

**ANALISIS PROFITABILITAS PENDAPATAN PADA PERUSAHAANPIA**

**AE JAYA KOTA BATU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi



**Oleh:**

**LIBERTHA SAGA OLI**

**2016110108**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

**MALANG**

**2021**

## RINGKASAN

Dalam perusahaan maupun di bidang industri harus mempunyai skill agar bisa bertahan dengan keadaan apapun berupa persaingan yang ketat. Untuk bertahan dalam menjalankan usaha yakni bisa dilihat melalui laba yang diperoleh dari hasil penjualan. Pendapatan yang bisa kita peroleh yakni dikurangi dengan semua beban ataupun pengeluaran yang menjadi salah satu biaya pengiklanan produk yang akan kita pasarkan kepada konsumen. Agar biaya tidak terlalu besar maka putusan harus jeli dalam menghitung secara detail biaya apa yang dikeluarkan maka akan mempermudah untuk mengawasi apapun pengeluarannya agar bisa mengecil beban (Eddy, 2016)

Hasil penelitian membuktikan bahwa analisis rasio keuangan dinilai baik. Pencapaian laba selama 3 tahun terakhir relatif stabil dan pendapatan pada Pia Ae Jaya dikatakan baik dan faktor yang mempengaruhi pendapatan menggunakan alat ukur berupa analisis *leverage* yaitu kemampuan Pia Ae Jaya dalam memenuhi kewajibannya sudah dinyatakan baik pada analisis ini terlihat bahwa Pia Ae Jaya mampu memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasikan, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang.

**Kata Kunci :** Profitabilitas, Pendapatan, keuangan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

di zaman yang semakin canggih tidak terlepas dari dunia usaha dan perdagangan semakin berkembang dan semakin banyak pesaing yang harus ditaklukkan. Semakin maju suatu usaha akan menjadi dikawatirkan karena banyak usaha-usaha baru dengan berbagai produk keluaran terupdate yang bisa menyingkirkan usaha sebelumnya. maka dari permasalahan inilah yang membuat banyak perusahaan memutar otak agar bisa bersaing dengan berbagai macam perusahaan agar tidak tersingkirkan manajemen memiliki strategis yang ampuh, supaya bisa terjun ke dunia pasar. Maju atau tidaknya sebuah perusahaan harus mampu untuk melihat kebutuhan ataupun permintaan konsumen dengan harga yang tidak memberatkan pihak pembeli tetapi menguntungkan bagi produsen.

tujuan dari perusahaan tidak lain yakni menginginkan pendapatan yang besar dan bisa bertahan dalam dunia pasaran, merencanakan suatu tujuan agar bisa tercapai di masa yang akan datang adalah bagian terpenting untuk mengalahkan pesaing kita, yang biasa digunakan yakni harga produk yang bisa dijangkau oleh konsumen, tempat menjual produk, pengiklanan agar produk tersebut diketahui oleh banyak orang, proses pembuatan produk, orang yang akan membeli produk tersebut semua ini bisa disebut bauran pemasaran.

Perusahaan dapat melihat hasil berupa pendapatan bersumber dari melonjaknya angka penjualan. strategi yang utama juga secara merata terpadu dan bisa menyatu khususnya di bidang pemasaran, yang dapat memberikan petunjuk agar bisa tercapai suatu perencanaan dalam pemasaran di sebuah perusahaan (Dirgantoro 2014:5)

Dalam perusahaan maupun di bidang industri harus mempunyai skill agar bisa bertahan dengan keadaan apapun berupa persaingan yang ketat. untuk bertahan dalam menjalankan usaha yakni bisa dilihat melalui laba yang diperoleh dari hasil penjualan. pendapatan yang bisa kita peroleh yakni dikurangi dengan semua beban ataupun pengeluaran yang menjadi salah satu biaya pengiklanan produk yang akan kita pasarkan kepada konsumen. agar biaya tidak terlalu besar maka perusahaan harus jeli dalam menghitung secara detail biaya apa yang yang dikeluarkan maka akan mempermudah untuk mengawasi apapun pengeluarannya agar bisa mengecil beban.(Eddy,2016)

di Indonesia sangat beragam jenis usaha yang dijalankan oleh banyak orang yakni ada yang menjalankan usaha dibidang jasa, perdagangan maupun manufaktur. tidak hanya melihat pada perusahaan yang berskala besar tetapi paling penting menerapkan untuk menghitung harga pokok juga dilakukan untuk perusahaan yang berskala kecil karena sangat penting apabila menggunakan laporan keuangan maka sangat membantu untuk mempermudah siapapun yang menggunakan atau sebagai penginformasi dari laporan keuangan tersebut. maka dari hal inilah yang membuat perusahaan bisa maju maupun berkembang dengan pesat.(Munandar, 2015)

