

**Analisis Penjualan Ayam Broiler dan Rasio Profitabilitas Perusahaan pada PT Peternakan Ayam Broiler****Saksono Budi<sup>1</sup>, Desi Kurniawati<sup>1</sup>**<sup>1</sup>Department of Accounting, Pamulang UniversityEmail: [dosen02310@unpam.ac.id](mailto:dosen02310@unpam.ac.id)<sup>1</sup>, [dosen\\_01078@unpam.ac.id](mailto:dosen_01078@unpam.ac.id)<sup>1</sup>

Article History: Received on 28 Oktober 2022, Revised on 22 November 2022, Published on 15 Desember 2022

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the sales growth and profitability of PT Broiler Chicken Farms. In this study the authors conducted direct research on the problems that became the object of research and data collection was carried out in several ways, including the following: interviews, observation and documentation. In analyzing the data collected, the authors used a qualitative descriptive analysis method. From the results of the study it can be concluded that sales at PT Broiler Farms for 3 years, namely from 2016 to 2018 have increased and decreased sales every year, from 2016 to 2017 there has been an increase due to an increase in the number of customers who have increased and the average The average customer sales have increased as well. And from 2017 to 2018 sales decreased, because in 2018 the number of customers increased and the average customer sales in 2018 decreased. For the gross profit margin profitability ratio for 3 years, namely from 2016 to 2018 at PT Broiler Farms, the company's gross profit margin is still not good because the value achieved gross profit margin is still below the average industry standard. This shows production costs that have not been efficient. For the profitability ratio of Net profit margin for 3 years, namely from 2016 to 2018 at PT Broiler Farms, the company's Net profit margin is still not good because the value achieved by the net profit margin is still below the average industry standard. This shows increased operating expenses, tax expenses and other expenses.*

**Keywords:** Sale, Profitabilitas**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dan profitabilitas PT Peternakan Ayam Broiler. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian secara langsung terhadap permasalahan yang menjadi objek penelitian dan pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, antara lain sebagai berikut: wawancara, Observasi dan dokumentasi Dalam melakukan analisis data yang dikumpulkan, Penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan penjualan pada PT Peternakan Ayam Broiler selama 3 tahun yaitu dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami peningkatan dan penurunan penjualan di setiap tahunnya, dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang disebabkan dengan bertambahnya jumlah jumlah pelanggan yang meningkat dan rata-rata penjualan perpelanggan yang meningkat juga. Dan dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan penjualan, karena pada tahun 2018 dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan tetapi rata-rata penjualan perpelanggan ditahun 2018 mengalami penurunan. Untuk rasio profitabilitas gross profit margin selama 3 tahun yaitu pada tahun 2016 sampai dengan 2018 di PT Peternakan Ayam Broiler, Gross profit margin perusahaan masih kurang baik karena nilai yang dicapai gross profit margin masih dibawah rata - rata standar industri. Hal ini menunjukkan biaya produksi yang belum efisien. Untuk rasio profitabilitas Net profit margin selama 3 tahun yaitu pada tahun 2016 sampai dengan 2018 di PT Peternakan Ayam Broiler, Net profit margin perusahaan masih kurang baik karena nilai yang dicapai net profit margin masih dibawah rata - rata standar industri. Hal ini menunjukkan beban usaha, beban pajak, dan beban lainnya yang meningkat.

**Kata kunci:** Penjualan, Profitabilitas

## **Pendahuluan**

Ayam broiler yang merupakan hasil perkawinan silang dan sistem berkelanjutan sehingga mutu genetiknya bisa dikatakan baik. Mutu genetik yang baik akan muncul secara maksimal apabila ayam tersebut diberi faktor lingkungan yang mendukung. Setiap perusahaan didirikan untuk mencapai berbagai tujuan salah satunya adalah menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan untuk mendapat laba. Begitupun juga dengan PT. Peternakan Ayam Broiler yang konsen dalam peternakan ayam broiler, semakin pesatnya perkembangan pertumbuhan ayam broiler sejalan dengan perkembangan dunia usaha yang digelutinya, maka dalam suatu perusahaan terdapat beberapa faktor yang menuntut pihak manajemen untuk bekerja lebih efisien agar mampu bersaing dan mempertahankan perusahaan yaitu faktor produksi seperti kandang, DOC, pakan, obat-obatan, vaksinasi dan vitamin. Terutama dalam memproduksi daging ayam, dalam pertumbuhan ayam broiler tidaklah mudah untuk menghasilkan ayam yang berkualitas maka dari itu dalam pertumbuhan ayam broiler juga tidak terlepas dari berbagai masalah berperunggasan yang selalu naik turun bahkan tidak hanya mingguan tetapi sampai harga harian. Naik turunnya harga dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain daya beli masyarakat terhadap produk perunggasan dan biaya untuk memproduksi produk perunggas itu sendiri. tanpa dengan adanya analisis pertumbuhan penjualan ayam broiler perusahaan tidak dapat mengidentifikasi apa masalah pertumbuhan dalam penjualan ayam broiler tersebut.

