

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Era perkembangan globalisasi ini perusahaan-perusahaan besar harus bisa bersaing dengan pasar bebas. Perusahaan-perusahaan besar di Indonesia sekarang tidak hanya bersaing dalam negeri saja tapi sampai keluar negeri. Dengan perkembangan yang ada dunia bisnis pun tak kalah berkembang secara pesat, sehingga menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat sehingga tak sedikit perusahaan yang sudah gulung tikar karena tidak bisa bertahan. Ada banyak sekali penyebab gulung tikar pada perusahaan, namun untuk mempertahankan perusahaan yang masih ada maka perusahaan harus lebih memperhatikan kinerja atau performa perusahaan tersebut. Selain itu tidak lupa dengan tujuan awal sebuah perusahaan untuk memperoleh laba sebanyak mungkin. Laba yang diperoleh akan membantu perusahaan bersaing dengan perusahaan kompetitor. Jika perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka perusahaan tersebut dapat terus berjalan, oleh karena itu perlu dijaga perolehan laba untuk kelangsungan perusahaan. Dalam dunia bisnis, laba bersih merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan.

Laba bersih mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya dan pendapatan untuk menghasilkan keuntungan.² Ada banyak faktor yang mempengaruhi laba bersih, antara lain penjualan bersih, harga pokok penjualan, dan beban penjualan yang memiliki pengaruh dalam menentukan profitabilitas perusahaan. Penjualan bersih adalah pendapatan utama perusahaan setelah dikurangi dengan potongan-potongan seperti diskon dan retur, yang memberikan gambaran nyata mengenai pendapatan yang berhasil diakui. Semakin tinggi penjualan bersih, maka semakin besar pula potensi perusahaan untuk memperoleh laba bersih yang tinggi. Di sisi lain, penjualan bersih yang rendah dapat mengindikasikan masalah dalam daya tarik produk, strategi pemasaran yang kurang efektif, atau bahkan penurunan permintaan pasar.³ Oleh karena itu, analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan bersih menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan profitabilitas mereka di pasar.⁴ Selain penjualan bersih, harga pokok penjualan (HPP) juga berperan penting dalam menentukan laba bersih. HPP mencakup semua biaya langsung yang terkait dengan produksi barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Dalam industri manufaktur, misalnya, HPP mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Jika HPP meningkat, laba bersih perusahaan dapat menurun karena selisih antara

²Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 101.

³Sugiono, *Manajemen Keuangan Perusahaan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal. 57.

⁴Sutrisno, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2014), hal.

penjualan bersih dan biaya produksi menjadi lebih kecil. Karena itu, pengelolaan HPP yang efisien sangat diperlukan untuk menjaga margin keuntungan perusahaan. Salah satu cara untuk mengendalikan HPP adalah dengan meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi pemborosan bahan baku, atau beralih ke teknologi yang lebih canggih.⁵ Namun, jika HPP tidak dikelola dengan baik, maka HPP akan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Beban penjualan biasanya mencakup biaya promosi, biaya pengiriman, gaji tenaga penjualan, dan biaya pemasaran. Beban penjualan ini diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak konsumen. Namun, apabila beban tersebut tidak sebanding dengan peningkatan penjualan, maka pendapatan laba bersih akan mengalami penurunan. Dengan demikian, perusahaan perlu menyeimbangkan antara investasi dalam kegiatan pemasaran dan hasil yang diperoleh dari kegiatan tersebut.⁶ Dalam beberapa kasus, perusahaan dapat menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih hemat biaya dibandingkan pemasaran tradisional.

Peneliti memilih PT Unilever Indonesia Tbk. karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan terbesar di Indonesia di sektor barang konsumsi cepat habis (*Fast Moving Consumer Goods (FMCG)*) dengan pangsa pasar yang dominan untuk produk-produk seperti perawatan pribadi, makanan, dan minuman, yang mencerminkan dinamika industri yang

⁵Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Yogyakarta: BPFE, 2012), hal. 105.

