

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Perhitungan Perubahan Laba Kotor dengan Analisis laba Kotor

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada bab dua, analisis laba kotor menurut Kasmir (2011:304) adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui jumlah laba kotor dari periode ke satu periode, serta sebab-sebab berubahnya laba kotor tersebut antara dua atau lebih periode. Untuk mengevaluasi perubahan dan kondisi laba kotor, peneliti harus melakukan analisis terhadap penjualan dan harga pokok penjualan. Alat yang biasa digunakan adalah analisis laba kotor.

Perubahan laba yang dimaksud adalah perubahan laba kotor dengan menganalisis penjualan dan harga pokok penjualan untuk menentukan penyebab perubahan yang terjadi. Laba kotor adalah hasil penjualan bersih yang diperoleh perusahaan dikurangi dengan harga pokok penjualan selama satu periode. Terdapat dua faktor dalam menganalisis dan melihat perubahan laba kotor yaitu penjualan dan harga pokok penjualan. Faktor penjualan dipengaruhi oleh perubahan harga jual (*sales price variance*) dan perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*). Dan faktor harga pokok penjualan dipengaruhi oleh perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*Cost Price Variance*) dan perubahan kuantitas harga pokok penjualan (*cost volume variance*).

Perubahan laba kotor merupakan salah satu pedoman efisiensi dan efektifitas manajemen dalam mengelola suatu unit usaha dalam hubungannya

dengan pertumbuhan serta perkembangan unit usaha yang dikelolanya. Untuk menghitung perubahan laba kotor yang terjadi pada PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung, baik perubahan yang menguntungkan (kenaikan) maupun perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan) maka perlu dilakukan analisa terhadap faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan laba kotor tersebut.

4.1.1. Sales Price Variance dan Sales Volume Variance

Penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan yang menjadi sumber penghasilan inti untuk pembiayaan aktivitas-aktivitas dan beban perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan penjualan harus dilakukan dengan semaksimal mungkin mengingat pentingnya penjualan beserta hasil pendapatan yang diperoleh bagi kelangsungan hidup perusahaan. Berikut ini tabel penjualan periode tahun 2008-2012 pada PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung :

Tabel 4.1.
Penjualan PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero)
Bandung (dalam rupiah)
Periode 2007-2012

TAHUN	PRODUK			
	A	B	C	D
2007	3.121.688.922	208.773.264	67.133.166.989	10.284.900.688
2008	3.285.988.339	260.966.580	70.666.491.567	10.494.796.620
2009	3.082.570.013	239.016.120	64.491.749.586	9.795.143.512
2010	3.098.217.576	240.235.590	65.177.832.028	9.895.093.956
2011	3.129.512.704	243.894.000	68.608.244.240	9.995.044.400
2012	4.537.793.420	341.451.600	100.854.119.033	14.492.814.380

Sumber: PT. Inti (Persero)

Lanjutan

Keterangan :

- A : Mini CME and Strengthen
- B : Material Electrical dan Mechanical GPA
- C : Antenna 3Band
- D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

1. Tahun 2008

Pada tahun 2008 penjualan PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) cukup meningkat dari tahun sebelumnya. Pada produk A penjualan meningkat sebesar Rp. 164,299,417,- pada produk B meningkat Rp. 52.193.316,- produk C meningkat sebesar Rp. 3.533.324.578,- dan pada produk D meningkat sebesar Rp. 209.895.932,-. Peningkatan penjualan pada tahun 2008 ini di dasari oleh permintaan konsumen akan kebutuhan produk yang tinggi, sehingga volume penjualan pada tahun ini pun meningkat. Selain meningkatnya volume penjualan, pesaing perusahaan yang memproduksi produk yang sama masih sangat sedikit.

2. Tahun 2009

Pada tahun 2009 terlihat sangat jelas bahwa penjualan menurun drastis, produk A mengalami penurunan sebesar Rp. 203.418.326,- produk B sebesar Rp. 21.950.460,- produk C sebesar Rp. 6.174.741.982,- dan produk D sebesar Rp. 699.653.108,-. Pada tahun ini permintaan konsumen berkurang karena pada tahun sebelumnya terjadi krisis terhadap perekonomian di Indonesia, yang mengakibatkan daya beli pelanggan terhadap produk menurun. Harga dollar yang meningkat cukup tajam pada tahun ini mengakibatkan harga bahan baku impor menjulang tinggi yang

berakibat kepada harga jual yang tinggi pula, dan pada akhirnya daya beli konsumen pun menurun.

3. Tahun 2010

Pada tahun ini penjualan tidak terlalu banyak mengalami peningkatan. Bisa dilihat pada produk A meningkat sebesar Rp. 15.647.564,- pada produk B sebesar Rp. 1.219.470,- produk C Rp. 686.082.442,- dan produk D sebesar Rp. 99.950.444. Setelah penurunan pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2009, tahun ini perusahaan berusaha meningkatkan kembali penjualan dari tahun sebelumnya yang sangat menurun drastis didukung oleh perekonomian yang kembali stabil dibanding tahun sebelumnya dan juga adanya peningkatan permintaan dari konsumen atau pelanggan perusahaan.

