

ABSTRAK

ANALISIS PERTUMBUHAN PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN LABA DI PT. INALUM TAHUN 2011-2015

Oleh:

**Elsa Noviliani Syarif Emil
1305170617**

Dosen Pembimbing: Novien Rialdy S.E, MM

Pertumbuhan penjualan mencerminkan prospek perusahaan dan peningkatan laba perusahaan di masa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat maka laba perusahaan akan meningkat, dan akhirnya kinerja perusahaan semakin baik. Selain pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen juga menjadi pertimbangan bagi investor untuk menamankan modalnya. Kebijakan dividen tersebut merupakan bagian dari keputusan pembelanjaan internal perusahaan. Hal ini dikarenakan besar kecilnya deviden yang dibagikan akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang ditahan. Laba yang ditahan tersebut merupakan sumber pendanaan internal perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kuantitatif, jenis dan sumber data yaitu data sekunder berupa laporan keuangan PT. Inalum dan jenis data yang digunakan yakni data kuantitatif berupa laporan laporan keuangan PT. Inalum tahun 2011-2015.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi peningkatan laba, dimana hasil tersebut sesuai dengan penelitian ini yang menemukan bahwa Pertumbuhan Penjualan berdampak terhadap peningkatan laba perusahaan PT Inalum, sehingga untuk meningkatkan laba PT. Inalum maka perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan dalam bidang penjualan komoditi aluminium.

Kata Kunci : Penjualan, Pertumbuhan Laba

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita khususnya penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “**Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Laba Di PT INALUM Tahun 2011-2015**”, disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat menempuh ujian tingkat Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan shalawat serta beriringkan salam dihadiahkan keharibaan junjungan suri tauladan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan nasehat serta pengarahan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati, tulus, dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih yang telah memebantu dan memberi dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Ayahanda Ir. Syarif Emil, ibunda Ir. Elvida Ridwan, serta Adik-adik saya Elma Emilia Putri, Muhammad Imam Haikal dan Elzalia Maghfirah yang selalu memberikan dukungan moral maupun materi serta doa kepada penulis sehigga dapat menyelesaikan skripsi ini.

1. Bapak **Januri SE, MM, M.Si** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu **Fitriani Saragih, SE, M.Si** selaku Ketua Jurusan Progam Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku dosen penasehat akademik.
3. Bapak **Januri SE, MM, M.Si** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu **Zulia Hanum SE, M.Si**, selaku Sekretaris Jurusan Progam Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Novien Rialdy SE, MM**, selaku dosen Pembimbing yang telah banyak memberi bimbingan dan meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen selaku staf pengajar yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
7. Kepada pimpinan dan seluruh staf pegawai PT. INALUM untuk kesediaannya membantu penulis.
8. Sahabat-sahabat penulis Masita Fitasa Fanani, Raudhatul Jannah, Putri Chintia, Rival Ardian, Dimas Ardiansyah, Rizki yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta selalu membantu penulis dalam menyusun skripsi. Dan tak lupa kepada seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2013, khususnya C Akuntansi Siang.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Apabila dalam penelitian ini terdapat kata-kata yang kurang berkenaan mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Medan, September 2017

Penulis

Elsa Noviliani Syarif Emil

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Laba	9
1. Pengertian Laba	9
2. Pengertian Pertumbuhan Laba.....	12
3. Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba	15
B. Pertumbuhan Penjualan.....	15
C. Penelitian Terdahulu.....	21
D. Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	25
B. Defenisi Operasional.....	25
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
1. Tempat Penelitian.....	26
2. Waktu Penelitian	26
D. Sumber dan Jenis Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisa Data.....	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Sejarah Singkat PT. Inalum.....	30
B.	Statistik Deskriptif	33
C.	Pembahasan.....	35
	1. Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Laba di PT Inalum Tahun 2011-2015.....	35
	2. Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Penjualan.....	41
	3. Upayah Meningkatkan Pertumbuhan Laba	43

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	45
B.	Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Laporan Keuangan PT. INALUM	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 4.1. Statistik Deskriptif.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Laba Tahun Berjalan PT Inalum (Dalam Ribuan \$).....	4
Gambar 1.2. Penjualan PT Inalum (Dalam Ribuan \$)	6
Gambar 2.1. Kerangka Berfikir	23
Gambar 4.1. Hasil Penjualan PT. Inalum.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan industri pengolahan atau peleburan logam khususnya aluminium merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan produk logam khususnya aluminium kemudian dijual guna memperoleh profit yang besar. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan manajemen dengan tingkat efektifitas yang tinggi. Pengukuran tingkat efektifitas manajemen yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan dari pendapatan investasi, dapat dilakukan dengan mengetahui seberapa besar rasio profitabilitas yang dimiliki.

Seiring dengan laju tatanan perekonomian dunia yang telah mengalami perkembangan dan mengarah pada sistem ekonomi pasar bebas, perusahaan-perusahaan semakin terdorong untuk meningkatkan daya saing. Suatu perusahaan dapat dikatakan mencapai kesuksesan dan berhasil memenangkan persaingan apabila dapat menghasilkan laba yang maksimal. Perusahaan dapat memaksimalkan labanya apabila manajer keuangan mengetahui faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap laba perusahaan. Dengan mengetahui pengaruh dari masing-masing faktor terhadap laba perusahaan, perusahaan dapat menentukan langkah untuk mengatasi masalah-masalah dan meminimalisir dampak negatif yang timbul. Semua faktor yang terdapat dalam sebuah perusahaan memiliki pengaruh terhadap kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba.

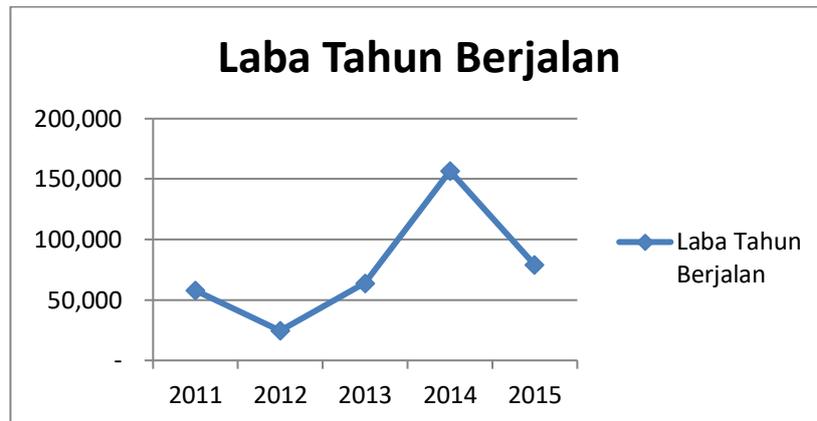
Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2012:12), penghasilan bersih (laba) sering digunakan sebagai ukuran kinerja atau dasar bagi ukuran yang lain seperti imbal hasil investasi (*Return On Investment*) atau laba per saham (*Earning Per Share*). Kinerja perusahaan merupakan hasil dari serangkaian proses dengan mengorbankan berbagai sumber daya. Adapun salah satu parameter penilaian kinerja perusahaan tersebut adalah pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Peningkatan laba yang baik mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan, karena biasanya dividen yang akan dibayar di masa yang akan datang sangat bergantung pada kondisi perusahaan. Pertumbuhan laba perusahaan merupakan tujuan didirikannya suatu perusahaan, apa pun jenis bisnisnya. Pertumbuhan laba secara pasti akan meningkatkan kekayaan (*assets*) perusahaan. Semua pendiri dan pemilik perusahaan mempunyai visi jangka panjang agar perusahaannya terus maju dan berkembang dengan selalu membukukan laba yang meningkat dan *sustainable* (berkelanjutan) atas setiap investasi yang ditanamkan di perusahaan, jika perusahaan merugi secara otomatis akan menguras ekuitas atau modal pemilik, hal ini tentu sangat tidak dikehendaki oleh pemilik (*owner's*) atau pemegang saham (*shareholder's*).