⁶Weygandt, *Accounting Principles* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020), hal. 164.

kompetitif. Perusahaan ini memiliki pengaruh besar terhadap industri dan ekonomi Indonesia secara keseluruhan, baik melalui kontribusi pajak maupun penyerapan tenaga kerja. Selain itu, sebagai perusahaan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), Unilever menyediakan laporan keuangan yang transparan dan dapat diakses, seperti laporan tahunan dan juga laporan triwulan yang mencakup data penjualan bersih, harga pokok penjualan (HPP), beban penjualan, dan laba bersih, sehingga memungkinkan analisis yang objektif dan mendalam. Kinerja finansial Unilever juga relatif stabil, misalnya pada tahun 2022, perusahaan mencatatkan laba bersih sebesar Rp 5,3 triliun di tengah tantangan ekonomi global seperti inflasi dan fluktuasi nilai tukar mata uang asing. Namun laba bersih yang diperoleh mengalami sedikit penurunan sejak tahun 2018 dapat dilihat pada gambar 1.1⁷. Perusahaan ini memiliki portofolio produk yang beragam lebih dari 40 merek yang terkenal, seperti *Lifebuoy*, *Sunsilk*, dan *Blue Band*, yang menjadikannya relevan untuk mengkaji hubungan antara penjualan bersih, harga pokok penjualan (HPP), dan beban penjualan terhadap laba bersih. Keberagaman strategi pemasaran dan produk ini menawarkan kompleksitas yang menarik untuk diteliti lebih lanjut serta tantangan eksternal seperti kenaikan harga bahan baku global, perubahan perilaku konsumen akibat pandemi *COVID-19*, dan persaingan dari produk lokal, membuat perusahaan ini relevan untuk diteliti dalam konteks adaptasi

⁷Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan Keuangan Perusahaan Tercatat. Diakses melalui www.idx.co.id.

strategi bisnis dan pengelolaan biaya. Dengan data dan fakta ini, penelitian tentang PT Unilever Indonesia Tbk dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur akademik dan wawasan praktis dalam bidang manajemen, akuntansi, dan pemasaran.

Fenomena yang mendasari penelitian ini adalah hubungan yang erat antara kinerja keuangan perusahaan dengan berbagai faktor internal dan eksternal. Variabel-variabel seperti penjualan bersih, harga pokok penjualan, dan beban penjualan menjadi pusat perhatian karena secara langsung mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Salah satu fenomena utama yang terlihat adalah fluktuasi laba bersih yang terjadi meskipun terdapat variasi dalam penjualan bersih dan HPP. Data menunjukkan bahwa meskipun penjualan bersih mengalami peningkatan, laba bersih tidak selalu mengikuti tren positif tersebut. Sebagai contoh, laba bersih PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan sebesar 10,51% pada tahun 2023. Laba bersih yang tercatat adalah Rp.4,8 triliun, dibandingkan dengan Rp.5,36 triliun pada tahun 2022.⁸ Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti peningkatan HPP dan beban penjualan dapat berdampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu, persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan promosi dan distribusi produk guna menarik konsumen, yang menyebabkan beban penjualan menjadi semakin tinggi. Namun, tidak

⁸Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan Keuangan Perusahaan Tercatat. Diakses melalui www.idx.co.id.

semua biaya promosi berhasil meningkatkan penjualan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih selektif dalam merencanakan strategi pemasaran dan pengendalian biaya agar pengeluaran dapat efektif dalam meningkatkan pendapatan tanpa mengorbankan laba bersih.