4. Tahun 2011

Tahun ini penjualan meningkat dari tahun tahun sebelumnya yaitu tahun 2010, terlihat dari produk-produk yang dijual. Pada produk A meningkat sebesar Rp. 31.295.172,- produk B Rp. 3.658.410,- produk C Rp. 3.430.412.212,- dan produk D sebesar Rp. 99.950.444,-. Kenaikan penjualan ditahun ini bisa dikarenakan oleh kebutuhan konsumen yang meningkat membuat penjualan produk meningkat pula. Setelah krisis perekonomian yang berimbas kepada perusahaan-perusahaan, pada tahun ini PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung sedikit demi sedikit mencoba menstabilkan angka penjualan terbukti pada tahun ini penjualan produk meningkat.

5. Tahun 2012

Kenaikan yang cukup tajam berada di tahun 2012 ini, karena permintaan yang tinggi dari beberapa perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Produk A meningkat sebesar Rp. 1.408.280.717,- produk B Rp. 97.557.600,- produk C Rp. 32.245.874.793,- serta produk d Rp. 4.497.769.980,-. Selain daripada permintaan yang tinggi, bagian penjualan dan produksi pun bekerjasama guna menaikkan angka penjualan dengan melihat apa saja yang harus diperbaharui sehingga dapat menarik para pelanggan untuk bekerjasama dengan perusahaan. Selain dari kebutuhan konsumen yang meningkat, mutu produk pun semakin baik dan tidak mengecewakan, Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Mutu yang baik membuat konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk pesaing lain.

Setelah dilihat dari periode tahun 2008-2012 penjualan PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung menunjukkan fluktuasi yang cukup beragam. Kenaikan penjualan bisa dikarenakan oleh kebutuhan konsumen akan produk yang meningkat sehingga meningkatnya permintaan akan produk, selain itu peningkatan mutu produk perusahaan membuat konsumen tidak berpaling ke produk pesaing. Penurunan penjualan dikarenakan oleh harga jual tinggi, dollar

yang cenderung tidak stabil, permintaan serta daya beli yang menurun dari konsumen. Selain dari itu PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung selalu berusaha memberikan kualitas yang baik, pelayanan yang baik, dan tidak kalah dengan pesaing asing sehingga perusahaan yang berkerjasama pun loyal.

Pada perubahan harga jual (*sales price variance*), yaitu adanya perubahan antara harga jual yang dibudgetkan atau harga jual yang sesungguhnya. Apabila $(Hj_2 - Hj_1)$ menunjukkan atau menghasilkan hasil positif berarti ada kenaikan harga yang berarti menunjukkan keadaan yang menguntungkan dan sebaliknya bila menunjukkan angka negatif berarti ada penurunan harga jual dan menunjukkan keadaan yang merugikan.

Untuk melihat harga jual dan kuantitas periode 2008-2012 pada penjualan produk PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung dapat dilihat dari tabel 4.2. dibawah ini :

Tabel 4.2.
Tabel Harga Jual (Hj) dan Kuantitas (K)
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero)
Bandung
Periode 2008-2012

TAHUN		PRODUK			
		A	B	C	D
2007	HJ	20.009.329	16.109.048	8.031.974	24.534.097
	K	156	13	8.358	419
2008	HJ	17.903.083	18.122.679	6.763.768	21.279.574
	K	184	14	10.448	493
2009	HJ	20.330.544	22.131.122	7.988.276	23.546.470
	K	152	11	8.073	416
2010	HJ	19.808.222	20.428.196	7.624.743	24.287.514

	K	156	12	8.548	407
2011	HJ	19.608.139	20.324.500	7.223.441	23.306.200
	K	160	12	9.498	429
2012	HJ	20.308.430	18.969.533	7.323.075	22.529.327
	K	223	18	13.772	643

Sumber : Data PT. Inti (Persero) yang sudah diolah

Keterangan :

- A : Mini CME and Strengthen
- B : Material Electrical dan Mechanical GPA
- C : Antenna
- D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

Pada tabel 4.2. menjelaskan mengenai harga jual dan kuantitas penjualan pada PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung. Pada tahun 2007 harga jual yang diberikan oleh perusahaan lebih tinggi dari pada harga jual di tahun 2008. Semua produk menunjukkan harga jual yang tinggi kecuali produk B. Tingginya atau rendahnya harga jual disebabkan oleh banyak faktor, dari segi peningkatan harga material dalam pembuatan sebuah produk, beban-beban didalam pembuatan sebuah produk, dll.

Pada tahun 2008 harga jual menurun dari tahun 2007 kecuali produk B. Pada tahun ini pembelian material produk tidak semahal pada tahun sebelumnya, tetapi jika dilihat kuantitas semua produk yang dijual meningkat. Kenaikan kuantitas yang dijual dikarenakan permintaan pelanggan akan produk meningkat pula, harga jual yang menurun pun menjadi alasan peningkatan penjualan pada tahun ini.

Pada tahun 2009 harga jual semua produk meningkat, hampir mendekati harga jual pada tahun 2007. Pada tahun ini kuantitas penjualan pun berkurang. Selain dikarenakan kebutuhan akan produk yang berkurang, krisis yang dialami pada tahun 2008 pun berimbas kepada harga kurs yang meningkat, dan

mengakibatkan kenaikan material merupakan alasan lain yang mengakibatkan harga jual yang meningkat dan kuantitas penjualan yang menurun. Pada tahun ini terlihat segi penjualan lebih rendah di bandingkan tahun- tahun lainnya, krisis tahun 2008 tidak berimbas langsung pada tahun tersebut, tetapi berimbas kepada tahun setelahnya yaitu tahun 2009.