PT. Indonesia Asahan Aluminium (INALUM) merupakan sebuah perusahaan patungan antara pemerintah Indonesia dan Nippon Asahan Aluminium Co., Ltd (NAA) dengan perbandingan saham 41,12% untuk pemerintah Indonesia dan 58,88% untuk NAA, dimana sekarang seluruh sahamnya telah dikembalikan secara keseluruhan kepada pemerintah Indonesia. PT. Inalum merupakan pelopor

dan perusahaan pertama di Indonesia yang bergerak dalam bidang Industri peleburan aluminium dengan investasi sebesar 411 milyar Yen. PT. Inalum memproduksi aluminium melalui proses elektrolisa yang menggunakan prinsip *Hall-Heroult*. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi aluminium ini adalah alumina yang diperoleh dari biji-biji bauksit melalui proses Bayer. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tahun 2015 diperoleh informasi bahwa PT Inalum masuk kedalam urutan ke-15 dari 20 perusahaan BUMN yang memiliki laba tertinggi dibandingkan dengan BUMN lainnya (Sumber: <https://finance.detik.com>). Berikut ini adalah data tentang keuangan dan laba PT Inalum dari tahun 2011-2015.

Tabel 1.1. Laporan Keuangan Inalum

Keterangan	Unit	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
Pertumbuhan Penjualan	US\$ Ribu	579,677	508,823	521,111	632,450	490,626
Laba Tahun Berjalan	US\$ Ribu	57,911	24,553	64,042	156,729	79,048
Peningkatan Laba	%	-	-57.6%	160.8%	144.7%	-49.5%
Produksi	MT (Metric Ton)	246,086	254,150	256,602	264,474	257,149



Sumber : PT Inalum (2017)

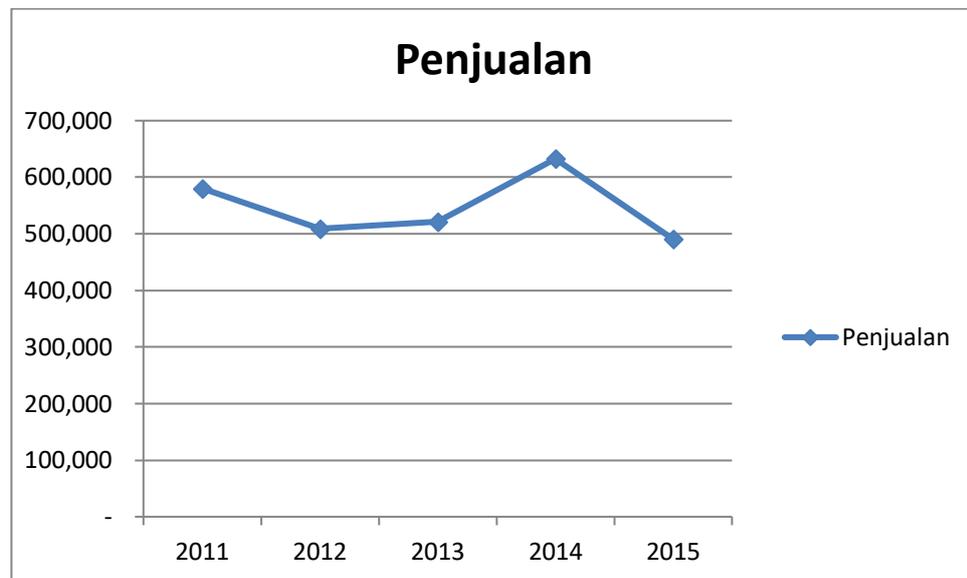
Gambar 1.1
Laba Tahun Berjalan PT Inalum (Dalam Ribuan \$)

Berdasarkan data tentang laba tahun berjalan diperoleh informasi bahwa sejak PT. Inalum diakuisisi oleh pemerintah Indonesia *trend* memiliki *trend* penurunan, terbukti laba yang dicapai di tahun 2015 yang hanya mencapai US \$ 79.048.000 yang cenderung menurun dari tahun 2014 yang mencapai US \$ 156.729. hal tersebut terjadi karena harga komoditas yang menunjukkan penurunan sepanjang 2015. Berbeda dengan 2014 dengan harga komoditas, khususnya cenderung aluminium meningkat. Selain itu penurunan laba Inalum juga diakibatkan oleh penurunan jumlah penjualan atas produk olahan aluminium dari tahun 2011-2015.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan prospek perusahaan dan peningkatan laba perusahaan di masa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat maka laba perusahaan akan meningkat, dan akhirnya kinerja perusahaan semakin baik. Pertumbuhan penjualan yang positif membuat investor percaya untuk menanamkan modal pada perusahaan sehingga menimbulkan harga saham yang terus meningkat (Afrianti, 2012). Selain pertumbuhan penjualan,

kebijakan dividen juga menjadi pertimbangan bagi investor untuk menamankan modalnya. Kebijakan dividen tersebut merupakan bagian dari keputusan pembelanjaan internal perusahaan. Hal ini dikarenakan besar kecilnya deviden yang dibagikan akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang ditahan. Laba yang ditahan tersebut merupakan sumber pendanaan internal perusahaan. Kebijakan dividen merupakan hal yang sangat penting karena di satu sisi dividen merupakan keuntungan yang nantinya akan diterima oleh investor dalam investasinya, setiap investor menginginkan tingkat *return* yang sepadan dengan jumlah investasinya pada suatu perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan harus mampu meningkatkan kinerjanya supaya pembayaran dividen kepada investor sesuai dengan harapan investor. Brigham & Houston (2011) menyatakan bahwa perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Hal tersebut harus didukung dengan modal yang cukup untuk memenuhi kebutuhan perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Perusahaan yang berkembang pesat kemungkinan akan memilih untuk menggunakan dana eksternal (utang) sebagai pemenuhan modalnya dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah.

PT. Inalum sebagai perusahaan yang berfokus menjual hasil olahan alumunim, secara terus-menerus berusaha untuk meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun. Berikut ini adalah data penjualan PT Inalum dari tahun 2011-2015.



Sumber : PT Inalum (2017)

Gambar 1.2
Penjualan PT Inalum (Dalam Ribuan \$)

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diperoleh informasi bahwa penjualan Inalum dari tahun 2011-2015 terus mengalami penurunan yang mencapai tingkat penurunan pada tahun 2015 yang berdampak langsung terhadap penurunan laba perusahaan pada tahun 2015. Penurunan penjualan PT. Inalum selain diakibatkan oleh penurunan harga aluminium global, langkah produsen aluminium asing yang mengeksport produknya ke Indonesia juga berpengaruh pada kinerja Inalum. Serbuan aluminium impor ini membuat penjualan Inalum di domestik makin berkurang. Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas maka dapat dirumuskan judul penelitian ini adalah sebagai berikut: ***“Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Laba di PT Inalum Tahun 2011-2015”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. PT. Inalum mengalami penurunan penjualan pada beberapa tahun terakhir.
2. Laba yang diperoleh oleh PT. Inalum mengalami naik turun yang cukup signifikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap peningkatan laba pada PT. Inalum yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah Pertumbuhan Penjualan Berdampak Terhadap Peningkatan Pertumbuhan Laba?
2. Bagaimana meningkatkan pertumbuhan laba pada PT. Inalum?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk mengetahui dan menganalisis dampak Pertumbuhan Penjualan Terhadap Peningkatan Pertumbuhan Laba.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk:

1. Perusahaan

Sebagai referensi terutama pada para manajer keuangan perusahaan berkaitan dengan pertimbangan dalam menentukan keputusan penjualan dalam upaya peningkatan pertumbuhan laba.

2. Peneliti

Menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai peningkatan pertumbuhan laba perusahaan yang dipengaruhi oleh variabel pertumbuhan penjualan.

3. Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan pengetahuan dalam mengelola laporan keuangan yang baik dan terarah terutama mengenai laba perusahaan dan pertumbuhan penjualan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Laba

1. Pengertian Laba

Laba merupakan selisih positif antara pendapatan dalam suatu periode dan biaya yang dikeluarkan untuk mendatangkan laba. Menurut Harahap (2009:113), laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi. Investor yang ingin melakukan investasi atau yang melakukan divestasi harus melihat informasi apa yang terkandung dalam laba sehingga bisa membuat keputusan yang terbaik. Laba menggambarkan kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Informasi yang terkandung dalam laba ini sangat penting karena direaksi oleh investor. Ketika laba tahunan diumumkan, investor akan segera beraksi terhadap informasi laba yang dilaporkan. Bagi investor, informasi yang dilaporkan bisa bersifat sebagai “*good news*” atau “*bad news*” tergantung dari apa yang diekspektasikan oleh investor.

Menurut Harahap (dalam Permatasari, 2016), laba menurut akuntansi adalah perbedaan antara realisasi penghasilan yang berasal dari transaksi perusahaan pada periode tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan itu. Laba seringkali dijadikan ukuran untuk menilai keberhasilan kinerja perusahaan. Informasi laba sangat berguna dalam memberikan prediksi dan estimasi pertumbuhan laba, karena hal ini sangat berguna bagi manajemen dalam mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang telah

mereka terapkan serta berguna bagi investor yang ingin menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut. Pertumbuhan laba adalah perubahan persentase kenaikan laba yang diperoleh perusahaan. Pertumbuhan laba yang positif mencerminkan bahwa perusahaan telah dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan laba serta menunjukkan baiknya kinerja keuangan perusahaan, dan begitu juga sebaliknya.

Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi. Angka laba biasanya dilaporkan dalam laporan laba-rugi selama satu periode bersamaan dengan komponen lainnya seperti pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang dan perusahaan ini biasanya akan membayar persentase yang lebih tinggi dari labanya sebagai dividen di bandingkan perusahaan dengan laba berfluktuasi (dalam Agustina, 2016).

Setiap perusahaan menginginkan laba atau sering disebut juga dengan keuntungan atau (profit). Laba diperlukan perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam perekonomian dan melangsungkan kehidupan perusahaan tersebut. Martani dkk (2012:113) menyatakan bahwa pengertian laba adalah laba merupakan pendapatan yang diperoleh apabila jumlah finansial (uang) dari aset neto pada akhir periode (di luar dari distribusi dan kontribusi pemilik perusahaan) melebihi aset neto pada awal periode.

Belkoui (2011:217) menyebutkan bahwa laba akuntansi memiliki lima karakteristik sebagai berikut:

- a. Laba akuntansi didasarkan pada transaksi aktual yang berasal dari penjualan barang/ jasa.
- b. Laba akuntansi didasarkan pada postulat periodisasi dan mengacu pada kinerja perusahaan selama satu periode tertentu.
- c. Laba akuntansi didasarkan pada prinsip pendapatan yang memerlukan pemahaman khusus tentang definisi, pengukuran dan pengakuan pendapatan.
- d. Laba akuntansi memerlukan pengukuran tentang biaya (*expenses*) dalam bentuk cost histories.
- e. Laba akuntansi menghendaki adanya penandingan (*matching*) antara pendapatan dengan biaya yang relevan dan berkaitan dengan pendapatan tersebut.

Salah satunya ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah mencari perolehan laba, karena laba pada dasarnya hanya sebagai ukuran efisiensi suatu perusahaan. Menurut Kasmir (2011:303) menyatakan bahwa :

- a. Laba Kotor (gross Profit) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.
- b. Laba bersih (Net Profit) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Penyajian dan informasi laba melalui laporan tersebut merupakan fokus kinerja perusahaan yang penting. Kinerja perusahaan merupakan hasil dari

serangkaian proses dengan mengorbankan berbagai sumber daya. Menurut Stice (2009:240) laba adalah pengambilan atas investasi kepada pemilik. Hal ini mengukur nilai yang dapat diberikan oleh entitas kepada investor dan entitas masih memiliki kekayaan yang sama dengan posisi awalnya. Menurut Hanafi (2010:32), menyatakan bahwa laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut : $Laba = Penjualan - Biaya$. Angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah Laba Bersih (net income). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Sebaliknya, apabila perusahaan menderita rugi, angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (net loss). Laba Bersih merupakan perbedaan antara jumlah pendapatan yang diperoleh suatu satuan usaha selama periode tertentu dan jumlah biaya yang dapat diaplikasikan kepada pendapat.

2. Pengertian Pertumbuhan Laba

Ukuran yang sering kali dipakai untuk menentukan sukses tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Dengan demikian sasaran utama pelaporan keuangan adalah informasi tentang prestasi-prestasi perusahaan yang disajikan melalui pengukuran laba dan komponen-komponennya.

Salah satu ukuran kinerja analisis adalah rasio pertumbuhan. Rasio pertumbuhan mengukur kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonomisnya dalam pertumbuhan perekonomian dan dalam industri atau pasar

produk tempatnya beroperasi. Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangkan laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba pada periode sebelumnya. Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen dalam laporan keuangan.

Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen dalam laporan keuangan. Pertumbuhan laba yang disebabkan oleh perubahan komponen laporan keuangan misalnya perubahan penjualan, perubahan harga pokok penjualan, perubahan beban operasi, perubahan beban bunga, perubahan pajak penghasilan, adanya perubahan pada pos-pos luar biasa, dan lain-lain. Perubahan laba dapat juga disebabkan oleh faktor-faktor luar seperti adanya peningkatan harga akibat inflasi dan adanya kebebasan manajerial yang memungkinkan manajer memilih metode akuntansi dan membuat estimasi yang dapat meningkatkan laba (Mahaputra, 2012).

Pertumbuhan laba (Harahap, 2011) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibanding tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba merupakan selisih laba bersih tahun tertentu dengan laba bersih tahun sebelumnya dibagi dengan laba bersih tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba yang disebabkan oleh perubahan komponen laporan keuangan misalnya perubahan penjualan, perubahan harga pokok penjualan, perubahan beban operasi, perubahan beban bunga, perubahan pajak penghasilan, adanya perubahan pada pos-pos luar biasa, dan lain-lain. Perbandingan yang tepat atas pendapatan dan biaya tergambar dalam laporan laba rugi. Penyajian laba melalui laporan tersebut merupakan fokus kinerja perusahaan yang penting. Kinerja perusahaan merupakan

hasil dari serangkaian proses dengan mengorbankan berbagai sumber daya. Adapun salah satu parameter penilai kinerja perusahaan tersebut adalah pertumbuhan laba.

Pertumbuhan laba yang baik mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan, karena biasanya dividen yang akan dibayar di masa yang akan datang sangat bergantung pada kondisi perusahaan. Dengan demikian, mengetahui pertumbuhan laba yang diperoleh perusahaan sangat penting bagi pemakai laporan keuangan karena dengan mengetahui pertumbuhan laba, mereka dapat menentukan apakah terdapat peningkatan atau penurunan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Perusahaan dengan laba bertumbuh dapat memperkuat hubungan antara besarnya atau ukuran perusahaan dengan tingkatan laba yang diperoleh. Dimana perusahaan dengan laba bertumbuh akan memiliki jumlah aktiva yang besar sehingga memberikan peluang lebih besar didalam menghasilkan profitabilitas. Prediksi pertumbuhan laba sering digunakan oleh investor, kreditur, perusahaan, dan pemerintah untuk memajukan usahanya. Laba bersih yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba sebelum pajak dan bunga (Ebit), karena perusahaan masih tidak memperhitungkan kebijakan pendanaan. Rumus Pertumbuhan laba (Machfoedz dalam Warsidi & Pramuka) yaitu sebagai berikut :

$$\Delta Y_{it} = \frac{(Y_{it} - Y_{it-1})}{Y_{it-1}}$$

ΔY_{it} = Pertumbuhan Laba Pada Priode t

Y_{it} = Laba bersih (Ebit) perusahaan i pada periode t

Y_{it-1} = Laba bersih (Ebit) perusahaan i pada periode t-1

3. Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Menurut Angkoso (dalam Hasanah, 2014) pertumbuhan laba dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

a. Besarnya perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan maka ketepatan pertumbuhan laba yang diharapkan semakin tinggi.

b. Umur perusahaan

Perusahaan yang baru berdiri kurang memiliki pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga ketepatannya masih rendah.

c. Tingkat *leverage*

Bila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi, maka manajer cenderung memanipulasi laba sehingga dapat mengurangi ketepatan pertumbuhan laba.

d. Tingkat penjualan

Tingkat penjualan di masa lalu yang tinggi, semakin tinggi tingkat penjualan di masa yang akan datang maka pertumbuhan laba semakin tinggi.

e. Perubahan laba masa lalu

Semakin besar perubahan laba dimasa lalu, maka semakin tidak pasti laba yang diperoleh dimasa mendatang

B. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan

suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. Tingkat pertumbuhan yang didasarkan pada kemampuan keuangan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: tingkat pertumbuhan atas kekuatan sendiri (*internal growth rate*) dan tingkat pertumbuhan berkesinambungan (*sustainable growth rate*). Pertumbuhan internal merupakan pertumbuhan maksimum yang dapat dicapai perusahaan tanpa pendanaan eksternal. Tingkat pertumbuhan internal dicapai perusahaan ketika kenaikan aktiva yang diperlukan sama dengan tambahan laba ditahan. Sustainable growth rate merupakan pertumbuhan maksimum yang dapat dicapai perusahaan tanpa pendanaan modal sendiri, tetapi bersumber dari luar perusahaan dengan memelihara perbandingan antara hutang dengan modal (Sudana, 2011).

Pertumbuhan perusahaan akan menimbulkan konsekuensi pada peningkatan investasi atas aktiva perusahaan dan akhirnya membutuhkan penyediaan dana untuk membeli aktiva. Pertumbuhan penjualan juga mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun

atau waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat (Septianingsih, 2013)

Menurut Swastha dan Handoko (dalam Oktavia, 2013), pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dan aktivitas utama operasinya. Jadi, pertumbuhan yang terjadi dalam perusahaan dagang sering dikatakan sebagai tingkat pertumbuhan penjualan. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari penambahan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapat tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan. Perhitungan tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar.

Sedangkan menurut Kesuma (2009), pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mampu memenuhi kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut membelanjai asetnya dengan hutang,

begitu pula sebaliknya. Barton *et all.* dalam Novitasari (2015), pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan mendatang. Perumbuhan penjualan juga merupakan suatu indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri.

Laju pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan tersebut dalam mempertahankan keuntungan guna mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang di atas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan cepat yang diharapkan dan industri dimana perusahaan beroperasi. Menurut Brigham dan Houston dalam Andina (2013) perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan tingkat stabilitas jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap periode tahun buku. Pertumbuhan penjualan merupakan signal pada kreditur untuk memberikan kredit atau bagi bank sebagai kreditor untuk menambah kredit, sehingga pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap struktur modal. Perusahaan yang mempunyai tingkat penjualan yang tinggi akan lebih menguntungkan jika memakai hutang (Mamduh dalam Andina, 2013). Menurut teori *signaling* maka pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap struktur modal.

Sedangkan Weston dan Copeland dalam Andina (2013) menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh *leverage*. Jika penjualan dan laba setiap tahun meningkat, maka pembiayaan dengan utang dengan beban tetap tertentu akan meningkatkan pendapatan pemilik saham. Perusahaan dengan penjualan cenderung meningkat membutuhkan dana besar untuk meningkatkan kegiatan operasionalnya yang kemungkinan tidak tercukupi dari sumber pendanaan internal, sehingga membutuhkan sumber dana eksternal. Pertumbuhan penjualan merupakan signal pada kreditur untuk memberikan kredit atau bagi bank sebagai kreditor untuk menambah kredit. Penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang. Dengan tingkat penjualan yang tinggi, perusahaan dapat meraih keuntungan yang optimal. Dimana keuntungan dan kepuasan pelanggan merupakan ukuran penilaian dari keberhasilan suatu perusahaan dan keberlangsungan hidup perusahaan.

Bisnis atau produk dengan pertumbuhan penjualan tinggi dengan pangsa pasar yang tinggi seringkali memerlukan investasi besar untuk mendanai pertumbuhan yang cepat. Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Menurut Kotler & Armstrong (2010:158), ada empat tahap daur hidup yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap introduksi, tahap ini mulai ketika produk baru pertama kali diluncurkan. Hal ini membutuhkan waktu dan pertumbuhan penjualan cenderung lambat. Dalam tahap ini jika dibandingkan dengan tahap-tahap yang lain perusahaan masih merugi atau ber laba kecil karena penjualan yang lambat dan biaya disetor serta promosi yang tinggi.
2. Tahap pertumbuhan, pada tahap ini pertumbuhan penjualan meningkat dengan cepat, laba meningkat karena biaya promosi dibagi volume penjualan yang tinggi dan juga karena biaya produksi per unit turun.
3. Tahap menjadi dewasa, tahap dewasa ini berlangsung lebih lama daripada tahap sebelumnya dan memberikan tantangan kuat bagi manajemen pemasaran. Penurunan pertumbuhan penjualan menyebabkan banyak produsen mempunyai banyak produk untuk dijual.
4. Tahap penurunan, penurunan penjualan karena berbagai alasan, termasuk kemajuan teknologi, selera konsumen berubah dan meningkatnya persaingan ketika penjualan dan laba menurun, beberapa perusahaan yang masih bertahan dapat mengurangi macam produk yang ditawarkan.

Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mampu memenuhi kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut membelanjakan asetnya dengan utang, begitu pula sebaliknya. Pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki peranan

yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{Penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$$

C. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian dari beberapa peneliti yang menjadi landasan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1	A.A. Wela Yulia Putra & Ida Bagus Badjra (2015)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian dengan analisis linier berganda menemukan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.
2	Zulfia Andina (2013)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang	Profitabilitas, Aset Berwujud, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Pajak Perusahaan.	Regresi Linear Berganda	Hasil analisis data atau hasil regresi menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan hutang. Secara parsial variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang adalah profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel pertumbuhan penjualan

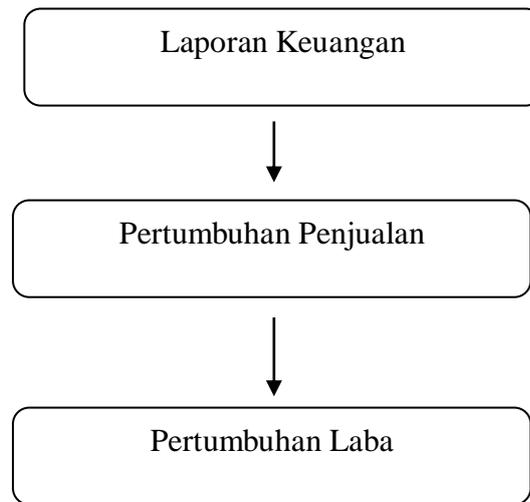
		Terdaftar Di BEI Periode 2008-2010)			dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang. Besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,298. Hal ini berarti bahwa 29,8 % variabel dependen yaitu kebijakan hutang dapat dijelaskan oleh lima variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 70,2 % kebijakan hutang dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lainnya diluar model.
3	Elfianto Nugroho (2011)	Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada BEI Pada Tahun 2005 – 2009)	Profitabilitas, Rasio Keuangan	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas, variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan, variabel perputaran modal kerja dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, dan variabel leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga hanya perputaran modal kerja, ukuran perusahaan dan leverage memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2005-2009.

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2017)

D. Kerangka Berfikir

Pertumbuhan penjualan mencerminkan tingkat produktivitas terpasang yang siap beroperasi serta kapasitas saat ini yang dapat diserap pasar dan mencerminkan daya saing perusahaan dalam pasar. Jadi, semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula penerimaan perusahaan (laba usaha). Perusahaan industri khususnya PT. Inalum tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diperlukan, agar perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi.

Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui *trend* penjualan dari produknya dari tahun ke tahun yang berdampak terhadap pertumbuhan laba usaha. Maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang. Bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah sedangkan di sisi lain, jika perusahaan tahu dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang. Akibatnya, laba akan dapat dimaksimalkan. Atas dasar deskripsi tersebut maka peneliti merumuskan kerangka penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain, dimana data digunakan adalah yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2012:11).

B. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah aspek penelitian yang menginformasikan tentang cara mengukur variabel. Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan pada sub-bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini variabel yang akan di analisis adalah Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Laba.

1. Pertumbuhan Penjualan adalah kenaikan atau perubahan jumlah penjualan suatu produk barang dan jasa dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu dan memberikan dampak positif bagi perkembangan suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar.
2. Pertumbuhan Laba merupakan selisih laba/keuntungan bersih suatu perusahaan dari tahun tertentu dengan laba bersih tahun sebelumnya dibagi dengan laba bersih tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba dihitung dengan

D. Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan PT. INALUM. Data yang digunakan merupakan laporan keuangan yang dimiliki oleh PT. INALUM. Data tersebut diperoleh dari kantor PT. INALUM. Dan jenis data yang digunakan yakni data kuantitatif berupa laporan laporan keuangan PT. INALUM tahun 2011-2015.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data, informasi, keterangan-keterangan serta fakta-fakta yang dibutuhkan untuk penelitian ini, maka dilakukan teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian di lapangan. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen sebagai berikut: Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian kemudian mencatat gejala-gejala yang terjadi di lapangan untuk melengkapi data-data yang diperlukan sebagai acuan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

b. Pengumpulan Data Sekunder (*Secondary Data*) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan pengumpulan data yang diperoleh dari sumber kedua. Penulis menggunakan cara untuk memperoleh data sekunder sebagai berikut : Studi Dokumentasi, teknik pengumpulan data

dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen-dokumen keuangan dari Sumber data diperoleh dari laporan keuangan publikasi yang berasal dari PT INALUM periode 2011 hingga 2015.

F. Teknik Analisa Data

Analisa data merupakan kegiatan mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi serta meningkatkan data sehingga mudah untuk membuat suatu deskripsi dari gejala yang diteliti. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif yaitu dengan menyajikan data yang dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia, menelaah, menyusunnya dalam satu satuan, yang kemudian dikategorikan pada tahap berikutnya dan memeriksa keabsahan data serta menafsirkannya dengan analisis sesuai dengan kemampuan daya nalar penelitian untuk membuat kesimpulan penelitian. Terdapat beberapa langkah dalam melakukan analisis data, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan memfokuskan hal-hal yang penting tentang penelitian dengan mencari tema dengan pola hingga memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Bermakna sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan tindakan. Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk pemaparan

laporan keuangan PT. INALUM yang bersifat deskriptifkuantitatif dan dalam bentuk lainnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat PT Indonesia Asahan Alumunium

Danau Toba merupakan danau terbesar di Indonesia. Oleh karena itu letaknya tinggi dan ruang akumulasinya yang besar, maka danau ini sangat ideal untuk kemungkinan pengolahan tenaga air. Gagasan untuk mengolah tenaga air sungai Asahan sebagai pembangkit listrik dimulai sejak tahun 1908. Pada tahun 1919, barulah perusahaan Hindia Belanda mengadakan studi kelayakan proyek. Pada tahun 1939 perusahaan Belanda Maatschappij Tot Exploitatie Van De Waterkracht in de Asahan Rivier (MEWA), memulai pembangunan PLTA Sigura-gura tetapi dengan pecahnya perang Dunia II proyek ini tidak diteruskan.

Usaha untuk mendayagunakan sungai Asahan, satu-satunya sungai yang mengalir air Danau Toba menuju ke Laut Selat Malaka, sudah dilakukan berulang-ulang selama dan sesudah pendudukan Jepang. Tahun 1962 pemerintah Indonesia dan Rusia (USSR) menandatangani perjanjian kerja sama untuk mengadakan studi kelayakan tentang pembangunan proyek Asahan, tetapi kondisi politik dan ekonomi tahun 1966 telah menyebabkan proyek ini gagal. Tahun 1968, Nippon Koei, perusahaan konsultan Jepang meyerahkan laporan kelayakan interim proyek Aluminium Asahan, disusul dengan laporan mengenai Power Development Project.

Pada tahun 1970, dilanjutkan dengan penandatanganan perjanjian antara Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga Listrik (PUTL), dengan Nippon Koei tentang perencanaan dan penelitian secara terperinci untuk pembangunan proyek PLTA nomor 2 dari pengembangan pembangunan Asahan. Laporan akhir diserahkan tahun 1972 yang menyatakan bahwa PLTA Asahan layak dibangun dengan sebuah peleburan Aluminium sebagai pemakai utama dari listrik yang dihasilkan.

Dalam tahun 1972, pemerintah Indonesia menyelegarakan pelelangan untuk membangun pabrik peleburan Aluminium dan PLTA sebagai satu paket Penanaman Modal Asing. Tetapi hingga pelelangan ditutup pada tahun 1973, tidak satupun yang menyerahkan penawarannya karena proyek membutuhkan investasi yang sangat besar. Pada tanggal 7 Juli 1975, di Tokyo, setelah melalui perundingan-perundingan yang panjang, pemerintah Republik Indonesia dan para penanam Modal Jepang menandatangani perjanjian Induk untuk membangun PLTA dan pabrik peleburan aluminium Asahan. Dan bulan November 1975, dua belas perusahaan penanaman modal Jepang membentuk sebuah konsorsium di Tokyo dengan nama Nippon Asahan Aluminium Co, Ltd (NAA), 50% saham perusahaan ini dimiliki lembaga keuangan Pemerintah Jepang.

Untuk melaksanakan pembangunan dan pengoperasian proyek Asahan ini, maka pada tanggal 6 Januari 1976, di Jakarta didirikan PT. Indonesia Asahan Aluminium. (PT. Inalum), suatu perusahaan patungan antara pemerintah Indonesia

dengan Nippon Asahan Aluminium Co. Ltd, dengan perbandingan saham masing-masing 10 % dan 90 %. Tanggal 29 September 1979 perbandingan saham masing-masing menjadi 25 % dan 75 %. Kemudian berubah lagi pada tanggal 24 Juni 1987 menjadi 41,13 % dan 58,87 %. Pada tanggal 26 Mei 1997 sampai dengan sekarang perbandingan saham masing-masing menjadi 41,12 % dan 58,88 %.

Untuk menyelenggarakan pembinaan, perluasan dan pengawasan atas pelaksanaan pembangunan proyek, pemerintah Republik Indonesia mengeluarkan Kepres No. 5/1976 tentang pembentukan Badan Pembinaan Proyek Asahan dan Otorita Pengembangan Proyek Asahan. Tanggal 20 Januari 1982, Presiden Soeharto yang datang bersama pejabat-pejabat tinggi pemerintah lainnya, meresmikan operasi tahap pertama pabrik peleburan aluminium PT. Indonesia Asahan Aluminium Kuala Tanjung dan menyebut proyek ini sebagai “Impian yang menjadi kenyataan”. Dan tanggal 14 Oktober 1982 dilakukan eksport perdana produksi PT. Indonesia Asahan Aluminium, dan Indonesia pun menjadi salah satu pengeksport aluminium batangan di dunia. Untuk pemasangan dalam negeri, pemerintah Indonesia pada tahun 1984 telah menunjuk PT. PP Berdikari sebagai distributaoor nasional.

Tahun 2014 menjadi awal bagi PT Indonesia Asahan Aluminium (Persero). Setelah di akhir tahun 2013 Pemerintah Republik Indonesia dan Nippon Asahan Aluminium Co. Ltd. menandatangani perjanjian pemutusan kontrak dan pengalihan 58,88% saham Nippon Asahan Alumunium Co. Ltd. kepada Pemerintah Indonesia.

Tahun 2014 merupakan tahun awal Inalum membangun korporasi sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pada tanggal 21 April 2014, melalui diterbitkannya Peraturan Pemerintah No. 26 Tahun 2014, PT Indonesia Asahan Aluminium resmi menjadi BUMN bernama Perusahaan Perseroan (Persero) PT Indonesia Asahan Aluminium; dengan nilai penyertaan modal Negara Republik Indonesia sebesar 100%.

Langkah ini merupakan bentuk nyata Pemerintah dalam upayanya membangun kantong industri strategis nasional berskala internasional. Inalum menjadi satu-satunya produsen Aluminium Ingot di Indonesia, dan menjadi salah satu pelaku usaha penting dan tertua di Asia Tenggara. Produk Ingot dari Inalum telah terpasarkan ke seluruh dunia, dengan *grade product* yang dapat disandingkan pada tingkat pelaku usaha taraf dunia. Sudah sewajarnya negara melalui pemerintah memiliki kepentingan untuk mendorong industri strategis untuk sebesar-besarnya kepentingan bangsa dan negara.

B. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan suatu gambaran atas data yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan PT Inalum yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah data penjualan dari tahun 2011 sampai 2015, maka dapat diketahui nilai minimum, maksimum, rata-

rata (*mean*) dan juga standar deviasi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.1. berikut ini :

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
X	3	.09	.14	.1167	.02517
Y	3	1.76	1.76	1.1600	.91241
Valid N	3				

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.1, diketahui bahwa ada sebanyak 5 sampel data selama periode penelitian (2011-2015) tetapi yang dapat digunakan hanya 3 sampel data penelitian yang bernilai positif yang menjelaskan bahwa:

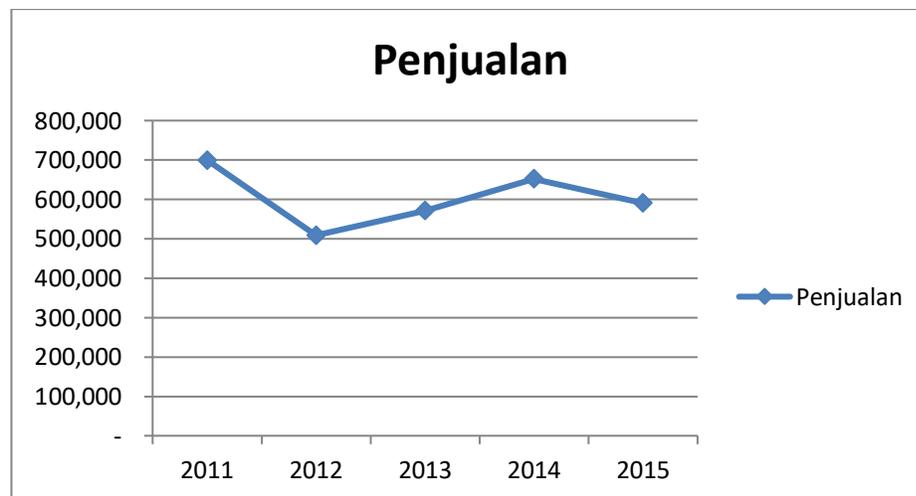
- a. Pertumbuhan Penjualan (*growth of sales*) merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil statistik deskriptif di atas diperoleh bahwa dalam data penelitian yang digunakan untuk menganalisis data diperoleh bahwa nilai pertumbuhan penjualan paling minimum dari PT. Inalum berada pada titik 0.09 sedangkan titik maksimum pertumbuhan penjualan PT. Inalum berada pada titik 0.14 dan rata-rata pertumbuhan penjualan PT. Inalum berada pada titik 0.1176.
- b. Peningkatan Laba dapat diperoleh dengan cara mengurangi laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba pada periode sebelumnya. Berdasarkan hasil statistik

deskriptif diatas diperoleh hasil bahwa peningkatan laba terendah PT. Inalum berada pada titik 0.11, peningkatan laba paling tertinggi PT. Inalum berada pada titik 1.76 dan rata-rata peningkatan laba PT. Inalum berada pada titik 1.1600.

C. Pembahasan

1. Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Laba di PT Inalum Tahun 2011-2015

PT. Inalum sebagai perusahaan yang berfokus menjual hasil olahan alumunim, secara terus-menerus berusaha untuk meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun. Berikut ini adalah data penjualan PT. Inalum dari tahun 2011-2015.



Sumber : PT Inalum (2017)

Gambar 4.2

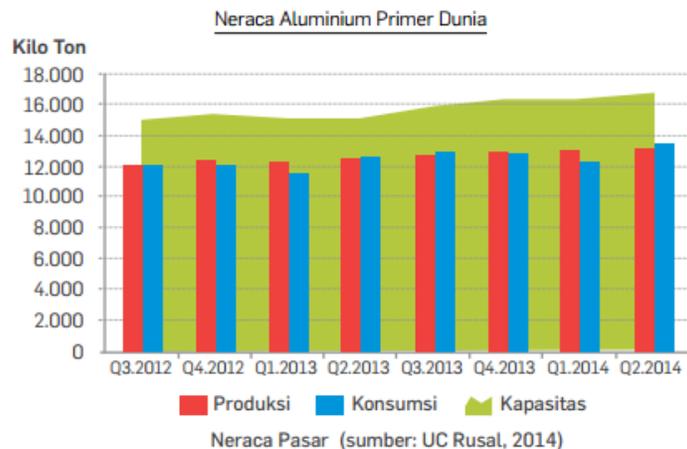
Penjualan PT Inalum (Dalam Ribuan)

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diperoleh informasi bahwa penjualan PT. Inalum dari tahun 2011-2015 cenderung terus mengalami penurunan yang mencapai tingkat penurunan pada tahun 2015 yang berdampak langsung terhadap penurunan laba perusahaan pada tahun 2015. Penurunan yang terjadi di kurun waktu 2011-2013 diakibatkan salah satunya karena penurunan harga alumunium yang bergerak dikisaran \$ 1.800-\$ 2.000 per ton. Padahal, pada tahun 2011 harga alumunium cenderung stabil di kisaran \$ 2.300 per ton. Selain itu, kinerja PT. Inalum yang cenderung berfluktuasi turut andil mempengaruhi penurunan penjualan yang terjadi pada PT Inalum dalam kurun waktu 2011-2013.

Tetapi pada tahun 2014 PT. Inalum sempat mengalami peningkatan yang hampir mencapai pencapaian penjualan tahun 2011, dimana Peningkatan kinerja PT. Inalum dalam produksi aluminium batangan mencapai 199.692 ton, naik 4,1% dibandingkan produksi 190.363 ton pada periode yang sama di tahun 2013. dari sisi penjualan aluminium batangan, pasar domestik menyerap 142.925 ton (71,5%), meningkat sekitar 171% lebih dibandingkan periode yang sama pada 2013 sebesar 83.362 ton. Sedangkan ekspor aluminium batangan mencapai 57.000 ton (28,5%) atau turun 47% dibandingkan ekspor tahun lalu, yang saat itu masih berstatus sebagai perusahaan modal asing (PMA) sebesar 107.001 ton.

Pada tahun 2015 PT. Inalum kembali mengalami penurunan penjualan yang mencapai 22.4% dari tahun 2014. Dimana berdasarkan komposisi penjualan, pada

tahun 2015 porsi penjualan pada tahun 2015, porsi penjualan dalam negeri naik 8.4% menjadi 78.4% tetapi secara nilai mengalami penurunan sebesar 13.1%. Turunnya nilai penjualan terutama disebabkan oleh turunnya harga Aluminium ingot di pasar dunia (berpatokan pada *London Metal Exchange (LME)* yang berdampak pada harga jual rata-rata Aluminium ingot yang dihasilkan Perseroan, yaitu dari rata-rata senilai AS\$2.210 per ton di tahun 2014 menjadi rata-rata AS\$1.815 per ton pada tahun 2015, atau turun 17,9%. Selain pengaruh turunnya harga, penurunan nilai penjualan tahun 2015 juga dipengaruhi oleh turunnya volume produksi dan penjualan, dimana volume penjualan pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 5%. Selain dari penjelasan tentang kinerja PT Inalum, penurunan penjualan yang terjadi pada kurun waktu 2011-2013 dan 2014 juga diakibatkan oleh penurunan konsumsi produk olahan aluminium yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 4.3

Penjualan PT Inalum (Dalam Ribuan)

Berdasarkan gambar diatas dapat diperoleh informasi bahwa produksi alumunium diseluruh dunia dalam kurun waktu 2011-2013 cenderung lebih tinggi dibandingkan konsumsi terhadap produk alumunim. Disamping hal tersebut batas kapasitas produksi dari setiap perusahaan alumunium diseluruh dunia juga masih dalam level yang besar, sehingga faktor-faktor yang terjadi di dunia tersebut mengakibatkan penjualan PT. Inalum menurun.

Berdasarkan data tentang laba tahun berjalan diperoleh infromasi bahwa sejak PT. Inalum diakuisisi oleh pemerintah Indonesia *trend* memiliki *trend* penurunan, terbukti laba yang dicapai di tahun 2015 yang hanya mencapai US \$ 79.048.000 yang cenderung menurun dari tahun 2014 yang mencapai US \$ 176.729. hal tersebut terjadi karena harga komoditas yang menunjukkan penurunan sepanjang 2015. Berbeda dengan 2014 dengan harga komoditas, khususnya cenderung aluminium meningkat. Selain itu penurunan laba PT. Inalum juga diakibatkan oleh penurunan jumlah penjualan atas produk olahan alumunium dari tahun 2011-2015.

Penurunan yang terjadi pada tahun 2011-2013 dan tahun 2015 seperti yang telah diungkapkan sebelumnya diakibatkan oleh penurunan penjualan dari PT Inalum yang volatilitas harga komoditas alumunim yang cenderung berubah. Adapun dampak nilai mata uang selain dollar AS terhadap kinerja keuangan menyebabkan Perusahaan mengalami penurunan laba akibat perbedaan nilai tukar sebesar USD449 ribu pada tahun 2014 dan sebesar USD1.984 ribu pada tahun 2013. Berdasarkan hasil

perhitungan dan pengolahan data diketahui *Net Profit Margin*, yaitu merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan melalui penjualan yang dilakukan pada tahun 2011 rasio yang dihasilkan oleh perusahaan sebesar 14,08%, pada tahun 2012 menurun menjadi 6,16%, hal ini disebabkan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan menurun bila dibandingkan tahun lalu disamping itu nilai tukar rupiah melemah terhadap dollar sehingga hal ini berpengaruh terhadap perolehan kinerja perusahaan. Pada tahun 2013 terjadi perbaikan kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga perusahaan mampu memperbaiki kerugian yang diderita pada periode lalu dan hasil perbaikan tersebut menyebabkan kinerja perusahaan menjadi 6,95%, sehingga hal ini merupakan suatu prestasi yang dinilai baik sebab perusahaan mampu memperbaiki kerugian yang diderita pada periode lalu, tahun 2014 perusahaan semakin mampu meningkatkan kinerja profitabilitas *Net Profit Margin*, menjadi 22,38%, peningkatan yang sangat signifikan ini disebabkan oleh keadaan ekonomi yang semakin stabil dan semakin menguatnya nilai tukar rupiah terhadap dollar perusahaan perlahan dapat memperbaiki kinerja profitabilitasnya diperiode–periode selanjutnya. Berdasarkan hasil perhitungan data maka diketahui bahwa pada tahun 2015 perusahaan kembali mengalami penurunan penilaian kinerja menjadi 21,89%, hal ini disebabkan meningkatnya biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan serta kurang

optimalnya usaha pengawasan yang dilakukan sehingga perusahaan kurang dapat menekan pengeluaran biaya operasi.

Pertumbuhan penjualan atau *Sales Growth* dapat dijadikan tolak ukur untuk menggambarkan perubahan peningkatan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Dengan mengetahui penjualan dari tahun ke tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan perusahaan dapat memprediksi seberapa besar laba yang akan didapatkan. Perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diperlukan, agar perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produknya dari tahun ke tahun. Brigham dan Houston (2011) menyebutkan bahwa penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan, maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang. Bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah sedangkan di sisi lain, jika perusahaan tahu dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang. Akibatnya, laba akan dapat

dimaksimalkan (Horne dan Wachowicz, 2009). Berdasarkan dari penjelasan tersebut maka dapat diperoleh hasil bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi peningkatan laba, dimana hasil tersebut sesuai dengan hasil regresi linear sederhana pada penelitian ini yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan PT. Inalum, sehingga untuk meningkatkan laba PT. Inalum maka perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan dalam bidang penjualan komoditi aluminium. Kinerja keuangan PT. Indonesia Asahan Aluminium (INALUM), untuk 5 (tahun) tahun yaitu 2011 sampai dengan 2015 banyak yang mengalami fluktuasi yaitu turun naik walaupun ada juga yang mengalami kenaikan juga penurunan, sebaiknya rasio keuangan dapat dipertahankan kenaikannya walaupun bernilai kecil, karena apabila rasio keuangan yang terlihat berfluktuasi akan memperlihatkan kondisi perusahaan yang tidak stabil. Selain itu PT inalum juga harus meningkatkan aktiva lancar dengan jalan menjual aktiva tetap yang tidak produktif lagi, yang dapat menambah jumlah modal kerja yang ada dalam perusahaan.

2. Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Penjualan PT. Inalum

Pada perusahaan manufaktur khususnya PT. Inalum tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diperlukan, agar perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Dengan

menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui *trend* penjualan dari produknya dari tahun ke tahun.

Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya. Kesuma (2009) menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Seiring dengan kenaikan jumlah penjualan tentu PT. Inalum mampu untuk melakukan investasi di luar perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Investasi yang dilakukan oleh perusahaan haruslah cermat dengan memperhitungkan baik buruknya dari keputusan investasi yang dipilih tersebut. Dengan melakukan perhitungan yang cermat dalam melakukan investasi diharapkan mampu meminimalisir resiko yang kurang baik bagi perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan yang telah diakuisisi oleh pemerintah, kinerja PT. Inalum sebenarnya masih pada level yang cukup baik, dimana hal tersebut didukung oleh kondisi operasional perusahaan yang masih tergolong cukup baik. Tetapi adapun yang membuat tingkat penjualan PT. Inalum menurun khususnya pada

tahun 2012 dan 2015 lebih diakibatkan tingkat permintaan terhadap produk olahan aluminium yang cenderung sangat rendah dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Maka berdasarkan hasil peninjauan langsung dan wawancara dengan manajemen PT. Inalum diperoleh informasi bahwa PT. Inalum terus berinovasi dalam bidang pemasaran dan peningkatan kualitas produk sehingga dapat meraih pangsa pasar yang cukup kecil tersebut.

3. Upaya Peningkatan Pertumbuhan Laba

Pada perusahaan seperti PT. Inalum yang tentu ingin memiliki pertumbuhan laba yang meningkat untuk menunjang kinerja perusahaan dalam hal ini yaitu pertumbuhan penjualan, disarankan perusahaan dapat memanfaatkan pasar yang dimiliki dengan meningkatkan tingkat penjualan, karena apabila perusahaan memiliki angka penjualan yang secara konstan terus berada pada titik tinggi maka dengan demikian akan diikuti oleh kenaikan laba yang diperoleh perusahaan. Darsono dan Purwanti (2008:121) menyatakan laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban. Laba merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan. Laba harus direncanakan dengan baik agar manajemen PT. Inalum dapat mencapainya secara efektif.

Berdasarkan hasil deskripsi pada sub-bab sebelumnya diperoleh hasil bahwa kondisi pertumbuhan laba PT. Inalum cenderung fluktuatif atau menuju penurunan. Hal ini lebih diakibatkan oleh penurunan penjualan perusahaan yang diakibatkan oleh minimnya permintaan dan rendahnya harga produk olahan PT. Inalum. Untuk mengantisipasi kejadian tersebut maka pihak manajemen PT. Inalum berupaya untuk menekan biaya operasional yang dapat langsung berdampak terhadap harga produk olahan aluminium. Selain itu PT. Inalum juga terus berupaya meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memasok tenaga listrik kepada Perusahaan Listrik Negara Indonesia, dimana langkah tersebut dapat menjadi solusi untuk meningkatkan laba perusahaan saat kondisi harga produk aluminium yang terus menurun. Ukuran yang sering kali dipakai untuk menentukan sukses tidaknya manajemen PT. Inalum adalah laba yang diperoleh perusahaan. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Perusahaan Pada PT. Indonesia Asahan Aluminium (INALUM), adalah sebagai berikut:

1. Analisis pertumbuhan penjualan dilakukan untuk mengetahui tingkat kinerja perusahaan apakah perusahaan tersebut tetap stabil atau sebaliknya dalam pelaksanaan penjualan produk perusahaan sehingga perusahaan mampu tetap bersaing dan berkembang sesuai dengan harapan. Berdasarkan hasil pengolahan dan pengumpulan data maka diketahui bahwa kinerja penjualan periode tahun 2011 s/d 2015 dinilai cukup fluktuatif, dimana pada tahun 2014 perusahaan memiliki tingkat penjualan yang tinggi hal ini disebabkan penurunan biaya operasional dan harga jual produk yang meningkat.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi peningkatan laba, dimana hasil tersebut sesuai dengan penelitian ini yang menemukan bahwa Pertumbuhan Penjualan berdampak terhadap peningkatan laba perusahaan PT Inalum, sehingga untuk meningkatkan laba PT Inalum maka perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan dalam bidang penjualan komoditi aluminium.

3. Upaya-upaya terus dilakukan oleh Pihak Manajemen PT Inalum untuk meningkatkan penjualan dan laba perusahaan, dimana upaya-upaya tersebut meliputi: penurunan biaya produksi, peningkatan pemasaran, dan mulai memfokuskan untuk meningkatkan kontribusi daya listrik yang dijual kepada Perusahaan Listrik Negara Indonesia.

B. Saran

Setelah membandingkan antara teoritis, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin berguna sebagai masukan bagi perusahaan.

1. Kinerja keuangan PT. Indonesia Asahan Aluminium (INALUM), untuk 5 (tahun) tahun yaitu 2011 sampai dengan 2015 banyak yang mengalami fluktuasi yaitu turun naik walaupun ada juga yang mengalami kenaikan juga penurunan, sebaiknya rasio keuangan dapat dipertahankan kenaikannya walaupun bernilai kecil, karena apabila rasio keuangan yang terlihat berfluktuasi akan memperlihatkan kondisi perusahaan yang tidak stabil.
2. Disarankan PT inalum meningkatkan aktiva lancar dengan jalan menjual aktiva tetap yang tidak produktif lagi, yang dapat menambah jumlah modal kerja yang ada dalam perusahaan.
3. Dalam penelitian ini periode yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada priode tahun 2011-2015 atau selama 5 tahun. Oleh karena itu dalam penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti menambah periode yang digunakan agar mendapatkan hasil yang akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Amalia Novi. 2012. Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Harga Saham pada Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI 2009-2011. *Skripsi*: Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Andina, Zulfia. 2013. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2008-2010). *Skripsi*: Universitas Diponegoro Semarang.
- Belkaoui, Riahi, Ahmed. 2011. Accounting Theory (Teori Akuntansi). Edisi Kelima. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene dan Joel F Houston, 2011. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Darsono dan Purwanti Arif, 2008. Penganggaran Perusahaan. Mitra Wacana Media, Jakarta
- Gunawan & Wahyuni. 2013. Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perdagangan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis* .Vol 13 No. 01 April 2013 ISSN 1693-7619
- Hanafi, Mahmud M. 2010. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hapsari, dan L. Purwanti. 2007. Pengaruh Kompetensi dan Independensi terhadap Kualitas Audit dengan Etika Auditor sebagai Variabel Moderasi. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar
- Harahap, Sofyan Syafri. 2009. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasanah, N. 2014. Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan *Go Public* Yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2012)
- Kasmir, 2011, "Analisis Laporan Keuangan", Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kesuma. 2009. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang *Go Public* Di BEI. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. II. No.1/Hal: 38-45.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi.* Jakarta: Erlangga.
- Mahaputra, I Nyoman Kusuma Adnyana. 2012. Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi & Bisnis.* Vol7, No 2.
- Martani, dkk, 2012, *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*, Jakarta: Salema Empat.
- Novitasari, Bunga. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 2.
- Nugroho, Elfianto. 2011. Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada BEI Pada Tahun 2005 – 2009). *Skripsi: Univeritas Diponegoro Semarang.*
- Oktavia. Santi. Indria. 2013. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Operating Leverage dan Profitabilitas Terhadap Struktur Keuangan Pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.
- Permatasari, Intan. 2016. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Masa Datang (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2014). Universitas Lampung.
- Putra, A.A. Wela Yulia & Badjra , Ida Bagus. 2015. Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, Vol. 4, No. 7 : 2052-206.
- Septianingsih, Zahra. 2013. Analisis Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Sebelum dan Sesudah Bersertifikasi ISO 9001:2008 Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik.* Jakarta:Erlangga.

Warsidi & Pramuka. 2009, Evaluasi Kegunaan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Perubahan Laba di Masa yang Akan Datang, Artikel di internet, *Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi*, Vol 2:1, [Http://Warssidi-akuntan.tripod.com/skripsi/skripsi.htm](http://Warssidi-akuntan.tripod.com/skripsi/skripsi.htm), akses 02 Mei 2009.

<http://repository.usu.ac.id>, diakses pada Pukul 21.00 Tanggal 19 April 2017.

<https://finance.detik.com>, diakses pada Pukul 20.00 Tanggal 20 April 2017.