PT Peternakan Ayam Broiler yang merupakan salah satu perusahaan Peternakan Ayam Broiler terdapat beberapa kendala seperti fasilitas sistem perkandangan yang kurang baik, technical support dalam memberikan layanan yang kurang baik serta pakan yang diberikan masih belum bagus untuk pertumbuhan ayam broiler. Serta pakan dalam pertumbuhan ayam broiler itu sangat penting karna pertumbuhan ayam broiler tergantung pada makanan. Bila makanan yang diberikan baik maka (kualitas maupun kuantitasnya) hasilnya juga baik dan berkualitas. Salah satu hal yang diperhatikan dalam menentukan produksi ternak adalah dengan mengetahui pengukuran pertambahan bobot bada ternak. Pertambahan bobot badan merupakan kenaikan bobot badan yang dicapai oleh seekor ternak selama periode tertentu dan diperoleh melalui penimbangan berulang dalam waktu tertentu misalnya tiap hari, tiap minggu, tiap bulan dan tiap waktu lainnya.

Suatu perusahaan baik perusahaan dagang maupun industri tidak terlepas dari kegiatan penjualan, penjualan tersebut dapat dikenal dengan dua sistem yakni sistem penjualan kredit dan sistem penjualan tunai. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2016:3) penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. Sedangkan menurut (Hadi, A. K. & Budi, S : 2020) Penjualan adalah adanya arus keluar barang dari perusahaan kepada konsumen baik dilakukan secara tunai dan kredit.

Dalam prosedur transaksi penjualan memiliki tiga prosedur dalam perusahaan yakni

prosedur penjualan tunai, prosedur penjualan kredit dan prosedur penerimaan kas. Oleh karena itu perusahaan dapat menentukan bagaimana prosedur yang harus diterapkan oleh perusahaan sehingga perusahaan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Dimana penjualan juga sangat berguna dalam profitabilitas suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. Jangan sampai perusahaan tidak bisa mengukur kinerja sendirinya, salah satu fungsi manajemen adalah meliputi perencanaan penganggaran sampai perusahaan menerima penghasilan dari adanya aktivitas perusahaan tersebut (Budi, S: 2019).

### **Landasan Teoritis Penjualan**

Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan dapat memperoleh laba dari adanya suatu transaksi-transaksi tersebut. Penjualan merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar Penjualan maka akan semakin besar pula keuntungan yang diperoleh perusahaan. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan. Dalam pelaksanaannya penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti pedagang dan tenaga pemasaran.

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa produk yang terjual selalu akan menghasilkan laba. Kemampuan usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka usaha tersebut akan mengalami kerugian. Perusahaan mempunyai suatu kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Adapun tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan Menurut Basu Swastha (2009:80) yaitu sebagai berikut :

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan usaha

### **Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan Penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun Penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan. Perusahaan yang baik

dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan, hal tersebut berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat. Sedangkan Menurut Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis. Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk., 2013). Kusumajaya (2011) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor.

## **Rasio Profitabilitas**

Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*) adalah rasio atau perbandingan untuk Mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, asset dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Rasio Profitabilitas merupakan suatu model analisis yang berupa perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi lebih berarti. Menurut Hery, S.E., M.Si., CRP., RSA., CFRM. (29 Maret 2017), Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas menurut (Gitman 2009) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan investasi serta kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan.

## **Metode Penelitian**

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono : 2014). Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian secara langsung terhadap permasalahan yang menjadi objek penelitian dan pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, antara lain sebagai berikut:

#### **1. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara (*interview*) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung oleh peneliti dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber dengan ibu Violetta salah satu accounting manager di PT Peternakan Ayam Broiler serta bertatap muka sehingga dapat melakukan tanya jawab secara langsung.

## 2. Pengamatan langsung (*Observation*)

Pengamatan langsung (*observation*) yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

## 3. Dokumentasi (*Documentation*)

Dokumentasi (*Documentation*) yaitu informasi yang berupa laporan atau catatan penting yang bisa berbentuk dalam tulisan dan gambar yang berasal dari lembaga atau organisasi. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan data atau catatan oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.

### **Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen Pengumpulan Data adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan mendapatkan data yang relevan. dalam Penelitian penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

