

## ANALISA PERBANDINGAN SALES GROWTH PT.ANEKA TAMBANG TBK DENGAN PT. J RESOURCES ASIA PASIFIK TBK

M.Rizky Fernanda<sup>1)</sup>, Puji Muniarty<sup>2)</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

Email :

mrf.stiebima16@gmail.com<sup>1)</sup>, puji.stiebima@gmail.com<sup>2)</sup>

**Abstract :** *In today's increasingly competitive industrialization era, every company must continuously improve its competitiveness. Increasing competition in both the domestic market and the international market requires companies to be able to maintain or gain a competitive advantage by paying full attention to the company's operational and financial activities. Companies are required to be able to improve performance and attract investors to get funds or increase business capital in order to survive and compete. Every company definitely wants a high level of profitability so that it can achieve the targeted profit level. one of the sources of profit from a company, especially a mining company, can be measured from its sales growth. Explicitly, high sales growth reflects the company's performance in a good and healthy position in financial reports by looking at the periodically increasing sales level.*

*This study aims to analyze and determine whether there is a significant difference in sales growth between PT Aneka Tambang, Tbk and PT J. Resources Asia Pasifik, Tbk. This type of research is a comparative research type, which is comparing the presence of one or more variables in two different samples, or at different times. Data collection methods through documentation and literature study with samples, namely sales data of PT. Aneka Tambang TBK and PT. J Resource Asia Pacific TBK for 5 years from 2013 to 2018 using purposive sampling with the criteria (1) the available data component of the company's financial statements according to the needs of the researcher and (2) the data is up to date. The data analysis technique was using the independent sample test analysis, which was to determine whether there was a significant difference in the relation between the two independent groups with interphal data from the ratio. The results showed that the value of t count = 0.067 and the value of t table of 2.1009, with a sig of 0.948. meaning that the t value is smaller than the t table value and the sig value is greater than alpha so that in this case it reflects no difference and is not significant in sales growth of PT. Aneka Tambang Tbk and PT. J Resource Asia Pasifik Tbk.*

**Keywords :** Sales, Sales Growth

**Abstrak :** Di era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap perusahaan harus meningkatkan daya saing secara terus-menerus. Persaingan yang semakin meningkat baik di pasar domestik maupun di pasar internasional menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan atau memperoleh keuntungan kompetitif dengan cara memberikan perhatian penuh pada kegiatan operasional dan finansial perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu memperbaiki kinerja dan menarik investor untuk mendapatkan dana atau menambah modal usaha agar dapat bertahan dan bersaing. Setiap perusahaan pasti menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga dapat mencapai tingkat keuntungan yang sudah ditargetkan. salah satu sumber laba dari sebuah perusahaan khususnya perusahaan tambang dapat diukur dari *sales growth* nya. Secara eksplisit *sales growth* yang tinggi mencerminkan prestasi perusahaan pada posisi baik dan sehat secara financial report dengan melihat tingkat penjualan secara periodik yang meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan *sales growth* antara PT Aneka Tambang, Tbk dengan

PT J.Resources Asia Pasifik, Tbk. Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian komparatif yaitu membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Metode pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi pustaka dengan sampel yaitu data penjualan PT. Aneka Tambang Tbk dan PT. J Resource Asia Pasifik Tbk selama 5 tahun dari tahun 2013 sampai dengan 2018 dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria (1) komponen data laporan keuangan perusahaan yang tersedia ada sesuai kebutuhan peneliti dan (2) data ter *up to date*. Teknik analisis data dengan analisis uji Independent *sample* test yaitu untuk mengetahui adakah perbedaan relatif yang bermakna antara dua kelompok bebas yang bersekala data interval dari rasio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 0.067$  dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.1009, dengan sig sebesar 0.948. artinya nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan nilai sig lebih besar dari alfa sehingga dalam hal ini mencerminkan tidak ada perbedaan dan tidak signifikan sales growth PT. Aneka Tambang Tbk dengan PT.J Resource Asia Pasifik Tbk.

**Kata Kunci :** Penjualan, Sales Growth.

## PENDAHULUAN

Di era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap perusahaan harus meningkatkan daya saing secara terus-menerus. Persaingan yang semakin meningkat baik di pasar domestik maupun di pasar internasional menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan atau memperoleh keuntungan kompetitif dengan cara memberikan perhatian penuh pada kegiatan operasional dan finansial perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu memperbaiki kinerja dan menarik investor untuk mendapatkan dana atau menambah modal usaha agar dapat bertahan dan bersaing.

Industri pertambangan merupakan industri yang penting bagi perkembangan perekonomian negara. Hal ini tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang industri pertambangan di Indonesia. Perusahaan Pertambangan merupakan salah satu kategori sektor industri pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang. Kondisi ini akan berpengaruh dengan tingkat persaingan antar perusahaan. *Agency Theory* menyatakan bahwa terdapat hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor

dengan pihak yang menerima wewenang (agen) yaitu manajemen perusahaan. Investor dalam hal ini melihat pertumbuhan perusahaan sebagai bahan pertimbangan yang penting, karena dengan melihat pertumbuhan perusahaan investor dapat memperkirakan prospek perusahaan di masa yang akan datang dalam menghasilkan laba.

Kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu (Rudianto,2013:189). Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan. Kasmir. (2012:107) pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

Salah satu akun dalam pembukuan akuntansi untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu dengan melihat tingkat penjualan pada setiap periode akuntansi. Amin Wijaya (2011: 91) Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Menurut Kesuma (2009) juga menyatakan bahwa sales growth adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi maka mencerminkan pendapatan meningkat sehingga beban pajak meningkat. Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan, Kasmir (2016:107).

PT Antam, Tbk merupakan perusahaan pertambangan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (65%) dan masyarakat (35%), PT Antam didirikan pada tanggal 5 Juli 1968 dengan Kegiatan operasional mencakup Antam mencakup eksplorasi, penambangan, pengolahan serta pemasaran dari sumber daya mineral. Penjualan PT Antam, Tbk yang di konversikan penjualan untuk sales growth untuk tahun 2013 – 2018 mengalami fluktuatif dan berefek pada sales growth perusahaan PT. Aneka Tambang, Tbk. dengan PT. J Resource Asia Pasifik, Tbk. PT J Resources Asia Pasifik Tbk merupakan perusahaan yang berbasis di Indonesia yang bergerak terutama dalam industri pertambangan emas. Berdasarkan laporan keuangan yang terpublis per 31 desember priode akuntansi bahwa dari tahun 2013 - 2018

penjualan mengalami fluktuatif begitupun dengan sales growth perusahaan tersebut.

Berikut sales growth PT. Aneka Tambang TBK dengan PT. J Resource Asia Pasifik TBK dapat terlihat pada grafik di bawah ini.

Grafik I : Pertumbuhan Sales Growth PT. Aneka Tambang TBK dengan PT. J Resource Asia Pasifik Priode 2013 – 2018



Sumber data : <https://www.antam.com> dengan <http://www.jresources.com>

Dilihat dari Grafik penjualan pada dua perusahaan yaitu Perusahaan PT. Aneka Tambang, Tbk dengan Perusahaan PT. J Resource Asia Pasifik, Tbk mengalami Fluktuatif. Hal ini lah yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul ANALISA PERBANDINGAN SALES GROWTH PT.ANEKA TAMBANG TBK DENGAN PT. J RESOURCES ASIA PASIFIK TBK.

#### RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Adakah perbedaan yang signifikan sales growth PT Aneka Tambang, Tbk dengan PT J. Resources Asia Pasifik, Tbk?

#### TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan *sales growth* PT Aneka Tambang, Tbk dengan PT J. Resources Asia Pasifik, Tbk

## TINJAUAN PUSTAKA

### Penjualan dan Pertumbuhan Penjualan

Amin Wijaya (2011: 91) Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar. Sedangkan Menurut Moekijat (2011:488) penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Home dan Machowicz (2015) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dengan membandingkan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya. Kasmir (2012:107) *Sales growth* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sector usahanya. *Sales growth* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$g = \frac{S1 - S0}{S0} \times 100\%$$

(Home dan Machowicz 2005)

Keterangan :

g = Growth Sales Rate (tingkat pertumbuhan penjualan).

S1= Total Current Sales (total penjualan selama periode berjalan).

S0= Total Sales For Late Periode (total penjualan periode yang lalu).

### Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Basu Swastha (2003:406) dalam bukunya Manajemen Pemasaran Modern adalah sebagai berikut:

#### a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya, agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: Jenis dan karakteristik yang ditawarkan, Harga produk, Syarat penjualan seperti pembayaran, pengantaran, pelayanan purma jual, garansi dan sebagainya.

#### b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

1. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.
2. Kelompok pembeli atau segmen pasar.
3. Daya beli.
4. Frekuensi pembelinya.
5. Keinginan dan kebutuhannya.

#### c. Modal

Untuk memperkenalkan barangnya kepada pembeli atau konsumen diperlukan adanya usaha promosi, alat transportasi, tempat peragaan baik dalam perusahaan

maupun diluar perusahaan dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

#### d. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya tidak sekomplek perusahaan-perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

#### e. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Ada pengusaha yang berpegang pada satu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan maka diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Oleh karena itu perusahaan melakukan upaya agar para pembeli tertarik pada produknya.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian komparatif yaitu penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda, Sugiyono (2017, 36).

Populasi dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan laba rugi PT Aneka

Tambang, Tbk selama 53 tahun dan PT J Resources Asia Pasifik, Tbk selama 26 tahun. Sampel penelitian yaitu data penjualan selama 5 tahun dari tahun 2013-2018 sampling yaitu *purposive sampling* dengan kriteria (1) komponen data laporan keuangan perusahaan yang tersedia ada sesuai kebutuhan peneliti dan (2) data ter *up to date*. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu daftar tabel berupa data laporan keuangan rugi/laba yaitu data penjualan selama 5 tahun. metode pengumpulan data dengan dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dengan uji independent *sample test* untuk mengetahui perbedaan rerata yang bermakna antara dua kelompok bebas yang berskala data interfal dari rasio.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil olahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel I : Hasil Output SPSS Uji Independent Sample Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-Test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Y1=PT.Aneka Tambang Tbk dan Y2=PT.J Resource Asia Pasifik Tbk	Equal variances assumed	.033	.860	.067	8	.948	1.400	20.974	-46.866	48.766
	Equal variances not assumed			.067	7.679	.948	1.400	20.974	-47.320	50.120

Sumber Data : Ouput Spss Versi 16.00

Berdasarkan table di atas diperoleh  $t_{hitung} = 0.544$  dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 5%. Uji satu pihak dan derajat kebebasan (dk) = 10-2= 8, maka diperoleh  $t_{tabel} = 2.1009$  sehingga nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) yaitu (0.544 < 2.1009) dengan sig

sebesar  $0.602 > 0.05$  artinya ada perbedaan sales growth ada perbedaan dan tidak signifikan antara PT.Aneka Tambang, Tbk dengan PT.J Resource Asia Pasifik, Tbk. pada dasarnya permasalahan itu muncul pada PT J Resources, Tbk hal ini disebabkan karena kuartal I/2020 rupiah melemah secara signifikan terhadap dolar AS dan membuat perseroan memncatatkan rugi laba selisih kurs lebih tinggi dibandingkan dengan periode yang sama tahun. Pertumbuhan sales growth PT Aneka Tambang, Tbk dan PT J Resources, Tbk mengalami penurunan hal ini disebabkan karena kualitas produk yang ditawarkan ke konsumen menurun, dan penetapan harga jual yang tinggi, bertambahnya penjualan namun secara kredit, perubahan selera konsumen, munculnya kompetitor baru sehingga menyebabkan penjualan rendah. Hal tersebut menunjukkan kurang optimalnya penggunaan sumber daya perusahaan untuk memaksimalkan laba.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji uji independent *sample test* bahwa tidak ada perbedaan dan tidak signifikan sales growth PT Aneka Tambang Tbk dengan PT J Resources Asia Pasifik, Tbk.

### DAFTAR PUSTAKA

- Awaluddin, Amalia, Sylvana dan Wardhani.2019. Perbandingan Pengaruh *Return On Asset*, Pertumbuhan Asset, Pertumbuhan Penjualan Dan Managerial *Ownership* Terhadap Struktur Modal Perusahaan Multinasioal dan Domestik di BEI. Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi Vol.6, No. 1, (Januari-June) 2019: 113-128.
- Mahanani, Almaidah, Titisari, Kartika Hendra, dan Nurlela, Siti. 2017. Pengaruh Karakteristik Perusahaan, *Sales Growth* dan CSR terhadap *Tax Avoidance*. *Jurnal Seminar Nasional IENACO*. Universitas Islam batik Surakarta.
- Munawir. S, 2007. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ke-Empat. Liberty, Yogyakarta.
- Ni Made Novione Purnama Dewi Suweta, Made Rusmala Dewi. 2016."Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal". E-Jurnal Manajemen Unud. Volume 5. No. 8, 2016: 5172-5199.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Sutrisno. H, 2007. Manajemen Keuangan. Ekonesia. BPFC. Edisi ke 3. Yogyakarta.
- Swingly, Calvin dan Sukartha, I Made. 2015. Pengaruh Karakteristik Eksekutif, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan *Sales Growth* pada *Tax Avoidance*. *E-Jurnal Akuntansi*, Universitas Udayana. Vol.10, No.1.