

## Analisis Perbandingan Tingkat Penjualan Pada Laporan Keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. Tahun 2016-2019

Eka Mun Haryani<sup>1)</sup>; Noor Amelia<sup>2)\*</sup>; Muhammad Ghalih<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> 1801302064.akt@politata.ac.id, Politeknik Negeri Tanah Laut, Indonesia;

<sup>2)</sup> noor.amelia@politata.ac.id, Politeknik Negeri Tanah Laut, Indonesia;

<sup>3)</sup> ghalih@politata.ac.id, Politeknik Negeri Tanah Laut, Indonesia.

\*) corresponding author

Dikirim: 2022-06-8

Direvisi: 2022-07-2

Diterima: 2022-07-3

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis perbandingan tingkat penjualan pada laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. tahun 2016-2019. Metode Penelitian yang digunakan pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. adalah metode kuadrat terkecil (least square method) serta menghitung rasio profitabilitas terhadap hasil pengembalian aset (return on assets) dan margin laba bersih (net profit margin). least square method digunakan untuk memprediksi suatu data dimasa depan. Sedangkan perhitungan rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan atas penggunaan sumber daya yang dimilikinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan tingkat penjualan pada laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. dengan PT. Kino Indonesia Tbk. tahun 2016-2019. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan least square method dan rasio profitabilitas menunjukkan kedua perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan. Tingkat penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk. lebih baik dibandingkan dengan PT. Kino Indonesia Tbk. Hal ini dapat dilihat dari peramalan penjualan tahun 2019 yang didapatkan pada PT. Unilever Indonesia Tbk. lebih besar daripada PT. Kino Indonesia Tbk. Kemudian, untuk perbandingan dari rasio profitabilitas pada PT. Unilever Indonesia Tbk. memperoleh hasil lebih besar dibanding PT. Kino Indonesia Tbk.

**Kata kunci** : metode kuadrat terkecil; tingkat penjualan; rasio profitabilitas.

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to comparative analysis of sales level in the financial reports of PT. Unilever Indonesia Tbk. and PT. Kino Indonesia Tbk. In 2016-2019. Research conducted at PT. Unilever Indonesia Tbk. and PT. Kino Indonesia Tbk. uses the least square method and profitability ratios in the form of net profit margin and return on assets. The least squares method is used to predict data in the future. Meanwhile, the profitability ratio is used to measure the company's ability to make a profit or profit from the use of its resources. The purpose of this study is to analyze the comparison of the sales level in the financial reports of PT. Unilever Indonesia Tbk. and PT. Kino Indonesia Tbk. in 2016-2019. The results obtained from the calculation using least squares method and the profitability ratio showed that both companies experienced an increase and a decrease. PT. Unilever Indonesia Tbk. produced a better sales rate compared to PT. Kino Indonesia Tbk. This can be seen from the sales forecast for 2019 obtained at PT. Unilever Indonesia Tbk. greater than PT. Kino Indonesia Tbk. Then, for a comparison of the profitability ratio of PT. Unilever Indonesia Tbk. the results are greater than PT. Kino Indonesia Tbk.*

**Keywords:** Sales Level; Least Square Method; Profitability Ratio.

Copyright (c) 2022, Eka Mun Haryani; Noor Amelia; Muhammad Ghalih.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Indonesia yang memiliki kekayaan berlimpah berupa potensi sumber daya alam, menjadikan pilar suatu perusahaan dapat melakukan perubahan melalui pemanfaatan sumber daya alam tersebut dengan maksimal. Seperti halnya pada perusahaan manufaktur, perusahaan ini merupakan suatu perusahaan yang kegiatan usahanya berupa pembuatan bahan mentah menjadi barang jadi yang siap untuk dijual atau dipasarkan. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mempunyai berbagai bidang subsektor yang tersebar di wilayah Indonesia, salah satunya pada barang keperluan rumah tangga sekaligus subsektor industri kosmetik.

Tujuan dari perusahaan adalah mencari laba atas usaha yang didirikannya, dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Selain itu, dengan melakukan suatu perubahan dengan menciptakan ide supaya perusahaan dapat berkembang mengikuti zaman. Oleh karena itu, apabila keadaan ekonomi suatu negara tidak diimbangi dengan suatu perubahan yang positif maka akan berdampak besar bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam menjalankan roda perekonomian masyarakat.

Perusahaan memerlukan suatu pencatatan mengenai pengeluaran dan penerimaan kas atas barang yang diproduksinya yang berfungsi untuk mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Seperti halnya menurut Anastasia Diana & Lilis Setawati (2017) dalam sebuah buku menyebutkan akuntansi keuangan merupakan bagian perusahaan yang sangat penting yang ditujukan kepada pengguna untuk menghasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan. Akuntansi ini digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan agar dapat menghasilkan informasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan yang meliputi pencatatan, pengklasifikasian, dan peringkasan atas transaksi yang terjadi di perusahaan tersebut.

PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang subsektor industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Adapun barang yang dijual berupa produksi wangi-wangian, kosmetik, perawatan rambut, produk makanan dan minuman, produk perawatan rumah dan produk perawatan tubuh. Dengan hal ini, untuk mengukur dan melihat suatu perusahaan dapat berkembang dengan baik serta mensejahterakan keadaan perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan analisis tingkat penjualan dari produk tersebut. Penjualan suatu produk setiap perusahaan ini menjadi tolak ukur perusahaan dapat menghasilkan laba atau menjadi rugi.

Berdasarkan subsektor industri, PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. adalah perusahaan sejenis yang sama-sama bergerak dibidang kosmetik dan keperluan rumah tangga. Akan tetapi, tingkat penjualan dari hasil laporan keuangan kedua perusahaan memiliki perbedaan laba yang signifikan sepanjang tahun 2016 sampai dengan 2019. Walaupun, hasil tingkat penjualan dari kedua perusahaan memiliki perbedaan, namun perbedaan fluktuasi dari persentase tingkat penjualan yang dihasilkan setiap tahunnya tidak signifikan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan dua perusahaan untuk membandingkan dari kedua perusahaan terhadap penggunaan aset, penjualan produk, kemudian dari laba yang dihasilkan perusahaan. Dari hasil penelitian

tersebut, penulis dapat mengetahui hal yang mempengaruhi perbedaan tingkat penjualan dari kedua perusahaan.

Dalam melakukan suatu analisis pada laporan keuangan diperlukan suatu metode untuk memudahkan perusahaan membandingkan tingkat penjualan dari kedua perusahaan. Metode yang digunakan berupa analisis profitabilitas untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan metode kuadrat terkecil (*least square method*) untuk meramalkan kondisi dimasa akan datang. Dari kedua metode tersebut, dapat diketahui tingkat penjualan yang lebih baik ataupun yang kurang baik dari masing-masing perusahaan. Apabila perusahaan memperoleh tingkat penjualan yang kurang baik dapat mencari jalan keluar atau melakukan evaluasi terhadap kinerjanya. Dan menjadikan tolak ukur perusahaan dimasa datang agar memperoleh penjualan yang lebih baik dibanding sebelumnya.

Oleh karena itu, dari hasil uraian di atas, penulis tertarik untuk menggunakan analisis rasio profitabilitas dan analisis trend dalam penelitian ini. Rasio profitabilitas sebagai tolak ukur perusahaan dalam mencapai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, sedangkan *least square method* ini dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam meramalkan tingkat penjualan tahun berikutnya. Kemudian, dengan kedua metode ini penulis dapat membandingkan tingkat penjualan dari berbagai macam produk yang dijual kedua perusahaan yang dilihat dari perkembangan profitabilitas dan perkiraan produk atas penjualannya dimasa datang, dengan ini penulis dapat mengetahui dari kedua perusahaan tersebut mana yang lebih baik dan efisien. Jadi penulis meneliti tentang perbandingan tingkat penjualan pada laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. Tahun 2016-2019”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tingkat Penjualan

Rangkuti dan Freddy (2009) dalam sebuah buku menyebutkan tingkat penjualan sebagai pencapaian dari segi fisik atau unit produk yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif. Selin itu menurut Kotler, dan Kevin Lane Keller (2008), tingkat penjualan adalah pencapaian selama jangka waktu tertentu atas sejumlah barang yang dijual. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan merupakan tolak ukur dalam pencapaian suatu produk barang atau jasa yang dijual dan dinyatakan secara kuantitatif.

### Pengertian Laporan Keuangan

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) (2007) menyebutkan suatu bentuk yang menjadi bagian dalam pelaporan keuangan disebut laporan keuangan yang terdiri laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, laporan perubahan posisi keuangan atau laporan arus kas dan terdapat catatan serta laporan lain yang berisi penjelasan secara menyeluruh dari laporan keuangan. Sedangkan, menurut Hery (2016) dalam sebuah buku menyebutkan laporan keuangan merupakan proses pengikhtisaran dan pencatatan berupa data transaksi bisnis pada perusahaan dan

menjadi produk akhir dari serangkaian proses tersebut. Menurut penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan terkait laporan keuangan yakni berupa catatan yang dimanfaatkan sebagai bentuk pelaporan keuangan suatu perusahaan secara menyeluruh yang meliputi laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, laporan perubahan posisi keuangan, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan.

### Tujuan Laporan Keuangan

Dwi Prastowo (2011) menyebutkan Laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kinerja keuangan, posisi keuangan, dan perubahan yang terjadi pada posisi keuangan suatu perusahaan. Laporan keuangan memiliki manfaat bagi sebagian besar pemakai maupun pemangku kebijakan dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Selain itu, menurut Anastasia Diana & Lilis Setiawati (2017), laporan keuangan bertujuan menyediakan informasi berkaitan dengan kinerja keuangan, posisi keuangan, dan arus kas entitas yang memiliki manfaat untuk sejumlah kalangan yang menggunakan laporan keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi-informasi yang berhubungan dengan kinerja, posisi keuangan, dan perubahan posisi keuangan perusahaan sehingga memudahkan pengguna laporan keuangan dalam menentukan keputusan ekonomi atas pengelolaan sumber daya entitas tersebut.

### Analisis *Trend* Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Methode*)

Lucas Setia Atmadja (2008) dalam bukunya Teori dan Praktek Manajemen Keuangan menyebutkan analisis *trend* merupakan suatu bentuk pendekatan dengan menghitung perbandingan data laporan keuangan perusahaan secara *time series*. Kemudian, menurut Yacub Ibrahim (2003) dalam bukunya Studi Kelayakan Bisnis, *trend* merupakan suatu alat yang digunakan dalam kegiatan perkiraan kondisi di masa datang dengan menggunakan data masa lalu atau data historis perusahaan. Selanjutnya, menurut Kasmir (2008) dalam bukunya Analisa Laporan Keuangan mengatakan analisis *trend* dapat diartikan sebagai bentuk penganalisan pada laporan keuangan dalam bentuk persentase. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh kesimpulan bahwa analisis *trend* merupakan metode yang dipergunakan untuk mengetahui persentase suatu produk barang atau jasa dengan melakukan perkiraan dimasa yang akan datang.

Boedijoewono (2016:208) dalam sebuah bukunya menjelaskan metode kuadrat terkecil (*least square method*) merupakan besarnya bentuk kuadrat penyimpanan pada nilai data pada laporan keuangan dengan garis *trend* yang terkecil atau minimum. Selain itu, menurut Suharyadi dan Purwanto S.K (2016), metode kuadrat terkecil (*least square method*) adalah suatu bentuk metode yang digunakan dalam persamaan regresi sesuai dengan selisih kuadrat yang terjadi di nilai Y yang sebenarnya dengan nilai Y' berupa ramalan atau dugaan. Dengan demikian metode kuadrat terkecil adalah metode yang digunakan sebagai peramalan atau estimasi kejadian dimasa akan datang dan metode ini memiliki nilai penyimpangan terkecil.

Bentuk umum persamaan garis:

$$y = a + bx$$

Menentukan nilai a dan b dari persamaan garis:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \text{ dan } b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan:

y = Nilai-nilai hasil pengamatan/observasi

x = Unit waktu yang dihitung dari periode dasar

n = Jumlah data

a = Nilai trend pada periode dasar

b = Perubahan trend

Untuk nilai n ganjil maka:

1. Jarak antar waktu ditambahkan nilai satu satuan
2. Nilai di atas nol (0) diberi tanda negatif (-)
3. Nilai di bawah nol (0) diberi tanda positif (+)

Untuk nilai n genap maka:

1. Jarak antar waktu diberi nilai dua satuan
2. Nilai setelah nol (0) ditandai negatif (-)
3. Nilai sebelum nol (0) ditandai positif (+)

### **Rasio Keuangan**

Hery (2016) dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan menyebutkan rasio keuangan adalah suatu bentuk perhitungan atas rasio pada laporan keuangan, dan dijadikan untuk mengukur kinerja serta kondisi perusahaan. Rasio keuangan berupa nilai yang dihitung dari hasil perbandingan pada pos-pos tertentu dalam laporan keuangan dengan pos-pos laporan keuangan lain yang berpengaruh secara signifikan. Adapun pengertian rasio keuangan menurut Dwi Prastowo (2011) merupakan bentuk pengungkapan mengenai hubungan perbandingan jumlah pos yang satu dengan jumlah pos lainnya.

Hery (2016) menyebutkan bahwa analisis rasio keuangan adalah suatu bentuk analisis yang digunakan sebagai penghubung dari perkiraan rasio keuangan. Pada analisis rasio ini dapat dijadikan sebagai pengungkapan antarperkiraan pada data laporan keuangan serta menjadi evaluasi atas kinerja dan kondisi perusahaan. Dengan demikian rasio keuangan adalah perhitungan perbandingan antar pos laporan keuangan untuk mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan dimasa datang.

