkan manajemen dalam menilai kinerja manajemen perusahaan. Penilaian tersebut akan menjadi patokan atau ukuran apakah manajemen mampu atau berhasil dalam menjalankan kebijakan tersebut.

2.1.10 Tujuan Laporan Keuangan

Terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai, terutama bagi pemilik usaha dan manajemen perusahaan. Disamping itu tujuan laporan keuangan disusun guna memenuhi kepentingan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Laporan keuangan juga mampu memberikan informasi

keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

Berikut beberapa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini;
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini;
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu;
4. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
5. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Dengan memperoleh laporan keuangan suatu perusahaan, akan dapat diketahui kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh. Kemudian, laporan keuangan tidak hanya sekedar dibaca saja, tetapi harus dimengerti dan dipahami tentang posisi keuangan perusahaan pada saat kondisi tertentu, dengan cara melakukan analisis keuangan melalui berbagai rasio keuangan yang lazim dilakukan.

2.1.11 Pengertian dan Tujuan Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat pada suatu keadaan keuangan perusahaan, bagaimana pencapaian keberhasilan perusahaan masa lalu, saat ini, dan prediksi di masa akan datang,

analisis laporan keuangan tersebut akan digunakan dasar pengambilan keputusan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Menurut Sundjaja dan Barlian (2001:37) menyimpulkan bahwa, analisis laporan keuangan perusahaan pada dasarnya merupakan perhitungan rasio-rasio untuk menilai keadaan keuangan perusahaan di masa lalu, saat ini, dan kemungkinannya di masa depan.

Analisis laporan keuangan perlu dilakukan secara cermat dengan menggunakan metode dan teknik analisis yang tepat sehingga hasil yang diharapkan benar-benar tepat pula. Kesalahan dalam memasukkan angka atau rumus akan berakibat pada ketidak akuratannya hasil yang hendak dicapai. Kemudian, hasil perhitungan tersebut, dianalisis dan diinterpretasikan sehingga diketahui posisi keuangan yang sesungguhnya. Serta harus dilakukan secara teliti.

Tujuan Analisis Laporan Keuangan

Kegiatan dalam analisis laporan keuangan dapat dilakukan dengan cara menentukan dan mengukur antara pos-pos yang ada dalam satu laporan keuangan. Kemudian, analisis laporan keuangan juga dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan yang dimiliki dalam satu periode. Di samping itu, analisis laporan keuangan dapat dilakukan pula antara beberapa periode (misalnya tiga tahun).

Ada beberapa tujuan dan manfaat bagi berbagai pihak dengan adanya analisis laporan keuangan. Secara umum dikatakan bahwa tujuan laporan keuangan adalah:

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal, maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode;
2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan;
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki;
4. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan ke depan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini;
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal;
6. Dapat jugag digunakan sebagai pembanding dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

2.1.12 Jenis Analisis Laporan Keuangan

Ada empat jenis analisis laporan keuangan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Analisis horisontal adalah analisis dengan mengadakan perbandingan laporan keuangan untuk beberapa tahun sehingga akan diketahui perkembangannya.
2. Analisis vertikal adalah laporan keuangan yang dianalisis meliputi satu periode atau satu waktu saja, dengan cara membandingkan antara akaun yang satu dengan akun yang lain dalam laporan keuangan tersebut sehingga hanya akan diketahui keadaan keuangan atau hasil operasi pada

saat itu saja. Analisis vertikal yaitu dengan menguraikan proporsi angka dari masing-masing pos terhadap total asset pada neraca, total penjualan pada pos laba rugi, dan total kas keluar dan masuk pada arus kas.

3. Analisis eksternal adalah yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak memperoleh data laporan keuangan secara mendalam mengenai keuangan suatu perusahaan. Bagi penganalisis eksternal hanya tersedia laporan keuangan seperti neraca dan laba rugi.
4. Analisis internal adalah yang dilakukan oleh pihak-pihak yang dapat memperoleh data-data keuangan secara mendalam mengenai keuangan suatu perusahaan. Pihak tersebut adalah pihak manajemen perusahaan.

2.1.13 Teknik Analisis Laporan Keuangan

Ada tiga macam teknik analisis laporan keuangan yang dapat dibuat seperti dibawah ini :

1. Analisis rasio keuangan yaitu merupakan aktivitas untuk menganalisis laporan keuangan dengan cara membandingkan satu akun dengan akun lainnya yang ada dalam laporan keuangan, perbandingan tersebut bisa antar akun dalam laporan keuangan neraca maupun dalam laporan laba rugi. Dengan menggunakan metode analisis seperti berupa rasio ini akan dapat menjelaskan atau memberikan gambaran tentang baik buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan. Tujuan melakukan analisis rasio keuangan adalah untuk dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan, menilai kinerja laporan keuangan perusahaan dalam

memberdayakan seluruh sumber daya yang ada untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Perbandingan laporan keuangan yaitu teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan untuk dua periode atau lebih, dengan menunjukkan :
 - a) Perbandingan jumlah-jumlah akun beberapa periode dalam rupiah.
 - b) Kenaikan atau penurunan akun beberapa periode dalam jumlah rupiah.
 - c) Kenaikan atau penurunan akun beberapa periode dalam presentase.
 - d) Perbandingan yang dinyatakan dalam rasio dalam beberapa periode.
 - e) Presentase dalam total aktiva maupun passiva dalam beberapa periode tertentu.

Analisis dengan menggunakan teknik ini akan dapat diketahui perubahan-perubahan yang terjadi dan perubahan mana yang memerlukan penelitian lebih lanjut.

3. Analisis *trend* yaitu analisis yang menunjukkan kemajuan keuangan perusahaan yang dinyatakan dalam presentase adalah suatu metode atau teknik analisis untuk mengetahui kecenderungan keuangan perusahaan naik atau turun, dengan demikian akan dapat diketahui perubahan mana yang cukup penting dianalisis lebih lanjut.