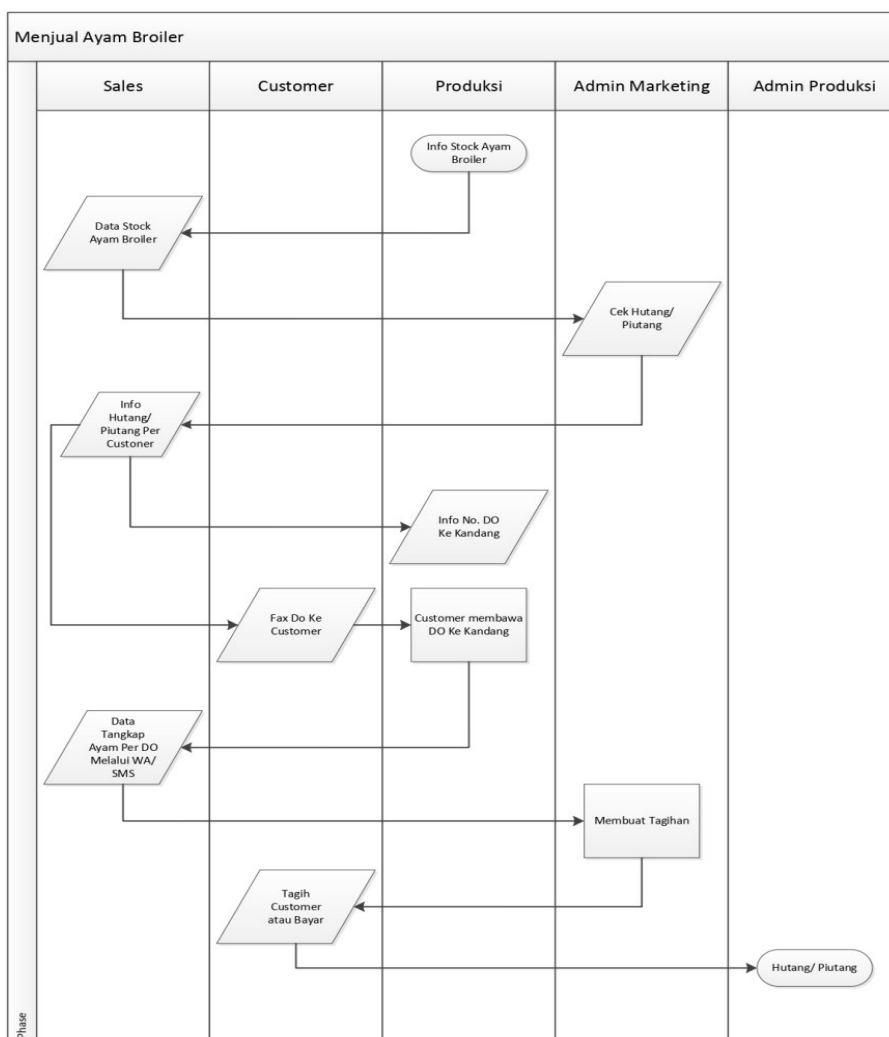
### **Metode Analisis Data**

Dalam melakukan analisis data yang dikumpulkan, Penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan yang ada di objek penulisan berdasarkan faktor dan data yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis (Sugiyono, 2014) mengenai analisis penjualan ayam broiler dan rasio profitabilitas perusahaan pada PT Peternakan Ayam Broiler.

Metode deskriptif dipilih karena peneliti yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Adapun masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif ini mengacu pada penjualan dan profitabilitas. kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, dan pada akhirnya dirumuskan suatu kesimpulan yang mengacu pada analisis data tersebut

### **Hasil dan Pembahasan**

PT Peternakan Ayam Broiler merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang peternakan dengan memproduksi ayam ras pedagiang (broiler). Penjualan ayam broiler di PT Peternakan Ayam Broiler mempunyai proses tahapan dalam menjual ayam broiler, seperti gambar dibawah ini:



Sumber : PT Peternakan Ayam Broiler tahun 2019

Gambar 4.1 Flow chart menjual ayam broiler

Berikut penjualan PT Peternakan Ayam Broiler:

Tabel 4.1 Data Penjualan Tahun 2016-2018 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Jumlah Pelanggan	Penjualan (Rp)	Laba Kotor (Rp)	Laba Bersih (Rp)
2016	50	834.974	36.028	(5.639)
2017	60	1.381.247	96.338	24.368
2018	64	1.321.887	100.708	27.402

Sumber: Laporan Keuangan PT Peternakan Ayam Broiler, Diolah Oleh Penulis 2019

Dari data penjualan diatas, bahwa penjualan pada tahun 2016 sebesar Rp.834.974.389.323 dengan mengalami kerugian laba bersih sebesar (Rp.5.639.540.870), karena pada tahun 2016 terdapat besarnya beban usaha dan beban lainnya dibandingkan dengan laba kotor yang di dapat. pada tahun 2017 penjualan meningkat menjadi sebesar Rp. 1.381.247.693.280 dengan laba bersih 24.368.352.050, karena pada tahun 2017 bertambahnya jumlah pelanggan dan meningkatnya

penjualan. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan dalam penjualan menjadi sebesar Rp.1.321.887.807.750 dengan laba bersih 27.402.762.053 karena pada tahun 2018 beban usaha dan beban lainnya mengalami penurunan sehingga laba kotor dan laba bersih meningkat dari tahun sebelumnya. Dan jumlah pelanggan yang setiap tahunnya meningkat, dimulai dari tahun 2016 yang semula 50 pelanggan, dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 60 pelanggan, dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 64 pelanggan. Dan Berikut perhitungan Rasio Profitabilitas *Gross Profit Margin* PT Peternakan Ayam Broiler:

Tabel 4.2 Perhitungan Rasio Profitabilitas *Gross Profit Margin* Tahun 2016-2018 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan	HPP	Laba Kotor	<i>Gross Profit Margin</i>
2016	834.974	798.945	36.028	4.31%
2017	1.381.247	1.284.909	96.338	6.97%
2018	1.321.887	1.221.179	100.708	7.61%

Sumber: Laporan Keuangan PT Peternakan Ayam Broiler, Diolah oleh Penulis 2019

Pada tahun 2016 ke tahun 2017 penjualan mengalami kenaikan sebesar 65% yaitu pada tahun 2016 penjualan sebesar Rp.834.974.389.323 menjadi Rp. 1.381.247.693.280 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2017 meningkat yang sebelumnya pada tahun 2016 sebesar Rp. 16.699.487.786 dan pada tahun 2017 menjadi Rp. 23.020.794.888 sehingga pada tahun 2017 mengalami peningkatan dalam penjualannya.

Pada tahun 2017 ke tahun 2018 penjualan mengalami penurunan sebesar 4,3% yaitu penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.381.247.693.280 menjadi Rp. 1.321.887.807.750 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan tetapi rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2018 mengalami penurunan yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar Rp 23.020.794.888 dan pada tahun 2018 menjadi Rp. 20.654.496.996 sehingga pada tahun 2018 mengalami penurunan dalam penjualannya.

Adapun perhitungan *Gross Profit Margin* menurut (Novia Widya Utami :2018) PT Peternakan Ayam Broiler adalah sebagai berikut:

- Tahun 2016

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{36.028.918.639}{834.974.389.323} \times 100\% = 4.31\%$$

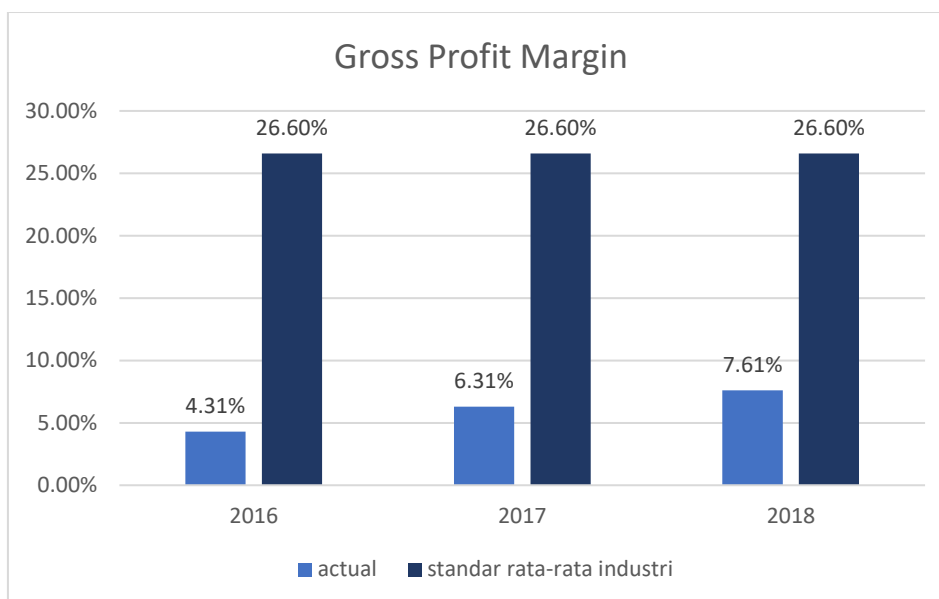
- Tahun 2017

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{96.336.487.004}{1.381.247.693.280} \times 100\% = 6.97\%$$

- Tahun 2018

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{100.706.118.715}{1.321.887.807.75} \times 100\% = 7.61\%$$

Berikut Grafik Untuk *Gross Profit Margin* 2016-2018:



Sumber: Laporan Keuangan PT Peternakan Ayam Broiler, Diolah Oleh Penulis 2019

Gambar 4.2 Grafik *Gross Profit Margin* 2016-2018

Dan Berikut perhitungan Rasio Profitabilitas *Net Profit Margin*

PT Peternakan Ayam Broiler:

Tabel 4.3 Perhitungan Rasio Profitabilitas *Net Profit Margin* Tahun 2016-2018 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan	HPP	Beban	Laba Bersih	<i>Net Profit Margin</i>
2016	834.974	798.945	42.444	(5.639)	-0.67%
2017	1.381.247	1.284.909	63.894	24.368	1.76%
2018	1.321.887	1.221.179	63.894	27.402	2.07%

Sumber: Laporan Keuangan PT Peternakan Ayam Broiler, Diolah Oleh Penulis 2019

## 1. Penjualan

Pada tahun 2016 ke tahun 2017 penjualan mengalami kenaikan sebesar 65% yaitu pada tahun 2016 penjualan sebesar Rp.834.974.389.323 menjadi Rp. 1.381.247.693.280 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2017 meningkat yang sebelumnya pada tahun 2016 sebesar Rp. 16.699.487.786 dan pada tahun 2017 menjadi Rp. 23.020.794.888 sehingga pada tahun 2017 mengalami peningkatan dalam penjualannya. Dan pada tahun 2017 ke tahun 2018 penjualan mengalami penurunan sebesar 4,3% yaitu penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.381.247.693.280 menjadi Rp.



1.321.887.807.750 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan tetapi rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2018 mengalami penurunan yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar Rp 23.020.794.888 dan pada tahun 2018 menjadi Rp. 20.654.496.996 sehingga pada tahun 2018 mengalami penurunan dalam penjualannya.

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

*Net profit margin* atau laba bersih adalah keuntungan penjualan setelah menghitung biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan. Pada tahun 2016 hasil *net profit margin* atau margin laba bersih menunjukkan pada nilai -0.67% dengan penjualan Rp.834.974.389.323, harga pokok produksi Rp.798.945.470.684 dengan biaya Rp.42,444,132,028 sehingga mendapatkan laba bersih Rp (5.639.540.870). karena lebih rendahnya penjualan dibandingkan dengan harga pokok produksi dan dengan bertambahnya beban usaha dan beban lainnya sehingga pada tahun 2016 mengalami kerugian. Di awal tahun 2017 hasil *net profit margin* atau margin laba bersih menunjukkan pada nilai 1.76%, pada tahun ini *net profit margin* mengalami peningkatan 1.09 % dibandingkan pada tahun 2016, dengan penjualan meningkat dari tahun 2016 Rp. 834.974.389.323 menjadi Rp.1.381.247.693.280 sehingga penjualan pada tahun 2017 meningkat 0.65%, dan harga pokok produksi dari tahun 2016 Rp. 798,945,470,684 meningkat pada tahun 2017 menjadi Rp. 1.284.909.206.276, dan biaya pada tahun 2016 Rp. 42,444,132,028 meningkat pada tahun 2017 menjadi Rp. 63,894,870,062 yang disebabkan dengan bertambahnya beban usaha pada tahun 2016 beban usaha Rp. 29,876,921,635 menjadi pada tahun 2017 Rp. 44,377,691,082 dan beban lainnya pada tahun 2016 Rp. 11,791,537,874 meningkat pada tahun 2017 menjadi Rp. 19,295,426,008. Di awal tahun 2018 hasil *net profit margin* atau margin laba bersih menunjukkan pada nilai 2.07%, pada tahun ini mengalami peningkatan 0.31%, dibandingkan pada tahun 2017, dengan penjualan dari tahun 2017 Rp.1.381.247.693.280 menurun pada tahun 2018 menjadi Rp.1.321.887.807.750 sehingga penjualan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 0.04%, dan harga pokok produksi dari tahun 2017 Rp.1.284.909.206.276 mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi Rp. 1,221,179,689,035, dan biaya pada tahun 2017 Rp. 63,894,870,062 mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi Rp. 63,894,764,486 yang disebabkan dengan menurunnya beban usaha yang pada tahun 2017 beban usaha Rp. 44,377,691,082 menjadi pada tahun 2018 Rp. 43,779,082,545 tetapi dengan bertambahnya beban lainnya yang pada tahun 2017 Rp. 19,295,426,008 mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi Rp.20,056,844,886.

Adapun perhitungan *Net Profit Margin* menurut (Novia Widya Utami :2018) PT Peternakan Ayam Broiler adalah sebagai berikut:

- Tahun 2016

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{(5.639.540.870)}{834.974.389.323} = -0.67\%$$

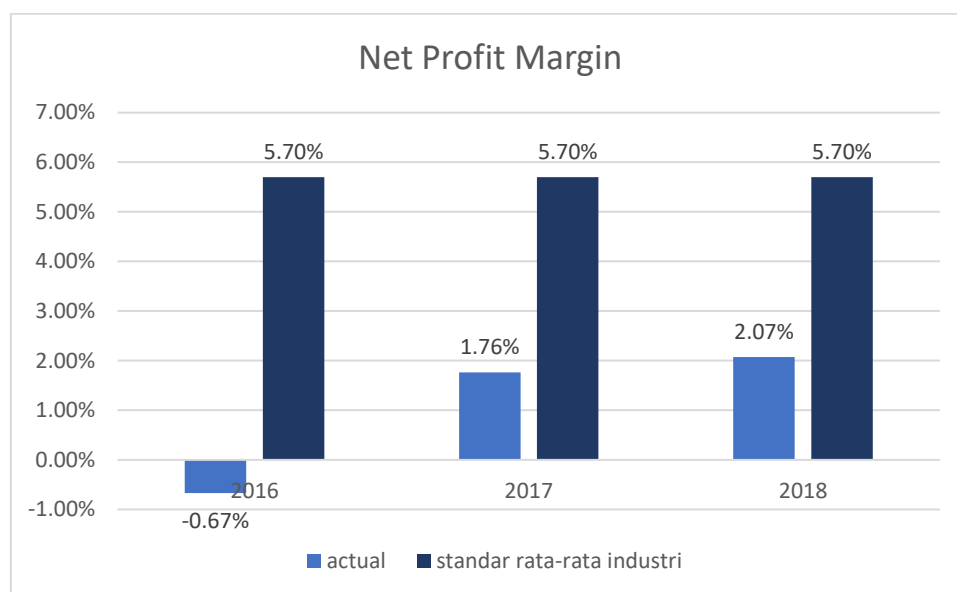
- Tahun 2017

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{24.368.352.050}{1.381.247.693.280} = 1.76\%$$

- Tahun 2018

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{27.402.762.053}{1.321.887.807.75} = 2.07\%$$

Berikut Grafik Untuk *Net Profit Margin*:



Sumber: Laporan Keuangan PT Peternakan Ayam Broiler, Diolah Oleh Penulis 2019

Gambar 4.3 Grafik *Net Profit Margin* 2016-2018

### 3. *Gross Profit Margin*

Untuk melihat perkembangan *gross profit margin* maka disajikan tabel perkembangan dalam waktu 3 tahun terakhir yaitu tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, sebagai berikut:

Tabel 4.4 Perhitungan *Gross Profit Margin* Tahun 2016-2018 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan	HPP	Laba Kotor	<i>Gross Profit Margin</i>	Standar industry Nilai GPM
2016	834.974	798.945	36.028	4.31%	26.6 %
2017	1.381.247	1.284.909	96.338	6.97%	
2018	1.321.887	1.221.179	100.708	7.61%	

Sumber: \*Standar Industri(Syamsuddin,2009)

*Gross Profit Margin* merupakan presentase laba kotor dibagi dengan penjualan. Semakin besar gross profit margin semakin baik perusahaan. Pada tahun 2016 disaat penjualan terendah sebesar Rp. 834.974.389.323 dengan harga pokok produksi sebesar Rp. 798.945.470.684 dan laba kotor sebesar Rp. 36.028.918.639 dan hasil *gross profit margin* atau margin laba kotor menunjukkan pada nilai 4.31% dan untuk rata-rata standar industri adalah 26.6%. Ini menunjukkan bahwa ditahun 2016 untuk gross profit margin masih dibawah rata-rata standar industri. Sehingga keuangan diawal tahun 2016 ini kurang baik. Dan pada tahun 2017 penjualan mengalami kenaikan sebesar 65% yaitu pada tahun 2016 penjualan sebesar Rp. 834.974.389.323 menjadi Rp. 1.381.247.693.280 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2017 meningkat yang sebelumnya pada tahun 2016 sebesar Rp. 16.699.487.786 dan pada tahun 2017 menjadi Rp. 23.020.794.888 sehingga pada tahun 2017 mengalami peningkatan dalam penjualannya.

Harga pokok produksi pada tahun 2017 mengalami kenaikan yang pada tahun 2016 sebesar Rp. 798.945.470.684 dan pada tahun 2017 menjadi Rp. 1.284.909.206.276 karena pada tahun 2016 mengalami perubahan seperti persediaan awal pada tahun 2016 sebesar Rp. 793.062.692.109 dan pada tahun 2017 persediaan awal mengalami penurunan menjadi Rp. 162.244.511.551 dan pembelian yang pada tahun 2016 sebesar Rp. 793.062.692.109 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi Rp. Rp. 1.299.217.227.906 dan pada tahun 2016 biaya tidak langsung sebesar Rp. 38.985.864.957 sedangkan pada tahun 2017 biaya tidak langsung tidak ada dan persediaan akhir pada tahun 2016 sebesar Rp. 39.276.899.761 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi Rp. 176.552.533.181, sehingga harga pokok produksi pada tahun 2017 meningkat. Dan *gross profit margin* menunjukkan pada nilai 6.97%. Kalau dilihat dari tahun 2016 ke tahun 2017. Nilai untuk *gross profit margin* mengalami peningkatan sebesar 2.66%. Hal ini berarti *gross profit margin* mengalami peningkatan yang baik. Tetapi masih di bawah rata-rata standar industri yaitu 26.6%. Dengan begitu untuk keuangan perusahaan masih kurang baik.

Sedangkan pada tahun 2018 penjualan mengalami penurunan sebesar 4,3% yaitu penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.381.247.693.280 menjadi Rp. 1.321.887.807.750 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan tetapi rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2018 mengalami penurunan yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar Rp. 23.020.794.888 dan pada tahun 2018 menjadi Rp. 20.654.496.996 sehingga pada tahun 2018 mengalami penurunan dalam penjualannya. Dan harga pokok produksi pada tahun 2018 mengalami penurunan yang pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.284.909.206.276 dan pada tahun 2018 menjadi Rp. 1.221.179.689.035 karena pada tahun 2018 mengalami perubahan seperti persediaan awal pada tahun 2017 sebesar Rp. 162.244.511.551 dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi Rp. 176.552.533.181 dan pembelian yang pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.299.217.227.906 dan pada

tahun 2018 mengalami penurunan menjadi Rp. 1.213.143.039.662 dan persediaan akhir pada tahun 2017 sebesar Rp. 176.552.533.181 mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi Rp.168.515.883.808 sehingga harga pokok produksi pada tahun 2018 mengalami penurunan. Dan hasil gross profit margin mendapatkan hasil 7.61%. kalau dilihat dari tahun 2017 ke tahun 2018, ini mengalami peningkatan sebesar 0.64%. hal ini berarti untuk nilai *gross profit margin* mengalami peningkatan yang baik. Tetapi masih dibawah rata - rata standar industri yaitu 26.6% .dengan begitu untuk keuangan perusahaan pada tahun ini masih belum sesuai dengan standar atau perusahaan masih kurang baik. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa gross profit margin di PT Peternakan Ayam Broiler yaitu kurang baik karena masih sangat jauh dari rata - rata standar industri. Hal ini berarti perusahaan masih belum bisa mengendalikan biaya produksi di perusahaan.

#### 4. Net Profit Margin

Untuk melihat perkembangan *net profit margin* maka disajikan tabel perkembangan dalam waktu 3 tahun terakhir yaitu tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, sebagai berikut:

Tabel 4.5 Perhitungan *Net Profit Margin* Tahun 2016-2018 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan	HPP	Beban	Laba Bersih	<i>Net Profit Margin</i>	Standar industri Nilai NPM
2016	834.974	798.945	42,444	(5.639)	-0.67%	5.7 %
2017	1.381.247	1.284.909	63,894	24.368	1.76%	
2018	1.321.887	1.221.179	63,894	27.402	2.07%	

Sumber: \*Standar Industri(Syamsuddin,2009)

*Net Profit Margin* atau laba bersih adalah keuntungan penjualan setelah menghitung biaya dengan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan laba bersih dibagi dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan. pada tahun 2016 disaat penjualan terendah sebesar Rp. 834.974.389.323 dengan harga pokok produksi sebesar Rp.798.945.470.684, laba kotor sebesar Rp. 36.028.918.639 dan beban lain-lain dan beban usaha sebesar Rp. 42.444.132.028. hasil net profit margin yang didapat perusahaan sebesar -0.67%. sedangkan standar rata - rata industri *net profit margin* 5.7%. berarti untuk net profit margin masih belum sesuai dari rata - rata standar industri. Dan di tahun 2016 perusahaan mengalami kerugian yang disebabkan penjualan yang tidak sebanding dengan harga pokok produksi dan beban usaha dan beban lain-lain. Dan pada tahun 2017 penjualan mengalami kenaikan sebesar 65% yaitu pada tahun 2016 penjualan sebesar Rp. 834.974.389.323 menjadi Rp. 1.381.247.693.280 karena dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2017 meningkat yang sebelumnya pada tahun 2016 sebesar Rp. 16.699.487.786 dan pada tahun 2017 menjadi Rp. 23.020.794.888 sehingga pada tahun 2017

mengalami peningkatan dalam penjualannya. Harga pokok produksi pada tahun 2017 mengalami kenaikan yang pada tahun 2016 sebesar Rp. 798.945.470.684 dan pada tahun 2017 menjadi Rp. 1.284.909.206.276 karena pada tahun 2016 mengalami perubahan seperti persediaan awal pada tahun 2016 sebesar Rp. 793.062.692.109 dan pada tahun 2017 persediaan awal mengalami penurunan menjadi Rp. 162.244.511.551 dan pembelian yang pada tahun 2016 sebesar Rp. 793.062.692.109 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi Rp. Rp. 1.299.217.227.906 dan pada tahun 2016 biaya tidak langsung sebesar Rp. 38.985.864.957 sedangkan pada tahun 2017 biaya tidak langsung tidak ada dan persediaan akhir pada tahun 2016 sebesar Rp. 39.276.899.761 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi Rp.176.552.533.181, sehingga harga pokok produksi pada tahun 2017 meningkat. Dan pada tahun 2017 juga beban usaha dan beban lain-lain meningkat menjadi Rp. 63.894.870.062 karena ada beberapa mengalami kenaikan seperti pada tahun 2016 beban gaji dan tunjangan sebesar Rp. 17.649.664.391 dan pada tahun 2017 meningkat Rp. 18.003.777.613 dan beban pemeliharaan pada tahun 2016 sebesar Rp. 1.636.698.477 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi Rp.13.023.523.613. dan hasil *net profit margin* yang didapat perusahaan sebesar 1.76%. hal ini cukup baik karena dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan 1.09 % . tetapi *net profit margin* yang di dapat masih dibawah standar rata - rata industri *net profit margin* yaitu 5.7%. dengan begitu untuk hasil keuangan di tahun ini adalah kurang baik. Dan pada tahun 2018 penjualan mengalami penurunan sebesar 4,3% yaitu penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.381.247.693.280 menjadi Rp. 1.321.887.807.750 walaupun bertambahnya jumlah pelanggan dan rata-rata penjualan perpelanggan di tahun 2018 mengalami penurunan yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar Rp 23.020.794.888 dan pada tahun 2018 menjadi Rp. 20.654.496.996 sehingga pada tahun 2018 mengalami penurunan dalam penjualannya. Dan pada tahun 2018 beban lain-lain dan beban usaha sebesar Rp. 63.894.764.486 dibandingkan dengan tahun 2017 hanya mengalami sedikit penurunan yang pada tahun 2017 sebesar Rp.63.894.870.062 karena beban gaji dan tunjangan dari tahun 2017 sebesar Rp. 18.003.777.613 meningkat pada tahun 2018 menjadi sebesar Rp 20.855.042.642 dan beban pemeliharaan pada tahun 2017 sebesar 13.023.523.613 mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi Rp. 12.630.868.636. Dan hasil *net profit margin* yang didapat perusahaan sebesar 2.07%. hal ini cukup baik karena dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami peningkatan 0.31%. tetapi *net profit margin* yang di dapat masih dibawah standar rata - rata industri *net profit margin* yaitu 5.7%. dengan begitu untuk hasil keuangan di tahun ini masih kurang baik.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* di PT Peternakan Ayam Broiler kurang baik karena masih dibawah rata - rata standar industri. Hal Ini berarti bahwa meningkatnya beban usaha dan beban lainnya relatif tinggi terhadap penjualan. Perhitungan

Profitabilitas pada PT Peternakan Ayam Broiler digunakan perhitungan rasio profitabilitas *Gross Profit Margin (GPM)* dan *Net Profit Margin (NPM)*.

### **Kesimpulan dan Saran**

Dari hasil penelitian dan hasil data maka dari penelitian dapat disimpulkan penjualan pada PT Peternakan Ayam Broiler selama 3 tahun yaitu dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami peningkatan dan penurunan penjualan di setiap tahunnya, dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang disebabkan dengan bertambahnya jumlah jumlah pelanggan yang meningkat dan rata-rata penjualan perpelanggan yang meningkat juga. Dan dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan penjualan, karena pada tahun 2018 dengan bertambahnya jumlah pelanggan dan tetapi rata-rata penjualan perpelanggan ditahun 2018 mengalami penurunan.

Untuk rasio profitabilitas gross profit margin selama 3 tahun yaitu pada tahun 2016 sampai dengan 2018 di PT Peternakan Ayam Broiler, Gross profit margin perusahaan masih kurang baik karena nilai yang dicapai gross profit margin masih dibawah rata - rata standar industri. Hal ini menunjukkan biaya produksi yang belum efisien. Untuk rasio profitabilitas Net profit margin selama 3 tahun yaitu pada tahun 2016 sampai dengan 2018 di PT Peternakan Ayam Broiler, Net profit margin perusahaan masih kurang baik karena nilai yang dicapai net profit margin masih dibawah rata - rata standar industri. Hal ini menunjukkan beban usaha, beban pajak, dan beban lainnya yang meningkat.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan data selama 3 tahun yaitu tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, sehingga untuk tahun - tahun mendatang, hasil penelitian ini masih perlu diuji kembali dengan rentang waktu yang lebih panjang.
2. Meningkatkan laba secara konsisten setiap tahunnya dengan meningkatkan penjualan dengan mencari pelanggan baru guna mencapai laba maksimal.
3. Menekan lakukan efisiensi terhadap jumlah biaya produksi, beban usaha, dan beban lainnya yang dikeluarkan perusahaan sehingga laba yang diperoleh meningkat dan bisa mencapai gross profit margin dan netprofit margin sesuai dengan rata - rata industri.
4. Estimasi Harga Pokok Produksi untuk stok pakan dan obat agar dalam pembelian tidak berlebihan.
5. Penjualan dibuat diskon khusus untuk pelanggan yang dalam pembelian dalam jumlah besar.
6. Perbandingan harga dalam pembelian pakan dan obat dengan mencari harga yang lebih murah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri.(2012). *Manajemen Pemasaran*.Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta BPFE
- Budi, S. (2019). Analisis pengaruh perputaran kas, perputaran persediaan, perputaran piutang terhadap tingkat laba serta dampaknya terhadap harga saham (Studi Terhadap Perusahaan Otomotif pada Malaysia Exchange Stock Tahun 2011-2016). *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, 4(2), 1098-1117.
- Hadi, A. K., & Budi, S. (2020). Analisis Pengendalian Piutang Usaha Dalam Meminimalisir Piutang Tak Tertagih. *Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi (JPIA)*, 1(1), 71-87.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan: Akuntansi Aset, Liabilitas dan Ekuitas*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kennedy, Nur Azlina dan Anisa Ratna Suzana.(2013). *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Riau*.
- Rudianto.(2009). *Akuntansi Manajemen*.Grasindo.Yogyakarta.
- Rudianto.(2009). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: erlangga.
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.