### **Pengertian Rasio Profitabilitas**

Sartono Kartodirdjo (2001) mengatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan atau entitas dalam memperoleh keuntungan atas penjualan, aktiva, serta modal sendiri selama periode tertentu. Sementara itu, menurut Sangadji (2018) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui selisih anggaran antara pendapatan dan semua pengeluaran. Sedangkan rasio profitabilitas menurut Hery (2016) merupakan bentuk rasio yang dijadikan sebagai alat kemampuan suatu entitas atau perusahaan dalam mendapatkan laba atas sumber daya dan aktivitas bisnisnya. Dengan demikian, rasio profitabilitas adalah suatu metode yang digunakan suatu perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mencapai laba atau keuntungan.

### Jenis Rasio Profitabilitas

Terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas diantaranya:

#### 1. Hasil Pengembalian Aset (*Return on Assets/ ROA*)

Menurut Hery (2016) hasil pengembalian aset (*ROA*) adalah rasio yang menentukan besarnya kontribusi aset untuk memperoleh laba bersih perusahaan. Semakin besar hasil *ROA* diimbangi juga dengan semakin besar pula laba bersih yang diperoleh dari total aset. Selain itu, menurut Munawir (2002) *return on assets* adalah rasio yang digunakan dalam pengukuran besarnya efektivitas perusahaan atas dana yang diberikan terhadap aset untuk kegiatan operasi perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan. Jadi hasil *ROA* ini dapat diartikan sebagai pengukuran kinerja perusahaan pada aset untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Keterangan:

- Laba bersih setelah pajak: penghasilan bersih setelah dikurangi pajak penghasilan.
- Total aset: jumlah komponen aset lancar dan aset tidak lancar.

#### 2. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin/NPM*)

Hery (2016) mengemukakan bahwa margin laba bersih (*NPM*) adalah rasio untuk mengukur seberapa besar persentase yang diperoleh dari laba bersih dari penjualan bersih yang dilakukan perusahaan. Kemudian, menurut Dwi Pastowo (2005), *net profit margin* adalah rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan hasil penjualan. Pada rasio ini menunjukkan gambaran persentase laba dari penjualan untuk pemegang saham. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *NPM* adalah salah satu tolak ukur dalam rasio profitabilitas untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari hasil penjualannya. *NPM* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Keterangan:

- Laba bersih setelah pajak: penghasilan bersih setelah dikurangi pajak penghasilan.
- Penjualan bersih: hasil pengurangan antara penjualan kotor dan potongan serta pengurangan lainnya.

## METODE

### Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan objek data kuantitatif. Menurut Sangadji, Dkk (2022) data kuantitatif telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah sebagai metode scientific, karena memenuhi unsur rasional, obyektif, terukur, dan konkrit. Dengan demikian, penulis dapat menggambarkan suatu data objek penelitian dari data kuantitatif yang diperoleh berupa laporan keuangan pada PT. Kino Indonesia Tbk. dan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016-2019.

### Sumber Data

Sumber data penelitian yang dilakukan penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), yang berupa laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. dan PT. Kino Indonesia Tbk. tahun 2016-2019. Data sekunder ini merupakan data dari hasil penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini bersifat publik dan berupa dokumen-dokumen atau dalam bentuk lainnya. Data sekunder yang diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) memudahkan untuk penelitian, karena sudah tercantum berbagai macam perusahaan dengan bidang yang berbeda-beda. Kemudian, berisi informasi mengenai data yang relevan terutama mencakup laporan keuangan perusahaan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi berbagai cara antara lain sebagai berikut:

#### 1. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan pencarian referensi literatur, jurnal, kajian penelitian terdahulu, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yang bertujuan untuk mendukung penelitian dalam menyusun laporan tugas akhir. Dalam teknik studi pustaka ini, penulis mendapatkan informasi lebih banyak agar memiliki wawasan yang berkembang dalam penyusunan penelitian.

#### 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi ini diperoleh dengan mengumpulkan data-data berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan data yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan meneliti berbagai data, diantaranya dokumen yang berkaitan dengan laporan keuangan pada PT. Kino Indonesia Tbk. PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016-2017 dari situs resmi BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Data yang dijadikan penelitian ini berupa laporan laba rugi dan data laporan posisi keuangan pada perusahaan tersebut. Dengan data tersebut dapat melakukan penelitian mengenai analisis metode kuadrat terkecil (*least square method*) dan perhitungan rasio keuangan perusahaan terutama pada rasio profitabilitas.

### Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif. Teknik deskriptif ini adalah teknik untuk mendeskripsikan data berupa laporan keuangan yang sudah terkumpul untuk dilakukan analisis. Kemudian, disajikan dalam bentuk persentase angka, tabel dan grafik agar memudahkan dalam proses analisis data. Alat dalam analisis data disini menggunakan *least square method* dan rasio profitabilitas terutama pada rasio hasil pengembalian aset (*ROA*) dan margin laba bersih (*net profit margin*). Dari alat-alat tersebut dapat membantu perusahaan untuk mengetahui kondisi perusahaan memperoleh keuntungan atas penjualan suatu produk yang dihasilkan.

Teknik analisis data dalam penelitian meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Studi Pustaka

Penulis melakukan penelitian dengan cara pencarian referensi literatur, jurnal, dan infomasinya lainnya yang berkaitan dengan tingkat penjualan dengan menggunakan metode rasio profitabilitas dan metode kuadrat tekecil (*least square method*) untuk mendukung penelitian tugas akhir.

#### 2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian tugas akhir ini berupa laporan keuangan dari PT. Kino Indonesia Tbk dan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016-2019, dimana data tersebut diperoleh dari situs resmi BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

#### 3. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan penulis menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square method*) dan rasio profitabilitas yang menghasilkan suatu data yang dapat dianalisis. Kemudian, pada metode kuadrat terkecil digunakan metode persentase kesalahan atau tingkat error yang tujuannya untuk mengetahui seberapa dekat nilai yang diukur atau nilai peramalannya dengan nilai sebenarnya. Berikut ini rumus dari persentase kesalahan atau tingkat error yaitu:

$$\text{Error} = \frac{\text{Nilai Terukur} - \text{Nilai Sebenarnya}}{\text{Nilai Sebenarnya}}$$

Keterangan:

a. Nilai terukur : nilai perkiraan dari hasil perhitungan

b. Nilai sebenarnya : nilai yang sudah diketahui atau diterima dari data yang diperoleh

#### 4. Analisis Data

Setelah melakukan pengolahan data, kemudian hasil data tersebut dianalisis tingkat penjualan pada perusahaan PT. Kino Indonesia Tbk. dan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016-2019.

#### 5. Perbandingan Hasil Analisis Data

Hasil dari data masing-masing perusahaan yang telah dianalisis kemudian dilakukan perbandingan tingkat penjualan pada PT. Kino Indonesia Tbk. dan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016-2019. Selanjutnya, penulis membuat kesimpulan perusahaan mana yang lebih baik dan efisien dalam memperoleh keuntungan atas penjualan suatu produk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini hasil perhitungan dan analisis tingkat penjualan dengan menggunakan *least square method* untuk meramalkan penjualan pada tahun 2019. Sedangkan, rasio profitabilitas terutama pada margin laba bersih (*net profit margin*) dan hasil pengembalian aset (*ROA*) yang bertujuan mengetahui kondisi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan selama 2016-2019. Oleh karena itu dapat diketahui hasilnya sebagai berikut :

## 1. Analisis Perbandingan Tingkat Penjualan dengan Metode Kuadrat Terkecil

Tabel 1. Hasil Pengolahan Data pada Perbandingan Tingkat Penjualan

Tahun	PT. Unilever Indonesia Tbk.	PT. Kino Indonesia Tbk.
2016	40.053.732	3.493.028
2017	41.204.510	3.160.637
2018	42.802.073	3.611.694
2019	46.850.120	3.659.118

Sumber : hasil olah data (2020)

Berdasarkan hasil tingkat penjualan dari masing-masing perusahaan tersebut, maka *least square method* dapat dijadikan sebagai metode yang cocok untuk meramalkan keuangan perusahaan dari hasil penjualannya. Dengan metode ini, perusahaan dapat menggambarkan kondisi keuangan dimasa akan datang, supaya perusahaan dapat mengevaluasi kinerja keuangan untuk dapat memperoleh hasil laban yang lebih maksimal dari penjualan produk-produk. Seperti halnya pada PT. Kino Indonesia Tbk. yang mendapatkan tingkat penjualan yang rendah, sehingga tidak sepenuhnya memperoleh keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, dengan metode ini dapat membantu perusahaan memikirkan solusi untuk mengatasi masalah yang terjadi agar tingkat penjualan tidak kalah saing dengan perusahaan lainnya.

Akan tetapi, dapat diketahui terdapat perbedaan produk yang dihasilkan dari kedua perusahaan ini. Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. memiliki berbagai macam produk dengan *brand* unggulan yang lebih besar dibanding PT. Kino Indonesia Tbk. Kemudian, pada PT. Kino Indonesia Tbk. juga memiliki *brand* unggulan yang tidak kalah saing dengan perusahaan lain. Sehingga, dari penjualan produk tersebut PT. Unilever Indonesia Tbk. merupakan perusahaan yang lebih baik dalam memperoleh keuntungan terhadap hasil penjualannya. Karena, memiliki berbagai macam produk yang dapat menghasilkan keuntungan lebih besar.