2.1.14 Pengertian Laba

Laba adalah pendapatan yang tersisa setelah semua biaya atau beban dibayarkan. Biaya-biaya ini termasuk tenaga kerja, bahan baku, bunga utang, dan

pajak. Laba biasanya digunakan ketika menggambarkan aktivitas bisnis. Tetapi setiap perusahaan dari penghasilan memiliki untung. Laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Tujuan yang ingin dicapai perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba yang didapat perusahaan supaya perusahaan tetap berkembang. Realisasi untuk mewujudkan tujuan ini adalah melalui volume penjualan yang meningkat karena penjualan merupakan kunci perusahaan.

Pengertian laba menurut IAI dalam PSAK No.25 (2015) menyimpulkan bahwa semua unsur pendapatan dan beban yang diakui dalam suatu periode harus tercakup dalam penetapan laba atau rugi bersih untuk periode tersebut kecuali jika standar akuntansi keuangan yang berlaku mensyaratkan atau memperbolehkan sebaliknya.

Menurut Baridwan (1992:55) menyimpulkan bahwa laba adalah kenaikan modal (modal bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian yang mempunyai badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi pemilik.

Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biaya dalam jangka waktu (periode) tertentu. Laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup untuk merepresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Laba sendiri terdapat beberapa jenis diantaranya laba kotor, laba operasional, dan laba bersih.

Menurut Suwardjono (2008:464) menyimpulkan bahwa laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa).

2.1.15 Fungsi dan Jenis Laba

Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan output yang lebih dari industri atau perusahaan. Sebaliknya, laba rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan produk atau komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien.

Laba adalah salah satu hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan, laba terdiri atas beberapa jenis, yaitu :

- a. Laba kotor, laba kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan
- b. Laba operasional, laba operasional merupakan hasil dari aktivitas-aktivitas yang termasuk rencana perusahaan kecuali ada perubahan-perubahan besar dalam perekonomiannya, dapat diharapkan akan dicapai setiap tahun. Oleh karena itu, angka ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk hidup dan mencapai laba yang pantas sebagai jasa pada pemilik modal.
- c. Laba sebelum dikurangi pajak atau EBIT (*Earning Before Tax*), Laba sebelum dikurangi pajak merupakan laba operasi ditambah hasil dan biaya diluar operasi biasa. Bagi pihak-pihak tertentu terutama dalam hal pajak, angka ini adalah yang terpenting karena jumlah ini menyatakan laba yang pada akhirnya dicapai perusahaan

- d. Laba setelah pajak atau Laba Bersih, laba bersih adalah laba setelah dikurangi berbagai pajak. Laba dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan. Dari perkiraan laba ditahan ini akan diambil sejumlah tertentu untuk dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham.

2.1.16 Kegiatan dan Tujuan Laba

Urutan yang sering dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan untuk laba yang diperoleh nantinya, laba ini akan dipergunakan oleh perusahaan. Di dalam standar akuntansi keuangan PSAK No.25 (Menurut IAI) disebutkan sebagai berikut :

Laporan laba rugi merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja suatu perusahaan, terutama tentang profitabilitas dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang sumber ekonomi yang dikelola oleh sebuah perusahaan dimasa yang akan datang. Informasi tersebut juga sering digunakan untuk memperkirakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan kas dan aktiva yang akan disamakan dengan kas dimasa yang akan datang. Informasi tentang kemungkinan perubahan kinerja juga penting dalam hal ini.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa laporan laba rugi merupakan suatu laporan sistematis mengenai penghasilan biaya laba rugi yang diperoleh suatu perusahaan dalam suatu periode. Adapun informasi yang disajikan dalam laporan laba rugi adalah sebagai berikut :

- a. Bagian pertama.

Menunjukkan pengasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan (Penjualan barang dagangan/memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang atau service yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.

b. Bagian kedua.

Menunjukkan biaya-biaya operasi yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum atau administrasi (*operating expense*).

c. Bagian ketiga

Menunjukkan harga hasil yang diperoleh diluar operasi pook perusahaan yang diikuti dengan biaya dilaur usaha pokok perusahaan.

d. Bagian keempat

Menunjukkan laba rugi yang insidental (*extra ordinary gain or loss*) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

Tujuan Laba

Menurut Anis dan Imam (2003:216) menyimpulkan bahwa tujuan pelaporan laba adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai indkator efesiensi penggunaan dana yang tertahan dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembaliannya.
- b. Sebagai dasar pengukuran prestasi manajemen.
- c. Sebagai dasar penentuan besarnya perencanaan pajak.
- d. Sebagai alat pengendalian sumber daya ekonomi suatu negara.
- e. Sebagai kompensasi dan pembagian bonus.
- f. Sebagai alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
- g. Sebagai dasar bentuk kenaikan kemakmuran.

h. Sebagai dasar pembagian deviden.

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dilaporkannya laba atau lebih dikenal dengan laba atau rugi adalah sebagai indikator efesiensi penggunaan dana yang digunakan sebagai dasar untuk pengukuran, pengendalian, motivasi prestasi manajemen dan sebagai dasar kenaikan kemakmuran serta dasar pembagian deviden untuk para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan.

2.1.17 Laporan Laba-Rugi

Laporan laba-rugi adalah suatu bentuk laporan keuangan yang menyajikan informasi hasil usaha perusahaan yang isinya terdiri dari pendapatan usaha dan beban usaha untuk satu periode tertentu pada perusahaan. Laporan laba rugi akan menggambarkan sumber-sumber penghasilan yang diperoleh oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, serta jenis-jenis biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan perusahaan. Dengan melihat atau memperhatikan selisih antara pendapatan (*revenues*) dengan biaya (*expenses*), disini akan dapat ditetapkan berapa jumlah laba atau kerugian yang dapat perusahaan dalam suatu periode tertentu. Kalau pendapatan lebih besar daripada biaya pada periode tertentu, berarti perusahaan memperoleh laba.

2.1.18 Pengertian Perubahan Laba

Perubahan laba adalah kenaikan atau penurunan laba pertahun. Setiap perusahaan menginginkan laba atau sering disebut juga dengan keuntungan (*profit*). Laba diperlukan oleh perusahaan untuk dapat melangsungkan kehidupan

perusahaan. Oleh karena itu, agar perusahaan dapat terus bertahan didalam perekonomian maka diharapkan perusahaan akan mendapatkan laba.