Tahun 2010 dan 2011 harga jual sedikit menurun dan kuantitas penjualan sedikit meningkat. Pada tahun 2010 dan 2011 ini harga jual dan kuantitas tidak jauh berbeda. Tetapi berbeda sekali jika dibandingkan dengan tahun 2012 walaupun harga jual meningkat, kuantitas penjualan yang dijual pada tahun ini meningkat sangat tajam. Pada tahun ini bagian penjualan bekerja sangat baik, selain dari permintaan pelanggan akan produk yang meningkat, PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung selalu bertransformasi melakukan yang terbaik guna menarik pelanggan agar selalu membeli produknya.

Setelah dilampirkan mengenai tabel harga jual dan kuantitas penjualan PT.Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung, analisis harga jual pun sangat dibutuhkan guna melihat apakah penjualan yang dilakukan pada periode- periode tertentu menguntungkan atau malah merugikan bagi perusahaan. Hasil perhitungan pada perubahan harga jual periode 2008-2012 dapat dilihat dari tabel 4.3. dibawah ini :

Tabel 4.3.
Perubahan Harga Jual
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung
Periode 2008-2012 (dalam rupiah)

Produk	Perubahan Harga Jual				
	2008	2009	2010	2011	2012
A	(386.586.863)	368.057.907	(81.696.753)	(31.933.803)	156.475.635
B	28.996.287	43.291.185	(20.026.407)	(1.244.357)	(24.389.400)
C	(13.249.967.169)	9.885.824.284	(3.107.549.886)	(3.811.569.124)	1.372.164.885
D	(1.605.086.542)	943.010.711	301.912.164	(420.843.975)	(499.752.220)
TOTAL	(15.212.644.287)	11.240.184.087	(2.907.360.880)	(4.265.591.259)	1.004.498.900

Sumber : Data diolah

Keterangan :

A : Mini CME and Strengthen

B : Material Electrical dan Mechanical GPA

C : Antenna 3Band

D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

1. Perubahan harga jual tahun 2008

Perubahan harga jual pada tahun 2008 terlihat pada produk A, C, dan D menunjukkan nilai yang negatif atau merugikan sedangkan pada produk B menunjukkan angka positif atau menguntungkan sebesar Rp. 28.996.287 . Hal ini terlihat dari harga jual yang menurun dari tahun sebelumnya dan mengakibatkan perubahan harga jual bernilai negatif atau merugikan. Penyebab dari negatifnya perubahan harga jual tahun 2008 sebesar Rp. (15,212,644,287) ini adalah harga jual tahun sebelumnya yaitu 2007 lebih tinggi dari pada tahun sesungguhnya yaitu 2008 yang mengakibatkan produk A, C, dan D merugikan dari segi harga jual. Selain itu pada tahun ini harga material pembuatan produk yang di impor maupun lokal

dipengaruhi oleh harga dollar dan beban pada setiap pembuatan produk setiap tahunnya yang berbeda.

2. Perubahan harga jual tahun 2009

Perubahan harga jual semua produk pada tahun 2009 menunjukkan angka positif sebesar Rp. 11.240.184.087. Hal ini dikarenakan harga jual meningkat dari tahun yang dibudgetkan atau tahun sebelumnya yang disebabkan oleh beberapa faktor misalnya harga material impor yang meningkat. Pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2008 terjadi krisis yang berimbas kepada seluruh perekonomian di Indonesia, nilai tukar rupiah pun tinggi inilah yang mengakibatkan harga material meningkat. Selain harga material yang meningkat, beban-beban pada setiap produk pun meningkat. Total perubahan harga jual pada tahun ini bernilai positif atau menguntungkan.

3. Perubahan harga jual tahun 2010

Pada tahun 2010 semua produk yang dijual di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung memiliki nilai yang negatif atau merugikan dari segi perubahan harga jual, kecuali pada produk D sebesar Rp.301.912.164 . Hal ini dikarenakan produk A, B, dan C mengalami penurunan harga jual yang cukup terlihat dan kuantitas yang meningkat dibanding produk D. Harga jual yang lebih rendah daripada tahun sebelumnya mengakibatkan total dari perubahan harga jual bernilai merugikan sebesar Rp. (2.907.360.880)

4. Perubahan harga jual tahun 2011

Walaupun dalam segi penjualan tahun 2011 meningkat dari tahun sebelumnya tapi semua produk pada tahun 2011 menunjukkan nilai yang negatif dan merugikan. Total perubahan harga jual yaitu sebesar Rp.(4.265.591.259). perubahan harga jual tahun ini yaitu negatif atau merugikan bagi perusahaan. Penyebabnya adalah harga jual tahun sebelumnya yaitu tahun 2010 lebih tinggi daripada tahun sebenarnya atau tahun 2011. Menurunnya harga jual disebabkan oleh bahan baku yang lebih rendah dari tahun sebelumnya, beban yang dibebankan kepada produk tidak terlalu tinggi dan lain-lain.

5. Perubahan harga jual tahun 2012

Pada penjualan produk A dan C hasil yang didapat menunjukkan hasil yang positif, sedangkan produk B dan D menunjukkan hasil yang negatif dalam arti merugikan. Pada penjualan produk B dan D harga jual menurun dari tahun sebelumnya, namun penjualan meningkat. Walaupun demikian hasil yang didapatkan dari keseluruhan penjualan produk yang di jual yaitu menguntungkan sebesar Rp. 1.004.498.900. Pada produk A dan C harga jual tahun 2012 lebih tinggi di banding pada produk B dan D yang memiliki harga jual yang rendah. Ini karena harga bahan baku tiap produk tidak sama, serta beban yang dibebankan pun tidak sama. Selain dari itu penjualan di tahun ini meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Setelah dianalisis dari periode antara tahun 2008-2012 didapatkan nilai negative yaitu sebesar Rp. (10.140.913.439). Nilai ini disebabkan oleh hasil dari

periode tahun 2008, 2010, dan 2011 bernilai negative yang dikarenakan oleh harga jual per satuan produk di tahun sebelumnya lebih besar dari tahun yang sebenarnya. Sedangkan pada periode tahun 2009 dan 2012 bernilai positif sebesar Rp. 11.240.184.087 dan Rp. 1.004.498.900 yang dikarenakan oleh harga jual di tahun tersebut lebih tinggi daripada tahun sebelumnya. Perbedaan harga jual ini dikarenakan oleh harga material yang berbeda setiap tahunnya, serta nilai beban yang berbeda pula. Kenaikan harga jual disebabkan oleh beberapa faktor yaitu bias dikarenakan harga bahan baku yang cenderung naik, kurs dollar yang naik pula, serta beban yang dibebankan kepada setiap produk yang tidak selalu sama setiap tahunnya.

Pada perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*) adanya perbedaan antara kuantitas produk yang direncanakan atau tahun sebelumnya dengan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual. Bila $(K_2 - K_1)$ menghasilkan angka positif menunjukkan bahwa kuantitas produk yang sesungguhnya dijual lebih besar daripada yang direncanakan, hal ini menunjukkan keadaan yang menguntungkan atau bagian penjualan bekerja dengan baik. Sebaliknya bila menghasilkan angka negatif berarti penjualan menurun dan menunjukkan keadaan yang merugikan.

Hasil perhitungan perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*) dengan menggunakan rumus di atas dapat dilihat dari tabel 4.4 dibawah ini :

Tabel 4.4.
Perubahan Kuantitas Produk
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung
Periode 2008-2012 (dalam rupiah)

Produk	Perubahan Kuantitas Produk				
	2008	2009	2010	2011	2012
A	550.886.280	(571.476.233)	97.344.316	63.228.930	1.251.805081
B	23.197.029	(65.241.645)	21.245.877	4.902.767	121.947.000
C	16.783.291.747	(16.060.566.265)	3.793.632.329	7.241.981.336	30.873.709.908
D	1.814.982.474	(1.642.663.819)	(201.961.722)	520.794.419	4.997.522.200
TOTAL	19.172.357.531	(18.339.947.962)	3.710.260.800	7.830.907.452	37.244.984.189

Sumber : data diolah

Keterangan :

- A : Mini CME and Strengthen
- B : Material Electrical dan Mechanical GPA
- C : Antenna
- D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

1. Perubahan kuantitas produk yang dijual tahun 2008

Pada tahun 2008 terlihat penjualan produk A, B, C, maupun D menghasilkan nilai positif yang berarti menguntungkan sebesar Rp.19,172,357,531 . Hal ini dikarenakan kuantitas yang dijual tahun 2008 lebih besar dari tahun sebelumnya. Kuantitas penjualan dari tahun 2007 ke tahun 2008 meningkat karena permintaan akan produk dari konsumen yang meningkat pula, ini yang menyebabkan hasil perubahan kuantitas produk yang dijual di tahun 2008 menguntungkan.

2. Perubahan kuantitas produk yang dijual tahun 2009

Semua produk pada tahun 2009 menunjukkan angka negatif, hal ini dikarenakan permintaan konsumen akan produk yang menurun. Sehingga total yang didapatkan dari perubahan kuantitas produk pada tahun ini

sebesar Rp. (18.339.947.962). Bisa dilihat dari tabel kuantitas produk, penjualan tahun 2009 sangat menurun dibandingkan tahun 2008. Penurunan kuantitas penjualan bisa disebabkan oleh mahalnya harga jual pada tahun tersebut, yang mengakibatkan penurunan permintaan dari perusahaan. Selain itu pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2008 terjadi krisis ekonomi yang mengakibatkan perusahaan-perusahaan berusaha menstabilkan kembali posisi keuangan, krisis ini tidak memberikan dampak langsung kepada perusahaan pada tahun 2008, tetapi sangat mempengaruhi penjualan perusahaan di tahun 2009. Pada tahun ini penjualan berkurang dikarenakan krisis tersebut.

3. Perubahan kuantitas produk yang dijual tahun 2010

Pada tahun 2010 semua produk yang dijual di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung memiliki nilai yang positif atau menguntungkan dari segi kuantitas produk yang di jual, kecuali pada produk D yang memiliki perubahan kuantitas produk sebesar Rp.(201.961.722). Terdapat penurunan permintaan produk D pada tahun 2010, meski demikian total yang didapatkan menghasilkan nilai positif sebesar Rp. 3.710.260.800. Ini disebabkan oleh kenaikan penjualan pada semua produk, kecuali produk D yang mengalami penurunan. Penurunan ini disebabkan berkurangnya permintaan konsumen akan produk. Setelah penurunan di tahun 2009, pada tahun ini PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung kembali menstabilkan penjualan yang pada tahun sebelumnya yang merosot.

4. Perubahan kuantitas produk yang dijual tahun 2011

Semua produk pada tahun 2011 menunjukkan nilai yang positif dan menguntungkan Rp.7.830.907.452, dikarenakan penjualan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2010 yang cukup meningkat ke tahun 2011. Hal ini menunjukkan bagian penjualan bekerja lebih baik. Selain dari itu permintaan akan produk dari perusahaan lain pun meningkat seiring dengan perekonomian yang membaik dan perusahaan selalu memberikan produk-produk yang tidak mengecewakan pelanggan.

5. Perubahan kuantitas produk yang dijual tahun 2012

Produk-produk yang dijual menunjukkan nilai positif, dapat di lihat peningkatan penjualan pada seluruh produk sebesar Rp. 37.244.984.189. Penjualan pada tahun ini meningkat sangat signifikan, karena permintaan akan produk dari konsumen sangat meningkat. Banyaknya permintaan pemasangan dari seluruh produk di tahun ini membuat perubahan laba kotor yang meningkat

Pada tahun 2009 berbeda dari tahun-tahun lainnya, pada tahun 2009 terlihat penurunan penjualan yang mengakibatkan nilai perubahan kuantitas penjualan bernilai negative atau merugikan sebesar Rp. (18.339.947.962). Walaupun demikian hasil akhir dari perhitungan pada faktor kuantitas penjualan periode 2008-2012 bernilai positif sebesar Rp. 49.618.562.010. yang berarti menguntungkan bagi perusahaan. Hasil akhir perhitungan dari sektor penjualan didapat dari penggabungan dari perubahan harga jual dan perubahan kuantitas

penjualan adalah sebesar Rp. 39.477.648.571 yang berarti menguntungkan bagi perusahaan.

4.1.2. *Cost Price Variance dan Cost Volume Variance*

Faktor harga pokok penjualan dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual dan harga pokok per satuan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, perubahan laba kotor yang disebabkan oleh adanya perubahan harga pokok penjualan dapat disebabkan oleh perubahan harga pokok rata-rata persatuan dan perubahan kuantitas harga pokok penjualan.

Perubahan harga pokok per satuan produk yaitu adanya perbedaan antara harga pokok penjualan per satuan produk menurut tahun sebelumnya dengan harga pokok yang sesungguhnya. Berikut ini tabel harga pokok penjualan dengan kuantitas produk dijual yang digunakan dalam perhitungan faktor harga pokok penjualan :

Tabel 4.5.
Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Kuantitas (K)
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung
Periode 2008-2012

TAHUN		PRODUK			
		A	B	C	D
2007	HPP	15,001,123	11,032,710	6,461,400	17,509,889
	K	156	13	8,358	419
2008	HPP	12,879,752	10,676,816	5,328,989	15,187,149
	K	184	14	10.448	493
2009	HPP	15,671,647	14,309,135	6,931,888	18,098,194
	K	152	11	8073	416
2010	HPP	14,802,366	12,804,092	6,580,356	18,573,973
	K	156	12	8548	407

2011	HPP	15,269,810	13,208,432	6,043,184	18,005,382
	K	160	12	9,498	429
2012	HPP	11,125,147	8,981,734	4,251,067	12,243,660
	K	223	18	13,772	643

Sumber : Data PT. Inti (Persero) yang sudah diolah

Keterangan :

A : Mini CME and Strengthen

B : Material Electrical dan Mechanical GPA

C : Antenna

D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

Tabel 4.5. menjelaskan mengenai harga pokok penjualan dan kuantitas yang dijual dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2012. Pada tahun 2007 harga pokok penjualan di tahun ini lebih tinggi dibanding harga jual di tahun 2008. Pada tahun 2007 biaya pembuatan produk meningkat seiring dengan harga dari material itu sendiri, tetapi sebaliknya untuk tahun 2008. Kondisi pada tahun 2008 menurun dari tahun 2007. Hal ini dapat diakibatkan oleh penurunan harga material yang menurun, beban produk tersebut menurun.

Tahun 2009 terdapat kenaikan sedikit dari tahun sebelumnya, kemudian tahun berikutnya tahun 2010 mengalami penurunan harga pokok penjualan, dan pada tahun 2011 harga pokok penjualan naik kembali. Sebab kenaikan dan penurunan ini sangat bervariasi, kenaikan bias dikarenakan oleh harga material yang naik, begitu juga dengan penurunan harga pokok penjualan yang diakibatkan oleh penurunan harga material per produk.

Pada tahun 2012 kenaikan kuantitas penjualan pun sangat tajam, tapi berbeda dengan harga pokok penjualan yang menurun drastis. Penurunan harga pokok penjualan karena harga bahan material yang murah, selain itu harga pokok penjualan mendorong penjualan meningkat. Setelah dijabarkan harga pokok

penjualan dan kuantitas yang dijual dan setelah dihitung hasil perubahan harga pokok penjualan yang didapat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6.
Perubahan Harga Pokok Penjualan Per Satuan Produk
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung
Periode 2008-2012 (dalam rupiah)

Produk	Perubahan Harga Pokok Penjualan				
	2008	2009	2010	2011	2012
A	(389.363.115)	423.314.272	(135.964.718)	74.605.207	(926.099.309)
B	152.157.441	39.229.044	(17.699.299)	4.852.077	(76.080.570)
C	(11.831.196.176)	12.940.676.561	(3.004.962.607)	(5.102.058.859.08)	(24.681.209.731)
D	(1145.543.979)	1.210.971.473	193.839.748	(243.844.664)	(3.706.438..886)
TOTAL	(13.213.945.830)	14.614.191.349	(2.964.786.877)	(5.266.446.238)	(29.389.828.495)

Sumber : Data yang sudah diolah

Keterangan :

- A : Mini CME and Strengthen
- B : Material Electrical dan Mechanical GPA
- C : Antenna
- D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

Pada perubahan harga pokok penjualan berbeda dengan perubahan harga jual. Pada analisis ini bila $HPP_2 - HPP_1$ bernilai negatif berarti nilai tersebut menguntungkan bagi perusahaan dan sebaliknya jika nilai bernilai positif maka nilai tersebut merugikan bagi perusahaan. Dibawah ini merupakan hasil analisis dari tabel diatas :

1. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk 2008

Pada tahun 2008 terlihat penjualan produk A, C, dan D menghasilkan nilai yang menguntungkan. Hal ini dikarenakan menurunnya biaya-biaya yang

timbul dalam kegiatan produksi. Biaya-biaya ini seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik serta biaya yang tidak termasuk kedalam operasi sebuah produk. Tetapi berbeda dengan produk B menunjukan nilai yang positif sebesar Rp.152.157.441 dalam arti merugikan bagi perusahaan, perbedaan ini dikarenakan biaya-biaya yang dibebankan untuk setiap produk tidaklah sama. Total yang didapatkan untuk perubahan harga pokok penjualan di tahun ini menghasilkan nilai yang negatif yaitu menguntungkan.

2. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk 2009

Semua produk pada tahun 2009 menunjukan angka positif yang berarti merugikan, hal ini dikarenakan kenaikan dari tahun sebelumnya dalam sektor biaya-biaya yang dibebankan dalam harga pokok penjualan. Total yang didapatkan pada perubahan harga pokok penjualan per satuan produk di tahun ini sebesar Rp. 14.614.191.349

3. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk 2010

Pada tahun 2010 semua produk yang dijual di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung memiliki nilai yang negatif atau menguntungkan dari segi harga pokok penjualan, kecuali pada produk D sebesar Rp. 193.839.748. Terdapat kenaikan dalam segi biaya bahan baku pada produk D pada tahun 2010, meski demikian total yang didapatkan menghasilkan nilai negative atau menguntungkan bagi perusahaan sebesar Rp. (2.964.786.877). Biaya-biaya yang dibebankan dalam suatu produk berbeda dengan produk lainnya, untuk produk yang bernilai negatif berarti

harga pokok penjualan mengalami penurunan dalam sektor biaya bahan baku dan sebaliknya untuk produk yang bernilai positif atau merugikan.

4. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk 2011

Pada tahun 2011 produk C dan D yang dijual di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung memiliki nilai yang negatif atau menguntungkan dari harga pokok penjualan, kecuali pada produk A dan B. Terdapat kenaikan harga pokok penjualan pada produk A dan B pada tahun 2011, meski demikian hasil yang didapat bernilai menguntungkan bagi perusahaan. Kenaikan harga pokok penjualan disebabkan oleh biaya-biaya termasuk biaya bahan baku, biaya overhead, biaya tenaga kerja langsung, dan tentu saja biaya-biaya yang dibebankan berbeda setiap produk yang dihasilkan. Walaupun adanya hasil perubahan yang merugikan, total perubahan harga pokok penjualan persatuan produk di tahun ini sebesar Rp. (5.266.446.238)

5. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk 2012

Produk-produk yang dijual menunjukkan nilai negative sebesar Rp.(29.389.828.495), dapat di lihat peningkatan penjualan pada semua produk. Hal ini menunjukkan bagian penjualan yang sudah bekerja dengan baik karena pada tahun ini penjualan menguntungkan untuk perusahaan. Selain itu pada tahun ini harga produk terbilang cukup murah dibanding tahun-tahun sebelumnya, ini terlihat dari harga pokok penjualan yang lebih rendah dan mengakibatkan kenaikan kuantitas yang dijual.

Pada perhitungan perubahan harga pokok penjualan per satuan produk dari periode tahun 2008-2012, didapatkan nilai negative yang berarti menguntungkan bagi perusahaan kecuali di tahun 2009 sebesar Rp. 14.614.191.349. Pada tahun 2009 nilai perubahan harga pokok penjualan per satuan produk bernilai positif dalam arti merugikan. Ini disebabkan oleh harga pokok penjualan di tahun sebenarnya lebih tinggi dari pada tahun sebelumnya dan begitupun sebaliknya bagi periode 2008, 2010, 2011, dan 2012. Hasil akhir yang didapatkan dari perhitungan perubahan harga pokok penjualan per satuan produk adalah sebesar Rp. (36.220.816.091) yang bernilai menguntungkan bagi perusahaan.

Perubahan kuantitas harga pokok penjualan yaitu dengan adanya perubahan kuantitas atau volume yang dijual atau yang diproduksi. Hasil yang didapatkan dalam perhitungan menggunakan rumus diatas ditampilkan menggunakan tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7.
Perubahan Kuantitas Harga Pokok Penjualan
PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung
Periode 2008-2012 (dalam rupiah)

Produk	Perubahan Kuantitas Harga Pokok Penjualan				
	2008	2009	2010	2011	2012
A	413,003,018	(411,128,755)	75,037,132	47,249,965	974,841,377
B	158,871	(38,436,538)	13,736,769	3,072,982	79,250,593
C	13,501,482,695	(12,653,685,750)	3,291,953,418	6,250,022,102	25,829,172,974
D	1,295,345,884	(1,172,362,735)	(155,231,010)	398,279,617	3,860,873,839
TOTAL	15,209,990,469	(14,275,613,777)	3,225,496,310	6,698,624,666	30,744,138,784

Sumber : Data yang sudah diolah

Keterangan :

- A : Mini CME and Strengthen
- B : Material Electrical dan Mechanical GPA
- C : Antenna
- D : Remote Area BSS Solution-PS-HW Power Systems

Pada perubahan kuantitas harga pokok penjualan berbeda dengan perubahan harga jual. Pada analisis ini bila $K_2 - K_1$ bernilai negatif berarti nilai tersebut menguntungkan bagi perusahaan dan sebaliknya jika nilai bernilai positif maka nilai tersebut merugikan bagi perusahaan. Dibawah ini merupakan hasil analisis dari tabel diatas :

1. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan 2008

Pada tahun 2008 terlihat penjualan semua produk bernilai positif dalam arti merugikan sebesar Rp. 15.209.990.469, ini disebabkan oleh harga pokok penjualan tahun sebelumnya lebih tinggi dibanding tahun 2008. Inilah yang mengakibatkan analisis di tahun 2008 mengalami kerugian, selain itu naik turunnya harga pokok penjualan mengacu kepada harga material per produk.

2. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan 2009

Semua produk pada tahun 2009 menunjukkan angka negative yang berarti menguntungkan sebesar Rp. (14.275.613.777), pada tahun ini kuantitas menurun yang mengakibatkan harga pokok penjualan akan menurun pula. Jika harga pokok penjualan mengalami penurunan yang disebabkan adanya penurunan biaya-biaya yang dibebankan dalam segi pembuatan produk, maka menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

3. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan 2010

Pada tahun 2010 semua produk yang dijual di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung memiliki nilai yang positif atau merugikan dari segi kuantitas produk yang di jual, kecuali pada produk D sebesar Rp.(155,231,010). Terdapat kenaikan permintaan produk D pada tahun 2010, sehingga menghasilkan nilai yang menguntungkan. Tetapi hasil yang didapat yaitu nilai positif berarti merugikan karena kuantitas bagi sebagian produk yang dijual atau yang diproduksi mengalami kenaikan tetapi harga pokok penjualan bagi sebagian produk mengalami kenaikan.

4. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan 2011

Semua produk pada tahun 2011 menunjukkan angka positif yang berarti merugikan. Total yang didapatkan dari keseluruhan perubahan harga pokok penjualan semua produk adalah sebesar Rp. 6,698,624,666. Harga pokok penjualan di tahun ini pada produk antenna lebih rendah dari pada tahun sebelumnya, walaupun demikian kuantitas pada produk antenna lebih tinggi. Berbeda dengan produk lainnya yang mengalami peningkatan harga pokok penjualan walaupun tidak terlalu tinggi ini yang mengakibatkan tahun analisis perubahan harga pokok penjualan mengalami kerugian di tahun ini.

5. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan 2012

Produk-produk yang dijual menunjukkan nilai positif, dapat di lihat peningkatan penjualan pada semua produk. Total yang didapatkan di tahun ini sebesar Rp. 30,744,138,784. Tetapi terdapat penurunan pada harga

pokok penjualan yang diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* sehingga menghasilkan analisis merugikan untuk tahun ini.

Pada perhitungan kuantitas harga pokok penjualan periode tahun 2008-2012 semua hasil perhitungan menunjukkan nilai positif dalam arti merugikan kecuali untuk tahun 2009 sebesar Rp. 14.275.613.777. Hasil akhir yang didapat dari keseluruhan periode untuk perubahan kuantitas harga pokok penjualan adalah sebesar Rp. 41.602.636.452. Setelah dihitung perubahan harga pokok penjualan per satuan produk dan perubahan kuantitas harga pokok penjualan hasil yang didapatkan adalah Rp. 5.381.820.361 dengan hasil perhitungan ini didapatkan nilai positif dalam arti merugikan bagi perusahaan.

Untuk memperjelas perhitungan diatas mengenai perubahan laba kotor di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung dari tahun 2008-2012, berikut ini penulis paparkan laporan perubahan laba kotor diakhir tahun 2008-2012.

PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero)
Laporan Perubahan Laba Kotor
2008-2012

Faktor penjualan :

2008

Kenaikan harga jual	Rp. (15.212.644.287)	(merugikan)
Kenaikan kuantitas penjualan	Rp. 19.172.357.531	(menguntungkan)
	Rp. 3.959.713.244	(menguntungkan)

2009

Kenaikan harga jual	Rp. 11.240.184.087	(menguntungkan)
Kenaikan kuantitas penjualan	Rp. (18.339.947.962)	(merugikan)
	Rp. (7.099.763.875)	(merugikan)

2010

Kenaikan harga jual	Rp. (2.907.360.880)	(merugikan)
Kenaikan kuantitas penjualan	Rp. 3.710.260.800	(menguntungkan)
	Rp. 802.899.920	(menguntungkan)

2011

Kenaikan harga jual	Rp. (4.265.591.259)	(merugikan)
Kenaikan kuantitas penjualan	Rp. 7.830.907.452	(menguntungkan)
	Rp. 3.565.316.193	(menguntungkan)

2012

Kenaikan harga jual	Rp. 1.004.498.900	(menguntungkan)
Kenaikan kuantitas penjualan	Rp. 37.244.984.189	(menguntungkan)
	Rp. 38.249.483.089	(menguntungkan)

Total Faktor Penjualan

Rp. 39.477.648.571

Faktor HPP

2008

Kenaikan HPP per satuan produk	Rp. (13.213.945.830)	(menguntungkan)
Kenaikan kuantitas HPP	Rp. 15.209.990.469	(merugikan)
	Rp. 1.854.490.558	(merugikan)