Pada laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk., diperoleh hasil penjualan tahun 2019 sebesar Rp 42.922.563 juta. Hal ini lebih kecil dari hasil perhitungan peramalan penjualan yang telah dilakukan. Akan tetapi, dari hasil yang terdapat pada laporan keuangan tetap mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2018 sebesar Rp 42.802.073 juta. Oleh karena itu, dari hasil peramalan penjualan tidak memiliki perbedaan dengan laporan keuangan yang diperoleh perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dari perhitungan tingkat error dengan hasil 0,09. Dari hasil tersebut diperoleh tingkat error dibawah 0,5, jadi dapat dikatakan bahwa metode kuadrat terkecil cocok digunakan untuk peramalan penjualan pada perusahaan. Kemudian, meningkatnya tingkat penjualan yang diperoleh PT. Unilever Indonesia Tbk. didukung oleh laju pertumbuhan berupa produk *home care, beauty and personal care, dan foods and refreshment* yang masih bisa mempertahankan kualitas untuk menunjang tingginya penjualan tahun 2019. Sedangkan, pada hasil perhitungan peramalan penjualan, PT. Kino Indonesia Tbk. tahun 2019 mengalami peningkatan. Hasil yang diperoleh sama dengan laporan keuangan perusahaan yang juga mengalami peningkatan. Akan tetapi, hasil penjualan pada laporan keuangan PT. Kino Indonesia Tbk. sebesar Rp 4.678.868 juta lebih besar dibanding dengan perhitungan peramalan penjualan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square method*) yaitu sebesar Rp 3.659.118 juta. Jadi, dalam mengelola

kinerja keuangan dalam pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan dapat teratasi, dikarenakan perusahaan memperoleh penjualan yang tinggi dibanding hasil peramalan atas penjualan tersebut. Kemudian, hal ini dapat dibuktikan dari perhitungan tingkat error yang diperoleh yaitu -0,2 dengan nilai dibawah 0,5. Sehingga, penggunaan metode kuadrat terkecil cocok digunakan untuk peramalan penjualan pada perusahaan.

## 2. Analisis Perbandingan Tingkat Penjualan dengan Metode Margin Laba Bersih

Tabel 2. Hasil Pengolahan Data pada Perbandingan Tingkat Penjualan

Tahun	PT Unilever Indonesia	PT Kino Indonesia
2016	15,96%	5,18%
2017	17%	3,47%
2018	21,79%	4,16%
2019	17,22%	11,02%

Sumber : hasil olah data (2020)

Metode rasio profitabilitas berupa margin laba bersih (*net profit margin*) digunakan mengukur kinerja perusahaan untuk mendapatkan laba bersih dari hasil penjualan atas sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut. Hasil perbandingan dari masing-masing menunjukkan hasil margin laba bersih PT. Unilever Indonesia Tbk. lebih baik dibandingkan dengan PT. Kino Indonesia Tbk.

Berdasarkan hasil penelitian dari masing-masing perusahaan. Metode margin laba bersih (*net profit margin*) cukup baik digunakan perusahaan dalam menganalisis tingkat penjualan produk yang dihasilkan perusahaan. Kemudian, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penjualan sangat berpengaruh untuk laba yang diperoleh perusahaan. Semakin tingginya tingkat penjualan produk yang dilakukan perusahaan semakin besar juga laba yang diperoleh, begitu juga sebaliknya. Jadi, dari penelitian tersebut PT. Unilever Indonesia Tbk. memperoleh margin laba bersih (*net profit margin*) lebih besar, dikarenakan produk yang dihasilkan memiliki berbagai macam *brand* dibanding PT. Kino Indonesia Tbk. Sehingga ini berpengaruh pada laba bersih yang dihasilkan dan menyebabkan margin laba bersih perusahaan lebih baik dibanding PT. Kino Indonesia Tbk.

Hasil keuntungan atas penjualan bersih yang dihasilkan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016, 2017, dan 2018 mengalami kenaikan, dengan nilai dari masing-masing yang dihasilkan sebesar 15,96%, 17,00%, dan 21,79%. Akan tetapi, untuk tahun 2019 terjadi penurunan dibanding tahun sebelumnya sebesar 17,22%, penurunan atas hasil penjualan yaitu 4,57%. Sehingga, dapat dilihat dari hasil tersebut bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk. terjadi penurunan atas keuntungan dari hasil penjualan suatu produk yang dihasilkannya. Dikarenakan, dari persentase yang naik kemudian mengalami turun menyebabkan perusahaan perlu memperhatikan atas kinerja keuangan untuk pemanfaatan suatu produk agar bisa menghasilkan keuntungan yang selalu meningkat disetiap tahunnya.

Seperti halnya, pada PT. Kino Indonesia Tbk. dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan dan penurunan. Sehingga, laba bersih yang dihasilkan atas penjualan produk di perusahaan tersebut belum maksimal. Diperoleh hasil margin laba bersih tahun 2016, 2017, 2018, dan 2019, yang masing-masing nilai dari hasil tersebut

sebesar 5,18%, 3,47%, 4,16%, dan 11,02%. Di tahun 2017, margin laba bersih yang diperoleh dari PT. Kino Indonesia Tbk. mengalami penurunan daripada tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena adanya penurunan pada penjualan bersih dan laba bersih yang dihasilkan di perusahaan. Tahun 2017, menghasilkan penjualan bersih sebesar Rp 3.160.637 juta lebih kecil dibandingkan tahun 2016 sebesar Rp 3,493.028 juta. Begitu juga laba bersih yang dihasilkan tahun 2017 sebesar Rp Rp 109,696 juta lebih kecil dibanding tahun 2016 sebesar Rp 181.110 juta.

### 3. Analisis Perbandingan Tingkat Penjualan dengan Metode Hasil Pengembalian Aset

Tabel 3. Hasil Pengolahan Data pada Perbandingan Tingkat Penjualan

Tahun	PT Unilever Indonesia	PT Kino Indonesia
2016	38,16%	5,51%
2017	37,05%	3,39%
2018	44,66%	4,18%
2019	35,80%	10,98%

Sumber : hasil olah data (2020)

Pada tabel 3 diatas, diperoleh perbandingan hasil pengembalian aset (*return on assets*) antara PT. Kino Indonesia Tbk dan PT. Unilever Indonesia Tbk. mulai dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk. menghasilkan laba bersih atas penggunaan aset lebih baik, karena jumlah laba bersih dan total aset yang diperoleh lebih besar dibanding PT. Kino Indonesia Tbk.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa kontribusi aset sangat berpengaruh pada keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin besar aset perusahaan diimbangi dengan meningkatnya laba bersih yang dihasilkan, maka hasil pengembalian aset (*return on assets*) yang dihasilkan meningkat, begitu juga sebaliknya. Akan tetapi, apabila meningkatnya aset perusahaan yang tidak diimbangi dengan laba atau keuntungan perusahaan, maka hasil pengembalian aset (*return on assets*) yang diperoleh terjadi penurunan. Oleh karena itu, metode rasio profitabilitas berupa hasil pengembalian aset (*return on assets*) cocok digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atas kontribusi aset. Dengan metode ini, perusahaan dapat melakukan evaluasi kinerjanya, sehingga ditahun mendatang bisa mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan hasil pengembalian aset (*return on assets*) pada tahun 2017, PT. Unilever Indonesia Tbk. mengalami penurunan daripada tahun sebelumnya. Sehingga, hasil pengembalian aset PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2017 lebih kecil dibandingkan tahun 2016. Hal ini dikarenakan kontribusi dari total aset untuk menghasilkan laba bersih di tahun 2017 sebesar 37,05% lebih kecil jika dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu sebesar 38,16%. Kemudian, tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 46,66% dan tahun 2019 mengalami penurunan kembali pada kontribusi aset untuk menghasilkan keuntungan yaitu sebesar 35,80%. Seperti halnya yang diperoleh atas hasil pengembalian aset (*return on sssets*) pada PT. Kino Indonesia Tbk. tahun 2016, 2017, 2018, dan 2019, dengan hasil dari masing-masing adalah 5,51%, 3,39%, 4,18%, dan

10,98%. Sehingga, dapat diketahui dari perhitungan bahwa penggunaan aset untuk menghasilkan laba bersih perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan.. Akan tetapi, dari hasil penjualan yang diperoleh, PT. Unilever Indonesia Tbk. memiliki tingkat penjualan yang lebih baik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tugas akhir yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Metode kuadrat terkecil yang digunakan penulis dalam penelitian diperoleh data dari tahun 2016 - 2018, dari data tersebut untuk meramalkan tingkat penjualan tahun 2019 dari masing-masing perusahaan. Hasil peramalan tingkat penjualan yang diperoleh menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk. mengalami kenaikan sebesar Rp 46.850.120 juta. Begitu juga yang terjadi pada PT. Kino Indonesia Tbk. mengalami kenaikan sebesar Rp 3.659.118 juta. Pada laporan keuangan yang sebenarnya di tahun 2019, masing-masing perusahaan menunjukkan tingkat penjualan yang meningkat. Sehingga, penggunaan metode kuadrat terkecil (*least square method*) efektif untuk meramalkan kondisi terhadap pencapaian yang diperoleh pada penjualan dimasa datang. Dengan menggunakan metode ini, PT. Unilever Indonesia Tbk. memperoleh tingkat penjualan yang lebih baik dibanding dengan PT. Kino Indonesia Tbk.