di bidang perindustrian sangat membantu perkembangan perekonomian yang ada di Indonesia, yang paling terlihat yakni usaha kecil dan usaha menengah yang menjadi peran penting untuk menyelamatkan banyaknya pengangguran dan menyediakan lapangan pekerjaan karena semua ini merupakan tahap jangka panjang. semakin banyaknya usaha kecil ataupun menengah ini merupakan hal baik dalam bidang perekonomian masyarakat. semua ini tidak terlepas dari peraturan yang dibuat oleh pemerintah agar bisa mempermudah pengusaha dalam mengembangkan industrinya baik kecil maupun menengah. tidak hanya sebatas membicarakan melainkan pihak pemerintah memberi bantuan secara nyata kepada masyarakat untuk mengembangkan usaha kecil walaupun salah satunya yakni program nasional pemberdayaan masyarakat (PNPM). langkah ini dilakukan oleh pihak pemerintah karena untuk menjaga kelangsungan hidup usaha kecil maupun menengah sangat penting karena kemajuan perekonomian didukung dari usaha kecil maupun menengah.(Triyanto, 2018)

Sekarang ini industri yang paling berkembang yakni di bidang usaha kuliner. khususnya cemilan ataupun makanan ringan maka dalam penelitian ini peneliti melakukan kajian pada kue pia. kue pia adalah salah satu jenis makanan ringan yang diminati oleh banyak orang mulai dari anak kecil sampai orang dewasa. karena adanya perkembangan dan permintaan konsumen maka kue pia sampai sekarang ini memiliki berbagai macam rasa dan varian.

Kue Pia Ae Jaya merupakan salah satu diantara sekian banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan berlokasi di Jalan Samadigang 5, Nomor 10 Junrejo. Kota Batu,Provinsi Jawa Timur.

Perusahaan kue pia sampai sekarang ini sangat berkembang pesat bahkan jenis sangat bervariasi beragam hal ini karena permintaan konsumen yang semakin meningkat hal tersebut terjadi karena kue pia memiliki rasa yang sangat berbeda dengan usaha lain khususnya sejenis. proses pemasaran kue pia tidak hanya dilakukan kepada konsumen saja ataupun penjualan langsung melainkan perusahaan bekerjasama dengan pihak minimarket warung-warung kecil yang berada di kota Malang, Surabaya maupun Bali dengan hal ini meningkat lah hasil penjualan maka pihak perusahaan selalu memperbaiki dan memperbarui produk-produk dengan jenis berbagai macam varian ada kacang hijau, coklat, keju dan sebagainya . berkembangnya usaha ini tetapi masih memiliki permasalahan yakni tidak menghitung harga pokok produksi maka perusahaan tidak mengetahui laba yang sebenarnya didapatkan atau diperoleh.

Strategi pada perusahaan ini yakni benar-benar memahami permintaan konsumen maka bisa mendapatkan hasil yang besar. Lingkup pemasaran kue pia adalah bisa melayani atau memenuhi permintaan pembeli terhadap produk yang dibuat dengan kualitas dan mutu yang terjamin maka bisa menarik konsumen untuk selalu membeli kue Piah dan tidak pernah merasa bosan.

Profitabilitas adalah salah satu sumber yang menunjukkan kinerja keuangan mampu mendapatkan sesuai dengan apa yang direncanakan bisa dilihat melalui laporan keuangan apakah pendapatan dari hasil penjualan produk besar atau kecil. besar kecilnya pendapatan akan menjadi penilaian pada operasional dalam perusahaan tersebut. pendapatan akan menunjukkan perusahaan tersebut berkembang atau tidak mau pun mampu menaklukkan perusahaan lain ataupun bisa

menarik konsumen atau tidak. Profitabilitas dapat diukur dengan *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), net profit margin (NPM) dan gross profit margin (GPM). (Kasmir, 2015 hal. 199)

perusahaan harus bisa menganalisis laporan keuangan tidak Lin yaitu dengan cara dan sejauh mana perusahaan tersebut berjalan, karena dengan adanya laporan keuangan bisa menjadi petunjuk berkembangnya perusahaan tersebut dan menjadi evaluasi ke depan apakah hasil penjualan setiap periode meningkat atau menurun. Cara menganalisis laporan keuangan dengan melihat rasio bagian keuangan setiap tahunnya selain itu juga pihak manajemen bisa mengambil suatu keputusan tulisan tersebut bisa berkembang dan dapat memenuhi semua permintaan konsumen.

Menurut Munawir (2012;64) melalui rasio bisa memperlihatkan antara jumlah yang satu dengan jumlah yang lain dan keuntungan dari menggunakan alat untuk menganalisis bisa memperjelaskan berupa gambaran suatu perusahaan baik atau buruk berkembang ataupun tidak.

Menurut Rahardjo (2007:104) rasio keuangan dalam sebuah perusahaan bisa dibagi menjadi berbagai macam kelompok yaitu: keuangan perusahaan diklarifikasikan menjadi lima kelompok, yaitu: Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*), Rasio Solvabilitas (*Leverage* atau *Solvency Ratio*), Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*), Rasio Profitabilitas dan Rentabilitas (*Profitability Ratio*) dan Rasio Investasi (*Investment Ratio*), sedangkan menurut Martono dan Agus (2010:53) menjelaskan ada empat jenis rasio yang bisa digunakan untuk mengetahui kinerja

keuangan dalam sebuah perusahaan yakni sebagai berikut: rasio likuiditas, rasio leverage, rasio aktivitas dan rasio profitabilitas (rentabilitas).

untuk melakukan analisis dari semua rasio yang ada tidak harus menggunakan seluruhnya melainkan dalam penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas.

Dari permasalahan yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan judul **“Analisis Profitabilitas Pendapatan Pada Perusahaan Pia Ae Jaya Kota Malang”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana profitabilitas pendapatan pada PIA AE JAYA pada tahun 2017-2019 ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mengukur profitabilitas pendapatan pada Pia Ae Jaya tahun 2017-2019 ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui profitabilitas pendapatan pada PIA AE JAYA pada tahun 2017-2019.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mengukur profitabilitas pendapatan pada Pia Ae Jaya tahun 2017-2019.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari serta digunakan sebagai bahan referensi sehingga dapat berguna dengan baik.

2. Bagi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Peneliti ini bermanfaat sebagai tambahan literatur ke perpustakaan Unitri di Kelurahan Tlogomas Kota Malang

3. Bagi UMKM

Peneliti ini bisa dijadikan sebagai bahan masukan agar para pengusaha dapat meningkatkan pendapatan, khususnya pada UMKM di Kelurahan Tlogomas Kota Malang.

4. Bagi pihak lain

Dapat memberikan kontribusi dan informasi untuk perkembangan ilmu pengetahuan masyarakat pada umumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Agus Sartono. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Aminudin, Lucky. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kfc Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 15 No. 05, Tahun 2015*.
- Anthony, Robert N, dan Vijay Govindarajan. 2012. *Management Control System*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arief Sugiono dan Edy Untung. 2016. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta : Grasindo.
- Ariyani, N. N. T. D., & Budiarta, I. K. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kompleksitas Operasi Perusahaan Dan Reputasi Kap Terhadap Audit Report Lag Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 2(8), 217–230*.
- Baridwan, Zaki. 2008. *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode. Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPPE.
- Chrstiani, Yanne Tahaka. 2013. Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alat Ukur Kinerja Pada PT. Bank Sulut. *ISSN 2303-1174 Jurnal EMBA 403 Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 402-413*
- Dewi, Komang Eva Cyntia dan I Putu Sudana. 2015. Sustainability Reporting dan Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis (JIAB). Volume 10, Nomor 1, Januari 2015*.
- Dewi, Luh Eprima, dkk. 2015. Analisis Pengaruh NIM, BOPO, LDR, dan NPL terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *Jurnal Akuntansi program s1. Volume 3 No.1 Tahun 2015*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Dirgantoro, Crow. 2014. *Manajemen Strategik*. Gramedia Widia Sarana. Jakarta.
- Gitman, Lawrence J dan Chad J. Zutter. 2015. *Principles of Managerial Finance. 14th Edition. Global Edition*. Pearson Education Limited.

- Halim, Abdul dan Mamduh M. Hanafi. 2009. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi. 4.* UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Hanuma, Soraya. 2010. Analisis BalancedScorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT Astra Honda Motor). *Skripsi.* Semarang : Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi 1-10.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Hermuningsih, Sri. 2012. *Pengantar Pasar Modal Indonesia.* Yogyakarta: UPP. STIM YKPN.
- Hery. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Grasindo.
- John J. Wild. 2003. *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: Salemba. Empat.
- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh.* Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Munandar. ( 2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bandung.
- Mustakim, M. 2014. *Budidaya Kacang Hijau.* Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Nugrahayu, E. R, & Retnani, E. D. 2015. Penerapan Metode BalanceScorecard sebagai Tolak Ukur Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi 4(10), 1-16, 2015*
- Pratiwi et al.2016. Pengaruh Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Food dan Beverages yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 1369-1380 ISSN 2303-1174.*
- Setia. Munawir, (2014). *Analisa Laporan Keuangan.*Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kombinasi (MixMethods).* Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2000. *Makroekonomi Modern.* Jakarta: PT Raja Drafindo. Persada.
- Susan Irawati. 2006. *Manajemen Keuangan.* Pustaka: Bandung.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil. Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (UMKM).
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis.* Yogyakarta : Andi Offse