Fenomena lain yang mendasari dari penelitian ini adalah adanya boikot terhadap perusahaan yang terafiliasi dengan Negara Israel. Boikot adalah tindakan untuk tidak menggunakan, membeli, atau berurusan dengan seseorang, organisasi atau suatu negara sebagai wujud protes atau sebagai suatu bentuk pemaksaan. Boikot produk unilever merupakan aksi yang dilakukan seluruh rakyat di dunia tidak hanya dari golongan muslim saja namun semua masyarakat dalam bentuk simpati terhadap peristiwa di Palestina. Yaitu serangan yang dilakukan Israel kepada Palestina menyebabkan ratusan korban jiwa, dan rusak nya bangunan-bangunan yang ada di Palestina, boikot produk unilever adalah upaya kaum muslim yang difatwakan oleh para ulama di dunia untuk melawan kedzaliman.⁹ Boikot terhadap PT Unilever Indonesia telah menjadi isu terkini yang signifikan, terutama terkait dengan dampak konflik Israel-Palestina. Gerakan boikot ini, yang dipicu oleh aksi protes terhadap kebijakan perusahaan yang dianggap mendukung Israel, telah menyebabkan penurunan drastis dalam kinerja penjualan dan laba bersih perusahaan. Boikot terhadap PT Unilever Indonesia pada akhir 2023 hingga 2024 cukup signifikan, hal ini

⁹Zahara Aulia, Dkk, "Pengaruh Boikot Produk Unilever Dan Lapangan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun (2014-2023), SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 2 (3), 2024, Hlm. 198.

memengaruhi kinerja keuangan dengan penurunan penjualan bersih sebesar 7,3% pada 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Pada kuartal IV tahun 2023, Unilever Indonesia mencatat penurunan penjualan sebesar 15% akibat aksi boikot yang dilakukan masyarakat sebagai respons terhadap situasi geopolitik di Gaza. Penjualan bersih juga merosot hingga 10,12% pada kuartal III 2024, dari Rp30,5 triliun menjadi Rp27,4 triliun. Penurunan ini berdampak langsung pada laba bersih yang menyusut 10,51%, dari Rp 5,36 triliun pada 2022 menjadi Rp 4,8 triliun pada 2023. Laba bersih Unilever Indonesia mengalami penurunan sebesar 28,15% pada kuartal III 2024 dibandingkan tahun sebelumnya, dari Rp4,18 triliun menjadi Rp3 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa boikot tidak hanya mempengaruhi penjualan tetapi juga secara langsung berdampak pada profitabilitas perusahaan.¹⁰ Penurunan laba bersih akibat turunnya penjualan bersih menunjukkan hubungan erat kedua variabel tersebut. Penurunan penjualan dan laba bersih yang terjadi secara signifikan menunjukkan bahwa perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi.

Celah dalam penelitian ini terletak pada ketidak konsistenan hasil yang diperoleh dari berbagai studi sebelumnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa peningkatan penjualan bersih berkontribusi positif terhadap laba bersih, sementara yang lain menemukan bahwa hal tersebut tidak selalu signifikan. Selain itu pada penelitian terdahulu telah menyoroti

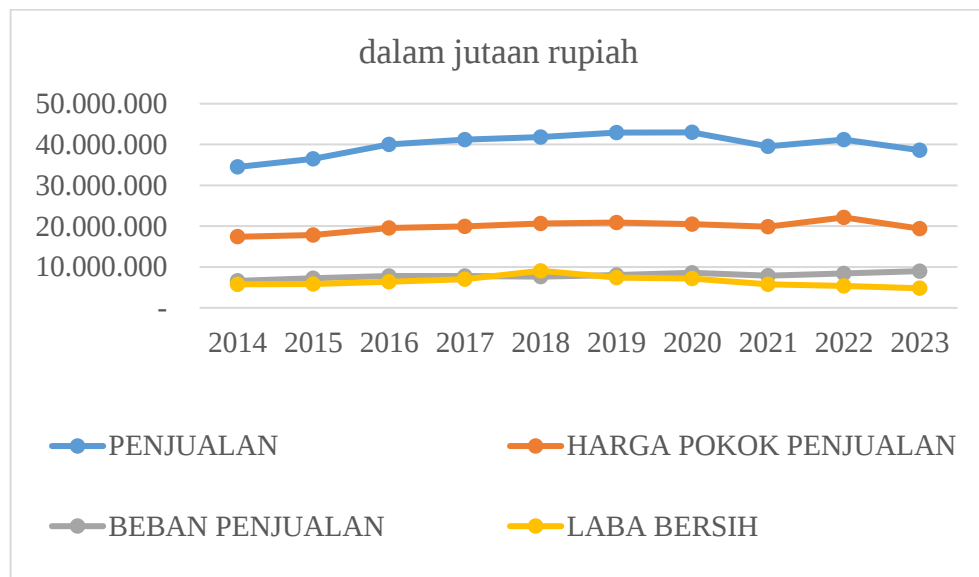
¹⁰PT Unilever Indonesia Tbk, *Laporan Keuangan Tahunan* , Bursa Efek Indonesia,

pentingnya beberapa faktor, seperti penjualan bersih, HPP, dan beban penjualan, terhadap laba bersih. Namun, sebagian besar penelitian ini hanya fokus pada satu atau dua variabel saja atau melihat pengaruhnya secara parsial, sehingga belum banyak yang melakukan analisis secara komprehensif yang melibatkan ketiga variabel tersebut secara bersamaan. Selain itu, beberapa studi yang ada cenderung bersifat umum dan tidak memperhitungkan kondisi spesifik seperti fluktuasi ekonomi yang dialami perusahaan di Indonesia atau tantangan khusus dalam industri tertentu, seperti manufaktur atau ritel. Hal ini menciptakan gap penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Lebih lanjut, penelitian-penelitian sebelumnya juga sering kali hanya menggunakan data historis dalam periode tertentu tanpa memperhitungkan pengaruh jangka panjang dari ketidakstabilan ekonomi yang telah terjadi beberapa tahun terakhir. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah tersebut dengan melihat pengaruh penjualan bersih, harga pokok penjualan, dan beban penjualan terhadap laba bersih dalam konteks ekonomi saat ini, yang lebih relevan dan kontekstual.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, terutama dalam hal penjualan bersih, harga pokok penjualan, dan beban operasional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi manajemen perusahaan, investor, dan pihak lain yang berkepentingan dengan kinerja

keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. Dengan demikian maka peneliti memutuskan mengambil judul penelitian yaitu “Pengaruh Penjualan Bersih, Harga Pokok Penjualan, dan Beban Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk.”

Gambar 1.1



Sumber: <https://www.unilever.co.id/>

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pada tahun 2023 hingga awal 2024, PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan penjualan dan laba bersih secara signifikan akibat gerakan boikot konsumen, sebagai bentuk respons terhadap isu sosial yang berkembang. Penjualan

bersih pada 2023 turun menjadi Rp37,388 triliun, dan laba bersih anjlok menjadi Rp3,340 triliun.

- b. Penjualan bersih PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2020 hingga 2022, masing-masing sebesar Rp42,972 triliun, Rp39,546 triliun, dan Rp41,219 triliun. Namun, laba bersih justru mengalami penurunan dari Rp7,164 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp5,396 triliun pada 2022.
- c. Harga pokok penjualan (HPP) perusahaan juga terus mengalami kenaikan, yaitu dari Rp20,282 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp21,479 triliun pada 2022. Kenaikan HPP yang tidak sebanding dengan kenaikan penjualan diduga menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya laba bersih.
- d. Beban penjualan mengalami fluktuasi, namun tetap berada pada angka yang relatif tinggi, seperti pada tahun 2022 yang mencapai Rp8,603 triliun. Meskipun biaya pemasaran dan distribusi bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tidak selalu diikuti oleh kenaikan laba.

2. Batasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya pokok permasalahan yang telah ditetapkan dan pembahasan dapat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan maka perlu adanya pembatasan penelitian, berikut cakupan batasan penelitian:

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada satu perusahaan saja yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk.
- b. Data yang digunakan adalah data laporan keuangan triwulan PT. Unilever Tbk. periode tahun 2014 sampai 2024.
- c. Penelitian ini berfokus pada pengaruh penjualan bersih, harga pokok penjualan, dan biaya penjualan terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024?
2. Apakah penjualan bersih secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2014 sampai 2024?
3. Apakah harga pokok penjualan secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024?
4. Apakah beban penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih secara parsial pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh secara simultan penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024.
2. Menganalisis pengaruh secara parsial penjualan bersih terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024.
3. Menganalisis pengaruh secara parsial harga pokok penjualan terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024.
4. Menganalisis pengaruh secara parsial beban penjualan terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. dari tahun 2014 sampai 2024.

E. Kegunaan Penelitian

Peneliti dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai informasi dan menambah pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu akuntansi terkait dengan pengaruh penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban operasional terhadap laba bersih

sehingga dapat dijadikan bahan pengembangan antara praktik dan teori pada mata kuliah jurusan akuntansi.

2. Secara Praktis

a. Penulis

Dari penelitian ini menjadi sarana untuk menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu akuntansi yang berkaitan dengan pengaruh penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan terhadap laba bersih. Serta menjadi pengembangan dalam bidang yang diteliti sebagai sarana untuk melengkapi pengetahuan yang didapat dalam bangku perkuliahan menjadi praktis di lapangan.

b. Bagi PT. Unilever Indonesia Tbk.

Dari penelitian ini diharapkan untuk digunakan sebagai evaluasi dan informasi pengetahuan tambahan untuk pertimbangan pada saat menentukan penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan dimasa yang akan datang khususnya untuk meningkatkan laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

c. Akademik/UIN SATU Tulungagung

Dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dokumentasi yang akan berguna bagi mahasiswa lainnya untuk mencari referensi terutama mahasiswa akuntansi syariah maupun mahasiswa jurusan ekonomi lainnya pada

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung

d. Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan bisa dipergunakan sebagai rujukan ataupun literatur tambahan dari hasil yang diperoleh juga diharapkan dapat menambah pengetahuan serta sebagai penguat bahan perbandingan oleh peneliti yang akan mengkaji penelitian ini. Bisa dalam bidang serupa di masa yang akan datang dengan pendekatan dan ruang lingkup yang berbeda dengan menggunakan ataupun sebaiknya menambahkan variabel lainnya yang belum pernah diteliti sebagai novelty selanjutnya.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya mencakup penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan yang mempunyai pengaruh terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. periode tahun 2014-2024, dengan indikator ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yaitu Penjualan Bersih, Harga Pokok Penjualan dan Beban Penjualan. Sedangkan untuk variabel dependen yaitu Laba Bersih.

2. Penjualan bersih, indikator yang digunakan adalah data penjualan bersih pada laporan keuangan triwulan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2014-2024.
3. Harga pokok penjualan, indikator yang digunakan adalah data harga pokok penjualan pada laporan keuangan triwulan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2014-2024.
4. Beban penjualan, indikator yang digunakan adalah data beban pemasaran dan penjualan pada laporan keuangan triwulan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2014-2024.
5. Laba bersih, indikator yang digunakan adalah data laba bersih pada laporan keuangan triwulan PT. Unilever Indonesia Tbk. tahun 2014-2024.

G. Penegasan Variabel

1. Penegasan Konseptual

Penegasan konseptual ini sesuai dengan judul “Pengaruh Penjualan Bersih, Harga Pokok Penjualan dan Beban Penjualan Terhadap Laba Bersih PT. Unilever Indonesia Tbk.” dalam penelitian ini peneliti perlu dalam memberikan suatu penegasan istilah agar terhindar dari penafsiran teori yang tidak diharapkan oleh penulis terhadap pembaca. Serta penjelasan ini diberikan agar lebih dapat memahami teori yang ada, maka diuraikan lebih dahulu istilah tentang penelitian sebagai berikut:

a. Penjualan Bersih

Penjualan bersih adalah jumlah yang diterima dari penjualan setelah dikurangi dengan nilai barang yang dikembalikan dan cadangan turunnya harga.¹¹

b. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah biaya barang dagangan yang dibeli dan dijual kembali atau biaya pembuatan atau harga pembelian yang melekat pada produk barang jadi yang dikirim dari pemasok ke pelanggan.¹²

c. Beban Penjualan

Beban penjualan adalah semua beban yang muncul dalam penjualan dan memasarkan barang seperti kegiatan promosi dan pengangkutan barang yang akan dijual. Yang termasuk dalam beban penjualan yaitu gaji, biaya iklan, biaya manufaktur, sewa, dan semua biaya dan pajak secara langsung yang berhubungan dengan produksi dan penjualan.¹³

¹¹Yan Christin Br Sembiring, Afni Eliana Saragih, Chintya Marselina Br Ketaren, "Penjualan Bersih dan Beban Komersial Terhadap Pajak Penghasilan Terutang pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2020", *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 2023, Hlm 207.

¹²Dina Satriani, Vina Wijaya Kusuma, "Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan", *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(2), 2020, Hlm 440.

¹³Amanda lestari putri lubis, Sri Setiawati, Almira Mutiara Siwianto, "Pengaruh Beban Penjualan dan Modal Kerja Bersih terhadap Laba Usaha pada PT. Mayora Indah Tbk, Jakarta", *Jurnal Ikrath-Ekonomi*, 6(2), 2023, Hlm 349

d. Laba Bersih

Laba bersih adalah laba operasi dikurangi beban lain lain termasuk pajak pada suatu periode tertentu. Laba bersih adalah laba sesudah pajak penghasilan diperoleh dengan mengurangi laba atau penghasilan sebelum kena pajak dengan pajak penghasilan yang harus dibayar oleh perusahaan.¹⁴

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional ini merupakan definisi suatu variabel yang berdasarkan atas kegiatan yang dilakukan secara operasional sesuai kenyataan yang terdapat pada objek yang dilakukan penelitian serta terdapat pada ruang lingkup penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Secara operasional disini peneliti akan melakukan penelitian tentang pengujian suatu pengaruh penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

¹⁴Yunia Lestari, Suhikmat, Rosmegawati, “Analisis Pengaruh Penjualan Bersih dan Persediaan Terhadap Laba Bersih Pada PT. Astra Otoparts TBK”, Jurnal Akuntansi FE-UB, 16(1), 2022, Hlm 85.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan abstrak.

2. Bagian Utama

Untuk memudahkan penulis atau pembaca penelitian ini maka dibagi menjadi enam bab yaitu:

a. BAB I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika penulisan skripsi.

b. BAB II Landasan Teori

Pada bab landasan teori ini menguraikan tentang teori yang digunakan pada penelitian. Variabel independen (penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan), variabel dependen (laba bersih) berdasarkan teori. Selain itu, pada bab ini berisi kajian penelitian

terdahulu, kerangka konseptual penelitian dan hipotesis penelitian.

c. BAB III Metode Penelitian

Pada bab metode penelitian ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

d. BAB IV Laporan Hasil Penelitian

Pada bab hasil penelitian ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, deskripsi data, dan analisis data dari berbagai uji yang telah dilakukan.

e. BAB V Pembahasan

Pada bab pembahasan ini berisi tentang pembahasan data penelitian berupa hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai data yang terkait penjualan bersih, harga pokok penjualan dan beban penjualan terhadap laba bersih yang dilakukan oleh peneliti dengan jalan mencocokkan pada teori-teori yang menggunakan uji statistik apakah memiliki pengaruh atau tidak. Selain itu, berisikan pembuktian hipotesis, pembahasan dan jawaban atas pertanyaan dalam rumusan masalah.

f. BAB VI Penutup

Pada bab penutup ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak yang memiliki kepentingan.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka dan lampiran seperti data variabel penelitian, hasil uji analisis data, bukti kendali bimbingan, dan daftar riwayat hidup.