Penilaian untuk mengetahui tingkat penjualan menggunakan rasio profitabilitas diambil dari data tahun 2016-2019. Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dengan menggunakan perhitungan rasio margin laba bersih (*net profit margin*) mengalami penurunan ditahun 2019. Penurunan tahun tersebut disebabkan karena laba bersih yang diperoleh menurun. Kemudian, rasio hasil pengembalian aset (*return on assets*) tahun 2017 terjadi penurunan dibanding tahun 2016, untuk tahun 2018 mengalami peningkatan dan tahun 2019 terjadi penurunan dibanding tahun sebelumnya. Penurunan yang terjadi pada tahun 2017 dan 2019 disebabkan juga karena penggunaan aset yang meningkat, namun tidak diimbangi terhadap laba bersih yang diperoleh. Sedangkan, pada PT. Kino Indonesia Tbk. dengan menggunakan perhitungan rasio margin laba bersih (*net profit margin*) diperoleh tahun 2017 mengalami penurunan dibanding tahun 2016, dikarenakan penjualan bersih dan laba bersih yang menurun. Akan tetapi, di tahun 2018-2019 perusahaan mengalami peningkatan. Sedangkan, pada rasio hasil pengembalian aset (*return on assets*) tahun 2017 mengalami penurunan dibanding tahun 2016 yang disebabkan karena laba bersih dan total aset yang menurun, untuk tahun 2018-2019 perusahaan mengalami peningkatan. Dengan menggunakan kedua metode tersebut, PT. Unilever Indonesia Tbk. memperoleh tingkat penjualan lebih baik dibanding dengan PT. Kino Indonesia Tbk.

Hasil perbandingan tingkat penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dengan PT. Kino Indonesia Tbk. menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk. mendapatkan pencapaian yang lebih baik atas penjualannya dibanding dengan PT. Kino Indonesia Tbk. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan dari kedua perusahaan atas penjualan bersih yang dihasilkan, diperolehnya laba atau keuntungan dari penjualan, dan kemudian penggunaan aset untuk memperoleh laba yang tinggi dari setiap tahunnya.

## REFERENSI

- Atmadja, L. S. (2008). *Teori dan Praktek Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Boedijoewono, Noegroho. (2016). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis Jilid 1 (Deskriptif)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Bursa Efek Indonesia. (t.thn.). *Laporan Keuangan Tahunan*. Dipetik Oktober 05, 2020, dari <http://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan>
- Erica, Deny. (2018). Analisa Rasio Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan PT Kino Indonesia Tbk. *Ecodemica*, 2, 19.
- Hery, S. M. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2007). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indrawati, A. (2017). Analisis Trend Kinerja Keuangan Bank Kaltim. *Research Journal of Accounting ang Business Management (RJABM)*, 230-234.
- Kasmir. (2008). *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Manurung, Bangun U.P. (2015). Implementasi Least Square dalam untuk Prediksi Penjualan Sepeda Motor (Studi Kasus :PT Graha Auto Pratama). *Jurnal Riset Komputer (JURIKOM)*, 2, 21-24.
- Munawir. (2002). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UII Press.
- Prastowo, D. (2005). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prastowo, D., Julianty, R.. (2008). *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Upp. Amp YPKN.
- Prastowo, D., M. A. (2011). *Analisis Laporan Keuangan (3 ed.)*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated*.
- Sangadji, S. S. (2018). Profitability Analysis of Terubuk Farming (Saccharum Edule Hasskarl) in Subdistrict Tosa District of East Tidore of Tidore Island. *Jurnal Akrab Juara*, 3(2), 168-174.
- Sangadji, Suwandi S., Febriyani E. Supriatin, Iin Marlina, Afkar, Andi Paerah, and Firdaus Y. Dharta. 2022. "METODOLOGI PENELITIAN." OSF Preprints. July 5. [osf.io/ywemh](https://osf.io/ywemh).
- Solihin, D. (2020). Analisis Profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk. *Journal of Accounting and Business Management (RJABM)*, 4.
- Suhendro, D. (2018). Analisis Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Keuangan pada PT Unilever Indonesia Tbk yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *At-Tawassuth*, III, 501-502.