

PENGARUH RASIO MARJIN LABA KOTOR DAN RASIO PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP RASIO MARJIN LABA BERSIH
DI PT SERASI AUTORAYA CABANG BANJARMASIN

Nadi Hernadi Moorey¹, Gusti Marliani², Suntoro³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Balikpapan

^{2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Achmad Yani Banjarmasin

kangsuntoro@gmail.com

Abstract

This article is motivated by the condition of unstable income movements and indicates the situation or condition of the company, decision making and policies in managing operations to increase profitability. This article aims to determine whether the gross profit Margin ratio and sales growth ratio are factors that affect the net profit ratio at PT. Serasi Autoraya Banjarmasin branch. This article was prepared using a descriptive method and a quantitative approach. The research data is secondary data taken from the financial statements of PT. Serasi Autoraya and equipped with literature and documentation studies, which are processed statistically and quantitatively using SPSS. The results of this study conclude that the gross profit Margin ratio variable has a partial effect on the net profit Margin ratio, while the sales growth ratio variable has no partial effect on the net profit ratio. Simultaneously, the ratio of gross profit Margin and sales growth ratio has no significant effect on the ratio of net profit Margin at PT. Serasi Autoraya Banjarmasin branch. The implication of this research is that the company must pay attention to other factors to increase the company's net profit, besides that the company must also pay attention to the situation, market conditions and trends, customer portfolio, asset management and operations so that the company's net profit can be maximized.

Keywords: Gross Profit Margin, Sales Growth, Net Profit.

Abstrak

Artikel ini dilatarbelakangi oleh kondisi pergerakan pendapatan yang tidak stabil dan mengindikasikan situasi atau kondisi perusahaan, pengambilan keputusan dan kebijakan dalam mengelola kegiatan operasi untuk meningkatkan profitabilitas. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui apakah rasio Margin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan menjadi faktor yang mempengaruhi rasio laba bersih pada PT. Serasi Autoraya cabang Banjarmasin. Artikel ini disusun menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Data penelitian merupakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan PT. Serasi Autoraya dan dilengkapi dengan studi kepustakaan dan dokumentasi, yang diolah secara statistik dan kuantitatif menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menyimpulkan variabel rasio margin laba kotor berpengaruh secara parsial terhadap rasio margin laba bersih, sementara itu variabel rasio pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap rasio laba bersih. Secara simultan, rasio Margin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rasio margin laba bersih di PT. Serasi Autoraya cabang Banjarmasin. Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan harus memperhatikan faktor lain untuk meningkatkan laba bersih perusahaan, selain itu perusahaan juga harus memperhatikan situasi, kondisi dan trend market, portofolio pelanggan, manajemen aset dan operasional agar laba bersih perusahaan dapat dicapai maksimal.

Kata kunci: Marjin Laba Kotor, Pertumbuhan Penjualan, Laba Bersih.

1. Pendahuluan

Sebagai salah satu perusahaan penyedia solusi transportasi di Indonesia yang terus bertumbuh dengan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui penyewaan kendaraan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, PT.Serasi Autoraya berupaya selalu berupaya meningkatkan kinerja dan keuntungan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan menyusun dan menjalankan operasional perusahaan untuk terus meningkatkan penjualan, mengefektifkan biaya penjualan dan biaya operasional sehingga profit maksimal dapat dicapai.

Tujuan akhir dari suatu perusahaan yang paling penting adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal, dimana salah satu indikatornya adalah dengan menghitung rasio Marjin laba kotor, rasio pertumbuhan penjualan dan rasio marjin laba bersih (Kasmir, 2019). Semakin tinggi rasio laba kotor, rasio pertumbuhan penjualan dan rasio marjin laba bersih mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan dalam kondisi baik, sebaliknya jika rasio-rasio tersebut rendah, mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan dalam kondisi tidak baik.