2009

Kenaikan HPP per satuan produk	Rp. 14,614,191,349	(merugikan)
Kenaikan kuantitas HPP	Rp. (14,275,613,777)	(menguntungkan)
	Rp. 338,577,572	(merugikan)

2010

Kenaikan HPP per satuan produk	Rp. (2.964.786.877)	(menguntungkan)
Kenaikan kuantitas HPP	Rp. 3.225.496.310	(merugikan)
	Rp. 260.709.433	(merugikan)

Lanjutan

2011		
Kenaikan HPP per satuan produk	Rp. (5.266.446.238)	(menguntungkan)
Kenaikan kuantitas HPP	Rp. 6.698.624.666	(merugikan)
	Rp. 1.432.178.428	(merugikan)
2012		
Kenaikan HPP per satuan produk	Rp. (29.389.828.495)	(menguntungkan)
Kenaikan kuantitas HPP	Rp. 30.744.138.784	(merugikan)
	Rp. 1.354.310.289	(merugikan)
Total Faktor HPP		Rp. 5.381.820.361
Total perubahan laba kotor periode 2008-2012		Rp. 34.095.828.210

Sumber : Penulis

Perubahan laba kotor merupakan salah satu pedoman efisiensi dan efektifitas manajemen dalam mengelola suatu unit usaha dalam hubungannya dengan pertumbuhan serta perkembangan unit usaha yang dikelolanya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan laba kotor adalah perubahan harga jual, perubahan kuantitas (volume) penjualan, perubahan harga pokok penjualan, dan kuantitas volume harga pokok penjualan. Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan kenaikan dan penurunannya, sebab jika penjualan menurun dan harga pokok penjualan mengalami kenaikan maka laba kotor akan mengalami penurunan. Tetapi sebaliknya, apabila penjualan mengalami penurunan maka laba kotor akan mengalami kenaikan. Jika penjualan mengalami penurunan dan harga pokok penjualan mengalami penurunan maka laba kotor pun akan mengalami penurunan. Sebaliknya, apabila penjualan mengalami kenaikan dan harga pokok penjualan mengalami kenaikan sampai batas tertentu akan mengalami kenaikan. Untuk dapat meningkatkan laba kotor dapat ditempuh dengan cara:

1. Mengusahakan kenaikan penjualan yang lebih tinggi daripada harga pokok penjualan.
2. Mengusahakan penurunan harga pokok penjualan yang lebih besar daripada penurunan penjualan.
3. Mengusahakan kenaikan penjualan dan mempertahankan harga pokok.

Berdasarkan hasil analisis laba kotor periode 2008-2012 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, perubahan pada faktor penjualan perusahaan mengalami perubahan selama 5 periode sebesar Rp. 39.477.648.571. Pada tahun 2008 perusahaan mengalami keuntungan kenaikan laba kotor dari segi faktor penjualan sebesar Rp.3.959.713.244. Nilai terendah berada di tahun 2009 yang terlihat pada perubahan harga jual yang tinggi tapi kuantitas penjualan yang rendah sebesar Rp.(7.099.763.875). Penurunan di tahun 2009 ini disebabkan oleh daya serap pasar terhadap produk, kompetisi, perubahan teknologi. Pada harga pokok penjualan. Setelah kemerosotan angka di faktor penjualan perusahaan mencoba menstabilkan kembali penjualan, dan hasil pun bernilai menguntungkan bagi perusahaan sebesar Rp. 802.899.920. Tahun 2011 perusahaan mencoba kembali menaikkan dan menstabilkan angka penjualan dan hasil yang didapat pun menguntungkan untuk perubahan laba kotor di tahun ini sebesar Rp. 3.565.316.193. Di tahun 2012 menjadi penjualan tertinggi hal ini dapat dijelaskan dengan harga jual lebih rendah dari tahun sebelumnya sedangkan kuantitas penjualan yang meningkat hasil yang didapatkan sebesar Rp. 38.249.483.089. Terjadinya perubahan tersebut dikarenakan naik turunnya harga bahan baku perusahaan yang di landasi oleh harga dollar yang berubah-ubah.

Pada analisis faktor harga pokok penjualan, bisa dilihat perusahaan mengalami perubahan sebesar Rp. 5.381.820.361. Pada tahun 2008 analisis pada faktor harga pokok penjualan menghasilkan nilai positif yang berarti merugikan bagi perusahaan sebesar Rp. 1.854.490.558. Pada tahun 2009 perusahaan mendapatkan perubahan harga pokok penjualan per satuan produk yang lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 338,577,572 dan mengartikan pada tahun ini perusahaan mengalami penurunan dalam analisis harga pokok penjualan dari tahun sebelumnya. Tahun 2010 perusahaan mendapatkan nilai sebesar Rp. 260.709.433, tetapi terdapat peningkatan untuk tahun 2011 untuk perubahan faktor harga pokok penjualan sebesar Rp. 1.432.178.428 . Pada faktor harga pokok penjualan di tahun 2012 merupakan nilai yang lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 1.354.310.289. Sehingga hasil yang didapat dari faktor harga pokok penjualan dari periode tahun 2008-2012 adalah sebesar Rp.5.381.820.361

Jadi perubahan laba kotor PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung dipengaruhi oleh faktor penjualan dan harga pokok penjualan sebagai pengurang. Sehingga hasil yang didapat dari analisis laba kotor pada PT.Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung adalah sebesar Rp.34.095.828.210 yang berarti menguntungkan bagi perusahaan.