Perubahan laba yang terjadi di suatu perusahaan dapat dijadikan dasar bagi para investor untuk menentukan apakah mereka akan melakukan pembelian, penjualan, atau menahan investasi mereka. Informasi tentang perubahan laba dapat digunakan juga oleh para karyawan perusahaan untuk menentukan masa depan perusahaan yang mempengaruhi pendapatan karyawan tersebut. Salah satu yang diyakini dapat memprediksi laba perusahaan adalah dengan menggunakan rasio keuangan.

Perubahan relatif atas laba yang diperoleh berdasarkan selisih antara laba pada suatu periode tertentu dengan periode sebelumnya. Rumus perhitungan perubahan laba (Harahap,2016) yaitu :

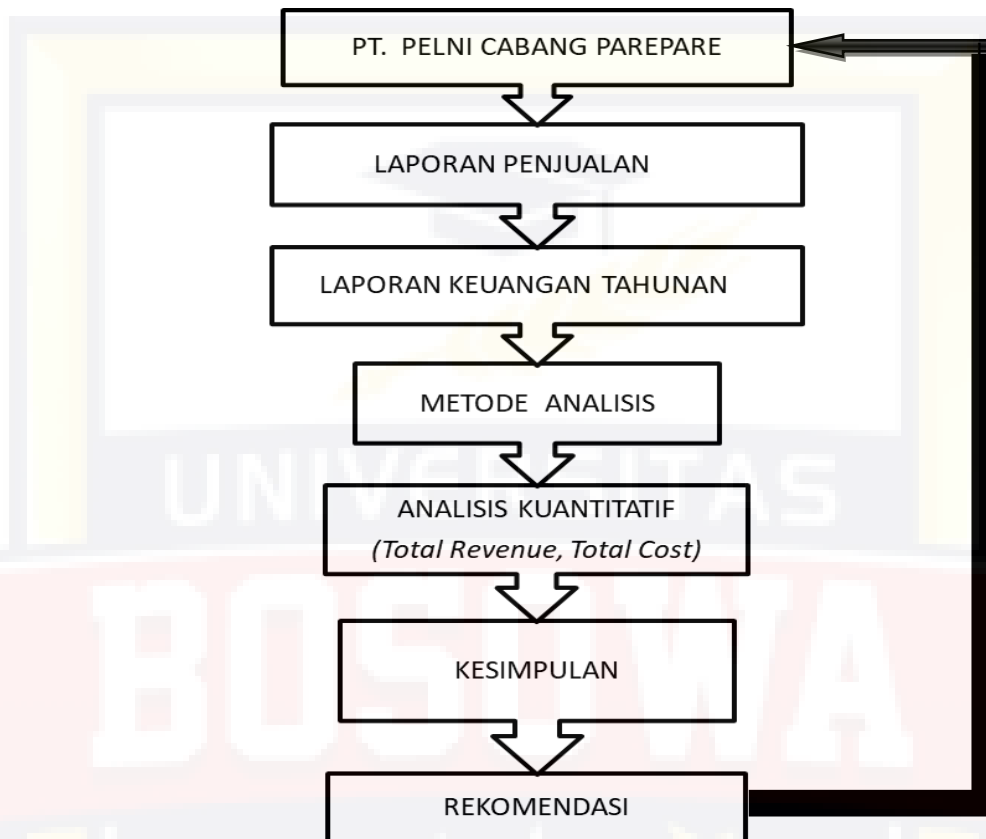
$\text{Perubahan Laba} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun Ini} - \text{Laba Bersih Tahun Lalu}}{\text{Laba Bersih Tahun Lalu}}$
--

Pertumbuhan laba menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2015:12), “Penghasilan bersih (laba) sering digunakan sebagai ukuran kinerja atau dasar bagi ukuran yang lain seperti imbal hasil investasi (*Return On Investment*) atau laba per saham (*earning Per Share*)”.

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari serangkaian proses dengan mengorbankan berbagai sumber daya. Adapun salah satu parameter penilaian kinerja perusahaan tersebut adalah pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan.

2.2 Kerangka Pikir

Gambar 1. Skema Kerangka Pikir



2.3 Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok dan landasan teori yang dikemukakan, maka hipotesis dari penelitian bahwa diduga terjadi penurunan pendapatan penjualan tiket kapal Pelni yang mempengaruhi perolehan pendapatan yang disebabkan oleh berkurangnya jumlah pengguna jasa atau calon pembeli serta penutupan penjualan rute tertentu karena dampak dari pandemi Covid-19.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Daerah atau lokasi penelitian adalah PT PelnI Cabang Parepare Jl. Lasiming N0.44 Kota Parepare. Waktu penelitian selama 3 bulan (April-Mei 2021).

3.2 Sumber Data

Data kuantitatif yakni data yang diperoleh dalam bentuk kumpulan angka-angka yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan PT PelnI Cabang Parepare.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan laporan-laporan yang tersedia oleh perusahaan kemudian saling berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam memperoleh dan mengumpulkan data dalam penelitian ini meliputi :

3.2.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu sebagai penelitian yang dilakukan dengan melalui pengamatan secara langsung dan penelitian pada perusahaan PT PelnI Cabang Parepare. Dengan melakukan wawancara dan beberapa sumber informasi yang tertera.

3.2.2 Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Adapun penelitian yang dilakukan dengan mencari beberapa buku atau literatur dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Metode Analisis

Penganalisaan hubungan antara perubahan penjualan dengan perubahan laba perusahaan akan dibahas dengan menggunakan peralatan analisis yakni metode analisis Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan rumus $TR-TC$ bertujuan untuk memudahkan proses analisis pada penjualan atau pendapatan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan rumus sebagai berikut :

$$L = TR - TC$$

Keterangan :

L : Laba

TR : Penerimaan Total

TC : Pengeluaran (Biaya Total)

Jika : L Negatif berarti Rugi

L Positif berarti Laba

L = 0 berarti Impas

3.5 Definisi Operasional

Berikut merupakan uraian definisi operasional dari variabel-variabel yang telah dikemukakan, yaitu :

1. Penjualan adalah salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya agar berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan.
2. Pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.

3. Laporan Keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.
4. Laba adalah pendapatan yang tersisa setelah semua biaya atau beban dibayarkan atau selisih dari pendapatan diatas biaya-biaya dalam jangka waktu (periode) tertentu.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada tanggal 05 september 1950 telah di (SKB) antara Menteri Perhubungan dengan Menteri Pekerjaan Umum dengan hasil pertemuan tersebut terjadinya kesepakatan berdirinya sebuah yayasan penguasaan pusat kapal-kapal (PEPUSKA). Diawal berdirinya Penguasaan Pusat Kapal-Kapal telah memiliki modal 8 unit kapal dengan total *tonnage* atau kapasitas daya muat 4.800 DWT, pada saat itu PEPUSKA berlayar berdampingan dengan KPM yang telah memiliki jam terbang lebih dari setengah abad lamanya sehingga memiliki banyak pengalaman di bidang transportasi laut. Persaingan pada masa tersebut tidaklah seimbang, karena KPM telah memiliki pengalaman yang sangat banyak dan dari jumlah armada jauh lebih banyak di bandingkan dengan PEPUSKA.

PEPUSKA resmi di bubarkan pada tanggal 28 April 1952 dengan alasan pemerintah belanda menolak permintaan Indonesia atas perubahan status maskapai pelayan belanda yang telah beroperasi di wilayah Indonesia. Pada saat itu juga terbentuknya PT. Pelayaran Nasional Indonesia atau yang sering di kenal dengan PT. PELNI berdasarkan surat keputusan yang telah di keluarkan menteri perhubungan dengan nomor M.2/1/2 per tanggal 28 Februari 1952 dan nomor A.2/1/2 tanggal 19 April 1952, serta berita Negara Republik Indonesia No. 50 tanggal 20 Juni 1952. R. Ma'Moen Soemadipraja (1952-1955) diangkat menjadi presiden direktur pertama pada PT Pelayaran Nasional Indonesia, dan delapan

unit kapal yang di miliki yayasan PEPUSKA di serahkan ke PT. Pelayaran Nasional Indonesia sebagai modal awal.

PT. Pelni melakukan dua kali perubahan status, yang dimana pada tahun 1961 pemerintah menetapkan perubahan status dari perusahaan perseroan menjadi Perusahaan Negara dan di cantumkan pada lembaran Negara Republik Indonesia No. Lembaran Negara tahun 1961 Kemudian pada tahun 1975 status perusahaan diubah dari Perusahaan Negara (PN) menjadi Perseroan terbatas (PT) Pelayaran Nasional Indonesia sesuai dengan akte pendirian No.31 tanggal 30/10/1975.

PT. Pelni mengoperasikan kapal penumpang, kapal Ferry, dan kapal barang. PT. Pelayaran Nasional Indonesia kurang lebih dari 94 pelabuhan di seluruh Indonesia. PT PELNI sebagai salah satu penyedia jasa pelayaran yang memberikan pelayanan di kota-kota besar di Indonesia yang meliputi lebih dari 150 pelabuhan rute tujuan dari ujung Sabang sampai ujung Merauke dan memiliki kantor Cabang di beberapa Kota diseluruh Nusantara salah satunya adalah PT PELNI Cabang di Kota Parepare.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

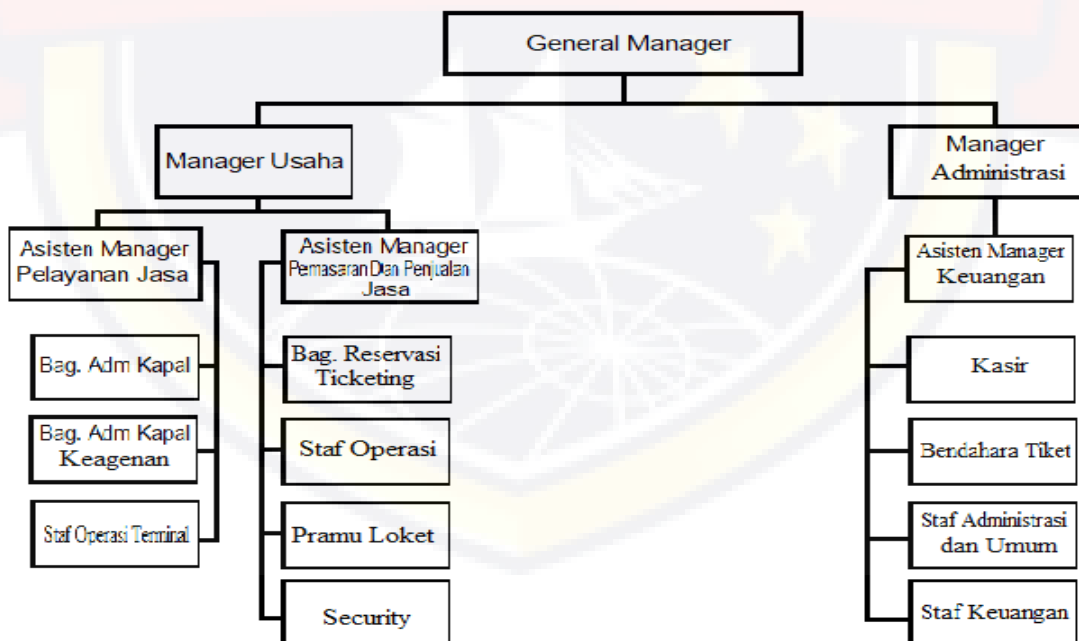
Visi PT PELNI adalah menjadi perusahaan pelayaran dan logistik maritim terkemuka di Asia Tenggara.

Misi Perusahaan :

- a. Menjamin aksesibilitas masyarakat dengan mengelola angkutan laut untuk menunjang terwujudnya Wawasan Nusantara

- b. Mengelola dan mengembangkan usaha logistik maritim di Indonesia dan Asia Tenggara.
- c. Meningkatkan nilai perusahaan melalui kreativitas, inovasi, digitalisasi proses bisnis, dan pengembangan sumber daya manusia untuk mencapai pertumbuhan yang berkesinambungan.
- d. Menjalankan usaha secara adil dengan memperhatikan azas manfaat bagi semua pemangku kepentingan dengan menerapkan prinsip *good corporate governance*.
- e. Berkontribusi positif terhadap negara dan karyawan, serta berperan aktif dalam pembangunan lingkungan dan pelayanan kepada masyarakat.

4.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Pelnindo Cabang Parepare

4.1.4 Deskripsi Jabatan PT Pelnindo Cabang Parepare

A. Kepala Cabang (General Manager)

Pada general manager memiliki tanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan kegiatan operasional serta pelaksanaan administrasi dan keuangan beserta seluruh aset perusahaan. General manager dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan dibantu oleh 2 manager yaitu kepala Operasional dan kepala administrasi

B. Kepala Operasional (Manager Usaha)

Pada Kepala Operasional memiliki tugas untuk bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan. Manager usaha dalam pelaksanaan kegiatan operasional dibantu oleh 2 asisten yaitu staff urusan operasi dan pelayanan dan staff urusan komersial manager yaitu asisten manager pelayanan jasa dan asisten manager pemasaran dan penjualan jasa.

1. Asisten Manager Pelayanan Jasa

Asisten manager pelayanan jasa akan melaporkan seluruh hasil kegiatan yang dilakukan yang terkait dengan bagian tanggung jawab tugasnya kepada manager usaha. Asisten manager pelayanan jasa dibantu oleh bagian surat kapal, bagian administrasi kapal keagenan, dan staf operasi terminal.

a. Bagian Surat Kapal

Adapun tugas yang dilakukan oleh bagian surat kapal yakni:

- Membuat pemberitahuan kepada instansi yang terkait tentang kedatangan dan keberangkatan kapal, adapun instansi yang

dimaksud adalah pihak PELINDO, Syahbandar, Bea-cukai, Imigrasi, Karantina Kesehatan, dan Pihak Kepolisian.

- Menjemput surat-surat kapal untuk pelaksanaan pembuatan surat izin berlayar ke pihak syahbandar.

b. Bagian administrasi kapal keagenan

Adapun tugas yang dilakukan oleh bagian administrasi kapal keagenan yaitu mengurus segala administrasi kedatangan dan keberangkatan kapal agen

c. Staff operasi terminal

Adapun tugas yang dilakukan oleh staf operasi terminal yaitu mengurus tentang pelaksanaan kegiatan didalam gudang

2. Asisten Manager Pemasaran dan Penjualan Jasa

Asisten manager pemasaran dan penjualan jasa akan melaporkan seluruh hasil kegiatan yang dilakukan yang terkait dengan bagian tanggung jawab tugasnya kepada manager usaha.

a. Bagian Reservasi Ticketing

Adapun tugas yang dilakukan oleh bagian reservasi ticketing yaitu memasarkan atau melakukan penjualan tiket penumpang

b. Pramuni Loker

Adapun tugas yang dilakukan oleh pramuni loker yaitu membantu bagian reservasi ticketing dalam memasarkan atau melakukan penjualan tiket penumpang

c. Staf Operasi

Adapun tugas yang dilakukan oleh staf operasi yaitu:

- Melaksanakan kegiatan permuatan dan pembongkaran barang
- Melakukan pembuatan dokumen yang menyangkut dengan proses kegiatan permuatan dan pembongkaran barang
- Melaporkan hasil kegiatan pemuatan dan pembongkaran barang ke Asisten manager pemasaran dan penjualan jasa

d. Security

Adapun tugas yang dilakukan oleh security yaitu pengamanan segala kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan dan seluruh aset perusahaan.

C. Manager Administrasi

Pada manager administrasi memiliki tugas untuk mendelegasi tugas-tugas yang berhubungan dengan masalah keuangan administrasi maupun keuangan untuk kepegawaian Manager usaha dalam pelaksanaan pendelegasian keuangan dibantu oleh asisten manager keuangan

1. Asisten Manager Keuangan

Adapun tugas yang dilakukan oleh Asisten manager keuangan yaitu :

- Melaporkan seluruh hasil kegiatan yang dilakukan yang terkait dengan bagian tanggung jawab tugasnya kepada manager Administrasi.
- Melakukan pencatatan kedalam pembukuan tentang segala penghasilan perusahaan dan biaya beban perusahaan.

- Asisten manager keuangan membawahi kasir, bendahara tiket, staf keuangan, dan staf administrasi dan umum.

a. Kasir

Adapun tugas yang dilakukan oleh kasir yaitu

- Melakukan pencatatan baik uang yang masuk maupun yang keluar
- Melakukan penyetoran ke bank dan berhak mengeluarkan uang dari bank setelah disetujui oleh manager administrasi dan general manager

b. Bendahara Tiket

Adapun tugas yang dilakukan oleh bendahara tiket yaitu melakukan pencatatan yang terkait dengan biaya pengeluaran dan pengembalian tiket

c. Staf Keuangan

Adapun tugas yang dilakukan oleh staf keuangan yaitu membantu pelaksanaan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh asisten manager keuangan

d. Staf Administrasi dan Umum

Adapun tugas yang dilakukan oleh staf administrasi dan umum yaitu melakukan pengumpulan seluruh data administrasi dan data-data kepegawaian untuk menjadi bahan dokumentasi atau dokumen pengarsipan.

D. Terminal Point

Pada terminal point merupakan bagian yang bertanggung jawab pada pelaksanaan kegiatan operasional diluar area pelabuhan kota parepare yang masih cakupan dari subcabang PT Pelni kota parepare.

4.1.4 Kegiatan Usaha

PT PELNI menyediakan jasa angkutan transportasi laut yang meliputi penumpang dan barang antara pulau di wilayah Nusantara. PT. Pelayaran Nasional Indonesia memiliki 26 unit kapal penumpang, 5 unit kapal Tol laut yang melayani angkutan atau muatan container berupa bahan makanan pokok maupun bahan bangunan untuk memenuhi pemerataan infrasturktur sehingga terjadinya pertumbuhan ekonomi. Selain itu PT. Pelayaran Nasional Indonesia mendukung pengembangan pada pariwisata bahari di wilayah Indonesia dengan memberikan layanan berupa paket wisata kepulau-pulau yang memiliki keindahan bawa laut dan pemandangan alam yang mengagumkan seperti kepulauan raja ampat, wakatobi, pulau komodo, bunaken, derawan dan tomini.

Indonesia adalah Negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki kurang lebih 17.503 pulau. Surat Keputusan Dirjen peraturan laut No. AT 55/I/DJPL-06 Tanggal 05/04/2006 tentang penetapan rute tetap angkutan laut.

Misinya “Mengelola dan mengembangkan usaha logistik maritim di Indonesia dan Asia Tenggara”. PT PELNI memiliki tanggung jawab berkontribusi positif terhadap negara dan karyawan, serta berperan aktif dalam pembangunan lingkungan dan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu memanfaatkan sumber daya alam dalam rangka pembangunan yang berkelanjutan dan pemberdayaan

masyarakat dalam rangka peningkatan kesejahteraan dapat tercapai sesuai target sasaran.

4.1.5 Budaya Perusahaan

Untuk mencapai visinya, PT PELNI berkomitmen menerapkan tata nilai utama yaitu:

1. ***Integritas***, INSAN PELNI harus memiliki integritas dalam rangka mencapai keunggulan dalam kinerja berdasarkan atas tuntunan “*stakeholders*”.
2. ***Service Excellence***, Fokus pada pelanggan untuk memberikan pelayanan terbaik/prima dan memastikan jasa yang selalu memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. ***Continous Learning***, INSAN PELNI harus mampu beradaptasi secara berkelanjutan yang mendasari tuntutan apapun segala situasinya.
4. ***Careness***, menerapkan K3 untuk lingkungan pekerja, mitra, dan masyarakat sekitarnya.

HASIL PENELITIAN

Data yang diperoleh dengan mengambil data pendapatan penjualan di tahun 2018, tahun 2019 (sebelum Covid 19) dan tahun 2020 di masa pandemik *COVID 19*.

**Tabel 2. TOTAL PENDAPATAN PENJUALAN PERBULAN TIKET
PT. PELNI CAB. PARE PARE**

No	Bulan	Penjualan		
		2018	2019	2020
1	JANUARI	Rp 2.700.102.000,00	Rp 3.188.343.000,00	Rp 2.859.752.000,00
2	FEBRUARI	Rp 1.914.772.000,00	Rp 1.468.367.000,00	Rp 2.067.070.000,00
3	MARET	Rp 1.793.799.000,00	Rp 2.208.629.000,00	Rp 1.811.004.000,00
4	APRIL	Rp 1.374.258.000,00	Rp 1.863.362.000,00	Rp 25.453.000,00
5	MEI	Rp 1.938.771.000,00	Rp 2.659.807.000,00	Rp -
6	JUNI	Rp 3.589.048.000,00	Rp 5.249.882.000,00	Rp 8.580.000,00
7	JULI	Rp 4.158.546.000,00	Rp 3.663.782.000,00	Rp 195.169.000,00
8	AGUSTUS	Rp 2.151.726.000,00	Rp 3.395.780.000,00	Rp 1.043.992.000,00
9	SEPTEMBER	Rp 2.714.235.000,00	Rp 2.186.728.000,00	Rp 1.391.218.000,00
10	OKTOBER	Rp 1.879.340.000,00	Rp 2.531.296.000,00	Rp 1.224.143.000,00
11	NOVEMBER	Rp 2.191.634.000,00	Rp 2.616.412.000,00	Rp 1.468.567.000,00
12	DESEMBER	Rp 2.780.969.000,00	Rp 3.526.529.000,00	Rp 1.623.064.000,00

Dapat dilihat pada tabel tersebut pendapatan di tahun 2018 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan penjualan tiket pertahunnya sebelum Covid-19 masuk di Indonesia. Tahun 2018 pendapatan tertinggi yang diperoleh pada bulan Juli sebesar Rp. 4.158.546.000 dan pendapatan terendah pada bulan April Rp 1.374.258.000, sedangkan di tahun 2019 pendapatan tertinggi di bulan Juni sebesar Rp 5.249.882.000 dan pendapatan terendah di bulan Februari sebesar Rp 1.468.367.000.

Pada awal tahun 2020 di bulan Januari sampai bulan Februari pendapatan dari data penjualan tiket PT. Pelni Cabang Parepare masih di kisaran \pm 2 M yang menandakan pendapatan masih normal, namun ketika pandemi Covid-19 sudah terindikasi di Indonesia. di awal bulan Maret sampai Juli data dari pendapatan penjualan tiket PT. Pelni sangatlah menurun yang dapat di lihat pada tabel 2.

Dari data yang diuraikan diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa pendapatan penjualan tiket pada PT. Pelni Cab. Parepare pada masa COVID-19 sangatlah menurun dikarenakan adanya aturan yang berlaku seperti PP No. 21 Tahun 2020 Tentang *"Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disaease 2019 (COVID-19) Ditetapkan pada Tanggal 31 Maret 2020"* dan banyak kebijakan-kebijakan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah dan manajemen pusat perusahaan untuk mengatasi penyebaran COVID-19 di bidang jasa transportasi laut.

Tahun 2020 di bulan April pendapatan PT. Pelni Cabang Parepare sangat jauh dari pendapatan normal setiap bulannya, dimana pendapatan bulan April di kirsan Rp. 25.453.000,00 dibandingkan pendapatan di bulan Maret yang masih dikisaran Rp. 1.811.004.000,00. Penyebab terjadinya penurunan ini didasari dengam adanya aturan-aturan yang berlaku yaitu :

1. Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 25 Tahun 2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Masa Mudik Idul Fitri Tahun 1441 Hijriah Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) tertanggal 23 April 2020;
2. Surat Direktur Lalu Lintas dan Angkutan Laut Nomor: PR.101/33/4/DA-2020 tertanggal 03 April 2020 perihal Optimalisasi operasi kapal PSO penumpang dan perintis dimasa karantina wilayah akibat Covid-19;

3. Notas Dinas Direktur Usaha Angkutan Penumpang nomor: 04.22/02/ND-B/010/2020 tertanggal 22 April 2020 perihal Port Stay Kapal PSO Penumpang & Kapal Perintis.
4. Surat Emplooi kami nomor: 04.18/06/S-B/010/2020 tertanggal 18 April 2020 perihal Emplooi KM. Labobar Voyage 08.2020.

Analisis Deskriptif Kuantitatif

1. Peneliti mengumpulkan data mengenai perhitungan pendapatan PT. Pelni Cab. Parepare tahun 2018 – 2020 yang dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 3. TOTAL PENDAPATAN PERTAHUN PT. PELNI CABANG PAREPARE

No	Tahun	Penerimaan total	Pengeluaran (Biaya total)	Laba
1	2018	Rp. 29.187.200.000	Rp. 2.152.523.500	Rp. 27.034.676.500
2	2019	Rp. 34.558.917.000	Rp. 2.689.700.500	Rp. 31.869.216.500
3	2020	Rp. 13.718.012.000	Rp. 1.448.278.500	Rp. 12.269.733.500

2. Untuk melihat efisiensi pendapatan pada PT. PELNI, maka perlu dilakukan pengurangan antara pendapatan dari jumlah pendapatan penjualan tiket dengan biaya operasional PT. Pelni Cab. Parepare dengan menggunakan rumus :

$$L = TR - TC$$

Penerimaan Total - Pengeluaran (Biaya Total) dengan kriteria sebagai berikut :

L = Ketika nilai L negatif artinya rugi

L = Ketika nilai L positif artinya untung

L = Ketika nilai L sama dengan nol (0) berarti impas

Untuk mengetahui tingkat penerimaan pendapatan PT. Pelni Cab. Parepare sebelum pandemi COVID-19 masuk di Indonesia dan pada saat terjadi pandemi COVID-19 di Indonesia maka dapat digunakan rumus :

$$L = TR - TC$$

$$\begin{aligned} L_{2019} &= 34.558.917.000 - 2.689.700.500 \\ &= 31.869.216.500 \end{aligned}$$

Dari data diatas jumlah penerimaan pendapatan di tahun 2019 PT. Pelni Cab. Parepare sebelum wabah COVID-19 masuk di Indonesia adalah Rp. 31.869.216.500 .

$$\begin{aligned} L_{2020} &= 13.718.012.000 - 1.448.278.500 \\ &= 12.269.733.500 \end{aligned}$$

PT. Pelni Cab. Parepare selalu mengalami keuntungan pada setiap tahunnya dimana nilai L selalu positif. Jumlah laba pada PT. Pelni di tahun 2020 di masa COVID-19 di Indonesia adalah Rp. 12.269.733.500, hasil penjualan tiket di tahun 2020 sangatlah menurun dibandingkan pada penjualan tiket di tahun 2019 dengan jumlah laba yang diperoleh sebesar Rp. 31.869.216.500, jadi selisih dari total pendapatan di tahun 2019 sebelum terjadinya wabah COVID-19 dan di tahun 2020 pada masa wabah COVID-19 adalah Rp. 19.599.483.000 mengalami penurunan yang sangat signifikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pendapatan penjualan tiket kapal pada PT. Pelni selalu mengalami keuntungan di setiap tahunnya.
2. Pendapatan penjualan tiket PT. Pelni di tahun 2019 sebelum masa wabah COVID-19 adalah Rp. 34.558.917.000 .
3. Pendapatan penjualan tiket PT. Pelni di tahun 2020 pada masa wabah COVID-19 adalah Rp. 13.718.012.000 .
4. Besarnya selisih dari data penjualan tiket kapal pada PT. Pelni Cab. Parepare di tahun 2019-2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan dikarenakan berbagai aspek.

5.2 Saran

Dalam penelitian analisis perubahan penjualan tiket kapal pelni terhadap laba perusahaan selama Pandemi COVID-19 di PT. Pelni Cabang Parepare selanjutnya disarankan untuk mengambil data 10 tahun terakhir dan menambah variabel-variabel lainnya yang akan mempengaruhi pendapatan pada penjualan tiket kapal.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Risna, 2013, *Perhitungan Laba Rugi*.
<https://pt.slidesale.net/RisnaAchmad/perhitungan-labarugi/2?smtNoRedir=1>
 Diakses tanggal 19 April 2021
- Agus, Sartono. 2015. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Dwi Prayetno, 2020, *Tugas Makalah Prof. Dr. Apollo (Daito) – Pengertian Laba dan Konsep Laba*. <https://www.kompasiana.com/dwiprayetno/5ec56d52097f361121048843/tugas-makalah-prof-dr-apollo-daito-pengertian-laba-dan-konseplabapage=all#> Diakses tanggal 13 maret 2021
- Eni Suasri dan Dahlia, Vol.3 No.1, 2020, *Analisis Perubahan pendapatan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Tahun 2017 dan 2018*. Politeknik negeri tanah laut. <http://jra.politak.ac.id/index.php/JRA/index>. Diakses tanggal 10 Maret 2021
- Fitri Iflakhul Khamidah, *Analisis kinerja keuangan berdasarkan rasio profitabilitas dan likuiditas pada LBB SSC Surabaya*. Surabaya
- Hery dan Widyawati Lekok, 2012, *Akuntansi Keuangan Menengah*, Jakarta, Bumi Aksara
<http://repository.uki.ac.id/1397/1/8.Modul%20KKNIPASAR%20PERSAINGAN%20SEMPURNA5.pdf> Diakses tanggal 19 April 2021
- <https://www.pelni.co.id/tentang-kami> (diakses pada Tanggal 17 Juli 2021)
- I Nyoman Kusuma Adyana Maha Putra, Vol.7 No.2, 2012. *Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI*. Denpasar.
- Ismail, 2013, *Makalah tentang LABA/Keuntungan (Mata Kuliah Akuntansi Dasar)-Pengertian Laba/Rugi, Kapan dikategorikan Laba/Rugi dan Keterkaitan Laba/Rugi dengan Perusahaan*.
<https://ismail125cc.blogspot.com/2013/09/makalah-tentang-laba.html>
 Diakses tanggal 11 Maret 2021
- Kasmir, 2019, *Analisis Laporan Keuangan Edisi Revisi*, Depok, Raja Grafindo
- Kasmir, 2021, *Analisis Laporan Keuangan Edisi Pertama Cetakan Kelima* Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Martani, Dwi. Dkk., 2016 “*Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK (ed. 2, buku 1)*”, Jakarta: Salemba Empat.

- Moekijat, **“Kamus Istilah Ekonomi”**, Penerbit CV. Mandar Maju, Bandung, 2000.
- Muh Hafirin, 2009, **Penganggaran perusahaan**, Jakarta, salemba empat.
- Mulyadi, 2010, **Sistem Akuntansi Edisi Ke-3 cetakkan ke-5**, salemba empat.
- Nur Fadrijh Asik dan Rima Silviana, Vol.5 No.1. 2016, **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan kebijakan dividen terhadap perubahan laba**. Surabaya. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1446/1461> Diakses tanggal 10 maret 2021
- Nur Rohmah, 2020, **Contoh dan Pengertian Variabel Dependen dan Independen**. <https://akuntanonline.com/contoh-variabel-dependen-dan-independen/> Diakses tanggal 15 Maret 2021
- Putri Wulandari, **Pengaruh Perubahan Pendapatan Penjualan Tiket Pesawat dan Kapal PELNI Terhadap Perubahan Laba Perusahaan Pada PT Pesona Bintang Tours & Travel**, Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Haji, Tanjung Pinang
- Resi Rismawati, Vol.4 No.2, 2018, **Analisis Perbandingan volume penjualan sebelum dan sesudah mendapatkan sertifikat halal (studi pada PT Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018,.** Bandung. Universitas Telkom.
- Sariguna Posma, 2018, **Modul Ekonomi Mikro “Pasar Persaingan Sempurna”**
- Sujarweni, Wiratna V, **Manajemen Keuangan Teori Aplikasi dan Hasil Penelitian**
- Weilly Riduan Nazir dan Roy Budi Harjo, Vol.14 (1). 2019. **Pengaruh CR DER dan NPM Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Jasa Perhotelan/Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi**. Jakarta. <http://journal.unj/unj/index.php/wahana.akuntansi> Diakses tanggal 10 Maret 2021.
- Sutrisno. (2009). **Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi** Yogyakarta: Ekonisia
- Sudana, Made. I. 2011. **Manajemen Keuangan Perusahaan**. Jakarta: Erlangga
- Utari, Dewi, dkk. 2014. **Manajemen Keuangan : Kajian Praktik dan Teori dalam Mengelola Keuangan Organisasi Perusahaan**. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Nomor : 02.01.01/S/892-2021
Lampiran : -
Perihal : Peretujuan Penelitian

Parepare, 01 Februari 2021

Kepada Yth :
Universitas Bosowa
di_
Makassar

Dengan hormat,

Menunjuk Surat dari Universitas Bosowa Kota Makassar No.A.089/FEB/UNIBOS/II/2021 Tanggal 28 Januari 2021, Perihal Permohonan izin Penelitian di Kantor PT. Pelni cabang Parepare, bahwa pada prinsipnya dapat di setujui, atas nama sbb :

- Nama : ANGGRENY TRIWULANDA
- Stambuk : 4517012127
- Program Studi : Manajemen Keuangan

Demikian di sampaikan atas perhatian serta kerja samanya di ucapakan terima kasih.



Kepala Cabang

GATOT HARMANTO, SE
Nrp.05213

Tembusan :
1. Arsip

PENDAPATAN PENJUALAN TIKET PT. PELNI CABANG PAREPARE

NO	BULAN	PENDAPATAN		
		2018	2019	2020
1	JANUARI	Rp 2.700.102.000,00	Rp 3.188.343.000,00	Rp 2.859.752.000,00
2	FEBRUARI	Rp 1.914.772.000,00	Rp 1.468.367.000,00	Rp 2.067.070.000,00
3	MARET	Rp 1.793.799.000,00	Rp 2.208.629.000,00	Rp 1.811.004.000,00
4	APRIL	Rp 1.374.258.000,00	Rp 1.863.362.000,00	Rp 2.545.000,00
5	MEI	Rp 1.938.771.000,00	Rp 2.659.807.000,00	Rp -
6	JUNI	Rp 3.589.048.000,00	Rp 5.249.882.000,00	Rp 8.580.000,00
7	JULI	Rp 4.158.546.000,00	Rp 3.663.782.000,00	Rp 195.169.000,00
8	AGUSTUS	Rp 2.151.726.000,00	Rp 3.395.780.000,00	Rp 1.043.992.000,00
9	SEPTEMBER	Rp 2.714.235.000,00	Rp 2.186.728.000,00	Rp 1.391.218.000,00
10	OKTOBER	Rp 1.879.340.000,00	Rp 2.531.296.000,00	Rp 1.224.143.000,00
11	NOVEMBER	Rp 2.191.634.000,00	Rp 2.616.412.000,00	Rp 1.468.567.000,00
12	DESEMBER	Rp 2.780.969.000,00	Rp 3.526.529.000,00	Rp 1.623.064.000,00
	TOTAL	Rp 29.187.200.000,00	Rp 34.558.917.000,00	Rp 13.718.012.000,00

PAREPARE, 17 JULI 2021


(AKBAR DWI SAPUTRA, ST)

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASME
NOMOR : A.1824 /FEB/UNIBOS/VIII/ 2021

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama	: Anggreny Triwulanda
Stambuk	: 4517012127
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi Dan Bisnis / Manajemen

Dinyatakan bebas dari **Plagiasme dengan batas maximal 30 %**, dengan rincian skripsi 29% dan Jurnal 21%, yang berhubungan skripsi dengan judul:

"Analisis Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelni Terhadap Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 di PT. Pelni Cabang Parepare".

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Makassar, 24 Agustus 2021

Dekan



Dr. H. A. Afruddin Mane, SE., SH., M.Si., M.H.
NIDN . 09 07077003

FORMULIR PENGAJUAN PENERBITAN

Nama Lengkap : Anggreny Triwulanda
Stambuk : 4517012127
Alamat : BTP Blok J No.91
Telpon/HP : 085255105300
E-mail : anggrenytriwulanda0104@gmail.com
Judul :

"Analisis Perubahan Penjualan Tiket Kapal Pelni Terhadap Laba Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 di PT. Pelni Cabang Parepare".

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benar bahwa:

1. Naskah yang diserahkan adalah karya asli dan bebas dari fabrikasi, plagiasi, duplikasi dan pelanggaran hak cipta data/isi.
2. Naskah belum pernah diterbitkan dan tidak sedang dipertimbangkan oleh penerbit lain
3. Apabila dikemudian hari ada implikasi terhadap hal-hal yang disebutkandi atas, bukan menjadi tanggung jawab Penerbit dan Dewan Editor.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan jujur dan bertanggung jawab,

Makassar, 24 Agustus 2021



Anggreny Triwulanda