Penelitian ini dilakukan di PT.Serasi Autoraya cabang Banjarmasin dengan memfokuskan pada laporan keuangannya yang tidak stabil di periode awal dibukanya cabang, dimana terjadi tren negatif dan semakin membaik di periode berikutnya. Berikut data laporan yang terkait dengan laporan ini :

Tabel 1. Data Penelitian

Data dalam persen (%)

Tahun	Rasio Marjin Laba Kotor	Rasio Pertumbuhan Penjualan	Rasio Marjin Laba Bersih
2014	29,76	13,81	-40,42
2015	15,20	-24,64	-42,21
2016	19,70	-18,97	-20,90
2017	21,75	-22,06	-10,67
2018	26,62	3,06	9,34
2019	29,29	-0,30	15,21
2020	30,03	4,84	14,05
2021	28,76	1,02	14,91

Sumber : Laporan keuangan PT.Serasi Autoraya cabang Banjarmasin

Tabel diatas menampilkan data – data yang menjadi variabel dalam penelitian ini. Marjin laba kotor adalah rasio yang membandingkan antara laba kotor dengan penjualan bersih perusahaan dalam periode tertentu. Menurut Hery (2016) jika suatu perusahaan rasio marjin laba kotornya tinggi maka tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih yang dibukukan oleh perusahaan tersebut, hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor harga jual yang cukup tinggi dan tetap dibeli oleh pelanggan atau disebabkan oleh faktor terkendalinya harga pokok penjualan, kondisi ini bisa terjadi sebaliknya. Sementara itu rasio pertumbuhan penjualan adalah merupakan rasio untuk mengetahui peningkatan penjualan perusahaan setiap periode dari tahun sebelumnya. Menurut Toto Prihadi (2019:96) Perusahaan akan menarik ketika berada pada kondisi tren pertumbuhan penjualan, dimana masa pertumbuhan akan menentukan berapa lama perusahaan akan eksis, bertahan atau bertumbuh. Rasio marjin laba bersih merupakan rasio yang menghitung besarnya persentase laba bersih dibanding dengan penjualan bersih. Menurut Kasmir (2019 : 203) Kondisi marjin laba bersih yang tinggi dari

suatu perusahaan artinya menggambarkan bahwa kondisi perusahaan dapat memaksimalkan penjualan dan mengelola biaya – biaya dengan baik sehingga profitnya tinggi, namun sebaliknya jika Marjin laba bersihnya rendah menggambarkan perusahaan tidak dapat memaksimalkan penjualan dan pengelolaan biaya.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa PT.Serasi Autoraya cabang Banjarmasin di periode tahun 2014 hingga tahun 2017 rasio marjin laba bersih mengalami pertumbuhan negatif atau mengalami kerugian, kemudian di tahun 2017 hingga tahun 2021 rasio marjin laba bersih mengalami pertumbuhan positif. Sementara itu dilihat dari rasio marjin laba kotor kondisinya selalu positif dan dari rasio pertumbuhan terjadi fluktuasi. Berdasarkan kondisi ini dipandang perlu untuk melakukan penelitian terhadap PT. Serasi Autoraya cabang Banjarmasin.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif sehingga berpengaruh atau tidaknya data data pada penelitian ini dibuktikan dengan metode analisis atau uji kuantitatif dengan bantuan SPSS, teknik penghitungan yang digunakan adalah analisis regresi, uji hipotesis, dan uji R Square. Data yang diolah didapatkan dari laporan keuangan PT. Serasi Autoraya cabang Banjarmasin. yang didapatkan data internal laporan keuangan tahunan perusahaan. Data pada penelitian ini juga diperoleh melalui studi kepustakaan, dan dokumentasi. (Sugiyono, 2013).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji parsial pengaruh rasio Marjin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan terhadap rasio marjin laba bersih.

Berdasarkan hasil pengujian statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS didapatkan hasil analisis regresi sebagai berikut :

Tabel 2 . Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial (t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.228	.850		-2.621	.047
x1	8.069	3.128	1.831	2.579	.049
x2	-2.278	1.216	-1.329	-1.873	.120

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh formula atau rumus $Y = -2,228 + 8,069X_1 - 2,278X_2$. Dari persamaan ini diperoleh nilai a sebesar -2,228 hal ini memberikan informasi bahwa jika tidak ditambah variabel rasio marjin laba kotor dan variabel rasio pertumbuhan penjualan (nilainya nol) maka jumlah rasio marjin laba bersih tetap sebesar -2,228.

Nilai b_1 sebesar 8,069 hal ini memberikan informasi bahwa jika ditambah variabel rasio marjin laba kotor maka jumlah rasio marjin laba bersih akan naik sebesar 8,069, sedangkan

untuk nilai b_2 sebesar -2,278 hal ini memberikan informasi bahwa jika ditambah variabel rasio pertumbuhan laba maka rasio margin laba bersih akan terjadi penurunan sebesar -2,228.

Dari hasil perhitungan regresi berganda pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio margin laba kotor memiliki hubungan yang positif terhadap rasio margin laba bersih, dengan kata lain menunjukkan bahwa jika rasio laba kotor meningkat maka peningkatan juga akan terjadi pada rasio laba bersih. Sementara itu rasio pertumbuhan penjualan terjadi kondisi sebaliknya dimana dari perhitungan yang dilakukan menunjukkan hubungan yang negatif terhadap rasio margin laba bersih yaitu jika rasio pertumbuhan penjualan meningkat, rasio margin laba bersih justru terjadi penurunan.

Selanjutnya berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengaruh uji parsial dari masing-masing variabel didapatkan hasil nilai T_{hitung} variabel X_1 adalah 2,579 dengan signifikansi 0,049 sedangkan nilai T_{hitung} variabel X_2 adalah -1,837 dengan signifikansi 0,120 artinya :

- a) Nilai T_{hitung} variabel X_1 yaitu rasio margin laba kotor adalah $2,579 > 2,5706 (T_{tabel})$ artinya rasio margin laba kotor secara parsial memiliki pengaruh terhadap rasio margin laba bersih.
- b) Nilai T_{hitung} variabel X_2 yaitu rasio pertumbuhan penjualan adalah $-1,873 < -2,5706 (T_{tabel})$ artinya rasio pertumbuhan laba secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap rasio laba bersih .

3.2 Uji Simultan pengaruh rasio Margin laba kotor, rasio pertumbuhan penjualan terhadap rasio margin laba bersih.

Untuk memastikan pengaruh simultan dari masing – masing variabel dihitung menggunakan SPSS dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3 . Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.266	2	.133	4.197	0.085 ^b
	Residual	0.158	5	.032		
	Total	0.424	7			

Dari hasil output diatas dapat dilihat hasilnya bahwa nilai F_{hitung} adalah 4,197 sedangkan F_{tabel} yaitu 5,79. Apabila $F_{hitung} = 4,197 > F_{tabel} = 5,79$ berarti rasio margin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara simultan terhadap margin laba bersih

Selanjutnya kekuatan hubungan dan kontribusi pengaruh rasio margin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan terhadap rasio margin laba bersih diketahui dari tabel berikut ini :

Tabel 4 . Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.792 ^a	.627	.477	.177963	1.899

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan rasio margin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan terhadap rasio margin laba bersih adalah 0,792 berada pada interval 0,75 -0,99 yang berarti korelasi tersebut sangat kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 0,477 artinya kemampuan variabel rasio margin laba kotor (X₁) dan rasio pertumbuhan penjualan (X₂) dapat menjelaskan variabel margin laba bersih (Y) sebesar 47,7% sedangkan sisanya sebesar 52,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara parsial rasio margin laba kotor berpengaruh terhadap rasio margin laba bersih, namun rasio pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap rasio margin laba bersih. Lalu, penelitian secara simultan menunjukkan hasil , bahwa rasio Margin laba kotor dan rasio pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi rasio margin laba bersih di PT.Serasi Autoraya cabang Banjarmasin periode 2014-2021. Secara bersamaan keduanya hanya mampu memberikan pengaruh 47,7% pada margin laba bersih. Ini berarti, faktor lain diluar penelitian ini pengaruhnya lebih besar dengan persentase sebesar 53,3%. Berdasarkan hasil penelitian ini perusahaan harus memperhatikan faktor – faktor lain untuk meningkatkan margin laba bersih, selain itu juga perusahaan harus mengendalikan pertumbuhan penjualan yang tidak diiringi dengan peningkatan laba bersih, mengontrol beban-beban operasional dan juga beban pokok penjualan agar maksimal menaikkan Margin laba bersih.

Referensi

- Agus, Harjito dan Martono, 2007. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
 Hartono. 2008 *Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
 Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition*. Jakarta: Grasindo
 Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
 Martono,Nanang. 2015 *.Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
 Sudana I Made. 2011 *.Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta : Erlangga
 Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
 Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta : Salemba Empat
 Sujarweni, V. Wiranata. 2015. *Strategi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Toto Prihadi. 2019. *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama