

ANALISIS LABA KOTOR PADA PT UNILEVER INDONESIA, Tbk

Yuliana

Akademi Keuangan Dan Perbankan Grha Arta Khatulistiwa

yuliana8284@gmail.com

Abstrak

Laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan perusahaan dalam periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Objek penelitian ini adalah PT Unilever Indonesia, Tbk dengan menganalisis laporan keuangan periode 2016-2018. Variabel dalam penelitian ini adalah laba kotor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat laba kotor dan faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor pada PT Unilever Indonesia, Tbk pada periode 2016-2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa laba kotor pada PT Unilever Indonesia, Tbk pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 20.459.096 atau 40%, pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp 21.219.736 atau 51,5% dan pada tahun 2018 yaitu Rp 21.092.273 atau 50,5 %. Pada tahun 2017 dengan 2018 terjadi penurunan penjualan sebesar (Rp 127.463), hal ini disebabkan oleh kenaikan harga pokok penjualan karena meningkatnya biaya operasi perusahaan atau departemen produksi yang tidak bekerja secara efisien dalam meminimalkan biaya operasi produksi. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba kotor PT Unilever Indonesia, Tbk adalah perubahan harga jual, perubahan kuantitas harga produk yang dijual, perubahan harga pokok penjualan per satuan produk dan perubahan kuantitas harga pokok penjualan.

Kata kunci: *Laba Kotor, Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Operasional*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

PT Unilever Indonesia, Tbk adalah perusahaan manufaktur yang berpusat di London dan Rotterdam. Pada tahun 1964 kegiatan perseroan di Jakarta dan Surabaya secara penuh di bawah pengawasan pemerintah Indonesia. Baru pada tahun 1967 perseroan dikembalikan kepada PT Unilever Indonesia, Tbk yang berdasarkan keputusan Presiden Kabinet Ampera dan perjanjian PT Unilever Indonesia, Tbk dan departemen perindustrian ditetapkan dalam Undang-Undang No. 1 Tahun 1967 yaitu tentang penanaman modal asing.

Adapun jenis-jenis produk yang diproduksi oleh PT Unilever Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

a) Divisi Detergen

Divisi ini menghasilkan produk-produk seperti: Rinso, Superbusa, Sunlight, Omo Cream Detergen, Lux, Lifebuoy, Vim dan Le Sancy.

b) Divisi Elida Gibbs/Kosmetik

Divisi ini menghasilkan produk seperti : Pepoden, Close UP, Sunsilk, Dimension, Clear, Brisk, Timotie, Organics, Impluse, Vinolia, Rexsona, Denim, Axe, Vaseline, Pond's, Citra, dan Cuddle.

c) Divisi Foods

Divisi ini menghasilkan produk-produk seperti: Blue Band, Royco, The Sariwangi, Ice Cream Walls.

Dalam perusahaan sebesar ini tentu saja memiliki aktivitas keuangan yang berfluktuasi atau tetap setiap tahunnya, hal ini sangat berpengaruh pada kesehatan perusahaan tersebut.

Masalah keuangan merupakan salah satu masalah yang sangat vital bagi perusahaan dalam perkembangan bisnis di semua perusahaan. Salah satu tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun berhasil tidaknya perusahaan dalam mencari keuntungan

dan mempertahankan perusahaannya tergantung pada manajemen keuangan. Perusahaan harus memiliki kinerja keuangan yang sehat, efisien dan efektif dalam menjalankan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut. Laporan keuangan yang lengkap terdiri dari komponen neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan.

Laba kotor atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjelajah aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan laba setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai. Penentuan target besarnya laba ini penting guna mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Di samping itu, dengan adanya target yang harus dicapai, pihak manajemen termotivasi untuk bekerja secara optimal. Hal ini penting karena pencapaian target ini merupakan salah satu ukuran keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, sekaligus ukuran kinerja pihak manajemen ke depan. Kemudian, bagi pihak manajemen, perolehan laba perusahaan tidak hanya sekedar laba saja, tetapi harus memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya, ada jumlah angka (baik unit maupun rupiah) laba harus dicapai oleh manajemen suatu perusahaan setiap periodenya.

Penentuan target laba sangat penting agar para manajemen perusahaan termotivasi untuk bekerja secara maksimal dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Pencapaian target minimal yang dibutuhkan sudah merupakan prestasi tersendiri bagi mereka, apa lagi mampu melampaui target yang telah ditetapkan. Sebaliknya

jika target tidak tercapai, hal ini merupakan kesalahan yang harus dicari penyebabnya. Lebih dari itu, pencapaian target laba merupakan ukuran untuk menentukan karir pihak manajemen ke depan.

Dalam peraktiknya, laba yang diperoleh perusahaan ada dua, yaitu:

1. Laba kotor (*gross profit*); dan
2. Laba bersih (*net profit*)

Laba kotor artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh. Sementara itu, laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu, termasuk pajak.

Penyebab besar kecilnya perolehan laba kotor yang didapat setiap periode perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Analisis ini penting guna mengetahui dan memahami penyebab terjadinya perolehan laba kotor tersebut, kemudian guna memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan ke depan, analisis ini dikenal dengan nama analisis laba kotor.

Kajian Teori

Laporan Keuangan

Menurut Dwi Prastowo D, (2002:56) "Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk membedakan laporan keuangan kedalam unsur-unsurnya, melihat hubungan di antara unsur-unsur tersebut, dengan tujuan memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tetap atas laporan keuangan itu sendiri".

Analisis laporan keuangan, menghubungkan unsur-unsur neraca dan perhitungan laba rugi satu dengan yang lain, dapat memberikan gambaran tentang sejarah perusahaan dan penelitian posisinya pada saat ini. Analisis laporan keuangan dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan sebagai berikut :

- a) Dapat digunakan sebagai alat pertimbangan awal dalam memilih

alternatif investasi. Maksudnya dengan melihat laporan keuangan suatu perusahaan itu baik dijadikan alternatif untuk berinvestasi.

- b) Sebagai tolok ukur mengenai kondisi dan kinerja keuangan di masa yang akan datang. Artinya kita harus berpatok kepada laporan keuangan yang telah kita analisis dan kita harus berkomitmen untuk lebih giat menjalankan usaha agar kinerja keuangan di masa yang akan datang menjadi lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.
- c) Sebagai alat evaluasi manajemen. Maksudnya manajemen akan melihat laporan keuangan serta kinerja dan kontribusinya terhadap pendapatan usaha. Apa bila kinerja dan kontribusinya baik maka akan dipertahankan dan juga akan ditingkatkan, dan apabila kinerja tidak memuaskan maka akan dilakukan evaluasi kembali serta dicarikan letak permasalahannya dengan cara mendiagnosis laporan keuangan perusahaan.

Lab Kotor

Lab merupakan sumber utama perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Dalam pengambilan keputusan untuk masa yang akan datang, perusahaan perlu membuat laporan rugi laba agar dapat melihat seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Lab bersih perusahaan dipengaruhi oleh perubahan laba kotor, sedangkan perubahan laba kotor dapat dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perusahaan mendapatkan keuntungan atau tidak mendapatkan keuntungan.

Menurut Kasmir (2016:303) “laba kotor adalah laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh”.

Menurut Prastowo dalam V.Wiratna Sujarweni (2017:196) “laba kotor adalah selisih antara harga pokok penjualan dan penjualan. Laba kotor atau *gross profit* ini sering disebut juga dengan istilah *gross margin*”.

Manfaat Analisis Lab Kotor

Manfaat analisis laba kotor bagi manajemen yaitu memberikan cukup motivasi untuk memulai suatu pemeriksaan yang akan membawa kepada berbagai kemungkinan tindakan koreksi, khususnya analisis yang menunjukkan perbedaan tidak menguntungkan (rugi) antara anggaran dan realisasi. Analisis laba kotor yang didasarkan pada anggaran atau biaya standar dapat memberikan gambaran titik-titik kelemahan dari kinerja periode tersebut. Dengan demikian manajemen akan mampu untuk menguraikan tindakan-tindakan perbaikan yang diperlukan untuk mengoreksi situasi dan untuk dapat menentukan sebab-sebab terjadinya penyimpangan yang tidak menguntungkan tersebut.

Menurut Munawir (2010:217), “perubahan laba kotor baik itu merupakan penurunan atau kenaikan yang disebabkan oleh faktor harga jual tidak dapat digunakan sebagai pengukur kegiatan bagian penjualan, karena hal ini disebabkan oleh faktor eksternal perusahaan”.

Perubahan harga jual ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan oleh perusahaan, lain halnya dengan perubahan kualitas produk yang dijual. Suatu perubahan laba kotor yang disebabkan oleh adanya perubahan kuantitas atau volume barang yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan.

Kenaikan laba kotor karena adanya volume yang dijual, berarti bagian penjualan bekerja lebih aktif dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap, maka perubahan laba kotor yang disebabkan oleh kenaikan volume yang

dijual berarti bagian perusahaan semakin efisien dalam operasinya.

Penurunan laba kotor yang disebabkan oleh naiknya harga pokok penjualan menunjukkan bagian produksi tidak bekerja secara efisien, dalam hal ini perusahaan meminta pertanggungjawaban langsung kepada kepala bagian produksi apa penyebab terjadinya perubahan tersebut. Kenaikan harga pokok penjualan bisa saja disebabkan oleh faktor eksternal, misalnya adanya kenaikan harga bahan baku, kenaikan tingkat upah atau gaji, kenaikan harga-harga penunjang operasional perusahaan lainnya yang secara umum tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, atau disebabkan oleh faktor internal perusahaan yaitu inefisiensi atau pemborosan-pemborosan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perubahan laba kotor pada dasarnya dapat disebabkan oleh 4 (empat) faktor seperti berikut:

- 1) Perubahan harga jual (*sales price variance*), yaitu adanya perubahan antara harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dibudgetkan atau harga jual tahun sebelumnya.
- 2) Perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*), yaitu adanya perbedaan antara kuantitas produk yang direncanakan per tahun sebelumnya dengan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual (direalisasi).
- 3) Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*cost price variance*), yaitu adanya perbedaan antara harga pokok penjualan per satuan produk (*unit cost*) menurut budget per tahun sebelumnya dengan harga pokok yang sesungguhnya.
- 4) Perubahan kuantitas harga pokok penjualan (*cost volume variance*), yaitu adanya perubahan harga pokok penjualan karena adanya perubahan kuantitas per volume yang dijual atau yang diproduksi.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif karena peneliti ingin menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat dengan data data yang ada, kemudian peneliti menganalisis data tersebut untuk menjelaskan bagaimana hasilnya dapat digunakan untuk menelaah kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Moh Nazir (2011:54), metode penelitian deskriptif adalah: “suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki”. Menurut Sugiyono (2017:74) “metode deskriptif yaitu bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu berdasarkan data-data yang ada secara jelas dan sesuai dengan kondisi secara variabel”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bentuk penelitian studi kasus dengan objek PT Unilever Indonesia, Tbk dengan menggambarkan objek yang diteliti saat sekarang berdasarkan fakta yang ada serta menggunakan teknik analisis data dengan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2013:14) “analisis kuantitatif penelitian yaitu dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan”.

Peneliti juga menggunakan rasio perbandingan menurut Kasmir, (2016:315) untuk mengetahui laba kotor yang memengaruhi kenaikan dan penurunan komponen sumber dan penggunaan kas sebagai berikut:

$$\text{Margin laba kotor} = \frac{\text{Pendapatan Bersih - Hpp}}{\text{Pendapatan bersih}}$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Laporan Laba Rugi
PT Unilever Indonesia, Tbk
(dalam jutaan rupiah)

Komponen	2016	2017	2018
Penjualan Bersih	Rp 40.053.732	Rp 41.204.510	Rp 41.802.073
Harga Pokok Penjualan	Rp 19.594.636	Rp 19.984.774	Rp 20.709.800
Laba Kotor	Rp 20.459.096	RP 21.219.734	Rp 21.092.237

Sumber : Data Olahan, 2019

Dari hasil analisis, perubahan yang terjadi pada laba kotor disebabkan dua faktor, yaitu:

- a) Perubahan penjualan
Perubahan penjualan disebabkan oleh perubahan kuantitas atau satuan barang yang dijual.

- b) Perubahan harga pokok penjualan
Perubahan harga pokok penjualan disebabkan oleh berubahnya kuantitas atau satuan barang yang dijual.

Tabel 2
Laporan Perubahan Laba Kotor
Tahun 2017 dan 2016
(Dalam jutaan rupiah)

Komponen	2016	2017	Kenaikan
Penjualan Bersih	Rp 40.053.732	Rp 41.204.510	Rp 1.150.778
Harga Pokok Penjualan	Rp 19.594.636	Rp 19.984.774	Rp 390.138
Laba Kotor	Rp 20.459.096	RP 21.219.736	Rp 760.640

Sumber : Data Olahan, 2019

Dari hasil perhitungan analisis laba kotor, perubahan laba kotor diakibatkan penjualan, yaitu penjualan

bersih dengan harga pokok penjualan sebagai berikut:

- a. Penjualan Bersih
 Penjualan bersih pada tahun 2017 = Rp 41.204.510
 Penjualan bersih pada tahun 2016 = Rp 40.053.732
 Kenaikan penjualan bersih = Rp 1.150.778
- b. Harga Pokok Penjualan
 HPP pada tahun 2017 = Rp 19.984.774
 HPP pada tahun 2016 = Rp 19.594.636
 Kenaikan HPP = Rp 390.138

**Laporan Perubahan Laba Kotor
Akhir Tahun 2017 dan 2016
(Dalam jutaan rupiah)**

Penjualan bersih pada tahun 2017	Rp 41.204.510	
Penjualan bersih pada tahun 2016	<u>Rp 40.053.732</u>	
Kenaikan Penjualan Bersih		Rp 1.150.778
HPP pada tahun 2017	Rp 19.984.774	
HPP pada tahun 2016	<u>Rp 19.594.636</u>	
Kenaikan HPP		<u>Rp 390.138</u>
Kenaikan Laba Kotor		Rp 760.638

Tabel 3

**Laporan Penurunan Laba Kotor
Tahun 2018 dengan 2017
(Dalam jutaan rupiah)**

Komponen	2017	2018	Penurunan
Penjualan Bersih	Rp 41.204.510	Rp 41.802.073	Rp 597.563
Harga Pokok Penjualan	Rp 19.984.774	Rp 20.709.800	Rp 725.026
Lab Kotor	RP 21.219.736	RP 21.092.237	(Rp 127.463)

Sumber : Data Olahan, 2019

**Laporan Perubahan Laba Kotor
Tahun 2017 dengan 2016
(Dalam jutaan rupiah)**

Penjualan bersih pada tahun 2018	Rp 41.802.073	
Penjualan bersih pada tahun 2017	<u>Rp 41.204.510</u>	
Penurunan penjualan bersih		Rp 597.563
HPP pada tahun 2018	Rp 20.709.800	
HPP pada tahun 2017	<u>Rp 19.984.774</u>	
Penurunan HPP		<u>Rp 725.026</u>
Penurunan laba kotor		(Rp 127.463)

Hasil dari persentase perhitungan analisis ini dapat ditentukan sebagai berikut :

$$1. \text{ Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Pendapatan Bersih}}$$

$$\text{Margin Laba Kotor Tahun 2016} = \frac{40.053.732 - 19.594.636}{40.054.732} = 40 \%$$

$$2. \text{ Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Pendapatan Bersih}}$$

$$\text{Margin Laba Kotor Tahun 2017} = \frac{41.204.510 - 19.984.776}{41.204.510} = 51.5 \%$$

$$3. \text{ Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Pendapatan Bersih}}$$

$$\text{Margin Laba Kotor Tahun 2018} = \frac{41.802.073 - 20.709.800}{41.802.073} = 50.5 \%$$

Tabel 4
Persentase Perhitungan Perubahan Laba Kotor
PT Unilever Indonesia, Tbk
Tahun 2016-2018

Tahun	Margin Laba Kotor	Persentase (%)
2016	Rp 40.053.732	40
2017	Rp 41.204.510	51.5
2018	Rp 41.802.073	50.5

Sumber : Data Olahan, 2019

Dari hasil perhitungan analisis laba kotor, perubahan laba kotor diakibatkan penjualan, yaitu penjualan bersih dengan harga pokok penjualan sebagai berikut:

- a. Penjualan Bersih
 - Penjualan bersih pada tahun 2018 = Rp 41.802.073
 - Penjualan bersih pada tahun 2017 = Rp 41.204.510
 - Penurunan penjualan bersih = Rp 597.563
- b. Harga Pokok Penjualan
 - HPP pada tahun 2018 = Rp 20.709.800
 - HPP pada tahun 2017 = Rp 19.984.774
 - Penurunan HPP = Rp 725.026

Dari hasil perhitungan dan persentase di atas, dapat diketahui bahwa analisis laba kotor PT Unilever Indonesia, Tbk pada tahun 2016 adalah Rp 40.053.732,- atau sebesar 40 %.

Pada tahun 2017 perubahan laba kotor meningkat menjadi Rp 41.204.510,- atau sebesar 51.5 % hal ini dipengaruhi oleh kuantitas atau volume produk yang dijual maupun harga jual dari per satuan pokok produk tersebut. Sedangkan pada tahun 2018, walaupun margin laba kotor meningkat sebesar Rp 41.802.073,- namun laba kotor mengalami penurunan sebesar (Rp 127.463,-) atau 50.5 %. Penurunan laba kotor tersebut bisa saja disebabkan oleh naiknya harga pokok penjualan atau bagian produksi yang tidak bekerja secara efisien, maupun faktor eksternal yang terjadi dalam suatu perusahaan seperti kenaikan harga bahan baku, kenaikan tingkat gaji/upah, maupun faktor internal perusahaan yaitu inefisiensi atau pemborosan-pemborosan.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perubahan laba kotor pada dasarnya dapat disebabkan oleh 4 (empat) faktor seperti berikut:

1. Perubahan harga jual (*sales price variance*), yaitu adanya perubahan

antara harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dibudjetkan atau harga jual tahun sebelumnya. Apabila harga jual per satuan produk yang sesungguhnya dikurangi dengan harga jual per satuan produk yang dibudjetkan pada tahun sebelumnya menunjukkan angka positif berarti ada kenaikan harga yang menunjukkan keadaan yang menguntungkan, sebaliknya bila negatif, berarti ada penurunan harga jual dan menunjukkan keadaan yang merugikan.

2. Perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*), yaitu adanya perbedaan antara kuantitas produk yang direncanakan per tahun sebelumnya dengan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual (direalisasi). Bila kuantitas penjualan yang sesungguhnya direalisasi tahun saat ini dikurangi kuantitas penjualan yang dibudjetkan pada tahun sebelumnya menghasilkan angka positif, dan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual lebih besar daripada yang direncanakan, hal ini menunjukkan keadaan yang menguntungkan atau bagian penjualan bekerja lebih baik; sebaliknya bila menghasilkan angka negatif berarti penjualan turun dan menunjukkan keadaan yang merugikan.
3. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*cost price variance*), yaitu adanya perbedaan antara harga pokok penjualan per satuan produk (*unit cost*) menurut budget per tahun sebelumnya dengan harga pokok yang sesungguhnya. Apabila harga pokok penjualan yang sesungguhnya dikurangi harga pokok penjualan menurut budget per tahun sebelumnya menghasilkan angka positif, berarti HPP (Harga Pokok Penjualan) mengalami kenaikan. Kenaikan dalam sektor biaya

menunjukkan keadaan yang merugikan, sebaliknya bila hasilnya negatif, berarti biaya mengalami penurunan yang berarti pula menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

4. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan (*cost volume variance*), yaitu adanya perubahan harga pokok penjualan karena adanya perubahan kuantitas per volume yang dijual atau yang diproduksi. Apabila kuantitas produk yang sesungguhnya dijual dikurangi kuantitas produk menurut budget per tahun sebelumnya menghasilkan angka positif, berarti kuantitas yang dijual/diproduksi bertambah (mengalami kenaikan), maka harga pokok penjualan akan mengalami kenaikan, dan bertambahnya harga harga pokok penjualan menunjukkan keadaan yang tidak menguntungkan (rugi), sebaliknya bila hasilnya negatif berarti ada penurunan biaya dan menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

- 1) Laba kotor pada PT Unilever Indonesia, Tbk tahun 2016 yaitu sebesar Rp 20.459.096 atau 40 %, tahun 2017 yaitu Rp 21.219.736 atau 51.5 % dan pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp 21.092.273 atau 50.5 %. Pada tahun 2017 dengan 2018 terjadi penurunan penjualan sebesar (Rp 127.463), hal ini disebabkan oleh naiknya harga pokok penjualan karena meningkatnya biaya operasional perusahaan atau bagian produksi yang tidak bekerja secara efisien dalam meminimalisir biaya operasional produksi.
- 2) Faktor-Faktor yang memengaruhi laba kotor PT Unilever Indonesia, Tbk adalah perubahan harga jual (*sales*

price variance), perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*), perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*cost price variance*), dan perubahan kuantitas harga pokok penjualan (*cost volume variance*).

5. REFERENSI

- Dewi Prastowo D, (2002), *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan kesembilan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Moh Nazir. 2011. *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia. Jakarta
- Munarwir, 2010. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Keempat*. Yogyakarta : Liberty
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan kedua puluh enam, Bandung: Alfabeta. CV.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian*. Cetakan Kedua Puluh Enam Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni V.Wiratna. 2017. *Analisis Laporan Keuangan, Teori, Aplikasi & Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryana, 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses, Salemba Empat*, Bandung
- UU Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional