



Faktor yang Mempengaruhi Penjualan terhadap Laba di PT Hino Finance Indonesia pada Tahun 2023

Primadani Firmansyah¹, Monika Sutarsa^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Manajemen Keuangan Perbankan, Politeknik LP3I, Tasikmalaya, Indonesia

Email: ¹primafirmansyah03@email.com, ^{2*}monikasutarsaa@gmail.com

(*: corresponding author)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan terhadap perolehan laba di PT Hino Finance Indonesia pada tahun 2023, yang mencatatkan kenaikan laba yang signifikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui studi kepustakaan yang mencakup buku, jurnal, catatan, dan laporan yang relevan dengan topik yang diteliti. Teknik dokumentasi juga diterapkan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola dokumen terkait. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, seperti kualitas produk, harga produk, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Peningkatan kualitas produk dan penyesuaian harga yang kompetitif berperan penting dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan persaingan pasar juga turut mempengaruhi keputusan pembelian dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan laba perusahaan. Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba di PT Hino Finance Indonesia dan dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam merumuskan strategi penjualan yang lebih efektif.

Kata Kunci: Faktor, Penjualan, Laba, Harga, Kualitas

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence sales towards profit acquisition at PT Hino Finance Indonesia in 2023, which recorded a significant increase in profit. The method used in this study is a descriptive qualitative approach, with data collection through literature studies that include books, journals, notes, and reports that are relevant to the topic being studied. Documentation techniques are also applied to collect, store, and manage related documents. The results of this study indicate that there are several factors that influence sales, such as product quality, product price, and marketing strategies implemented by the company. Improving product quality and adjusting competitive prices play an important role in attracting consumer interest and increasing sales. In addition, external factors such as economic conditions and market competition also influence purchasing decisions and ultimately contribute to increasing company profits. This study provides deeper insight into the factors that influence profit achievement at PT Hino Finance Indonesia and can be a reference for other companies in formulating more effective sales strategies.

Keywords: Factors, Sales, Profit, Price, Quality

1. PENDAHULUAN

Industri otomotif di Indonesia telah mengalami berbagai dinamika yang mempengaruhi penjualannya. Penjualan mobil di Indonesia menunjukkan tren penurunan yang signifikan, dengan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap situasi ini. Industri otomotif di Indonesia juga mengalami tantangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan penurunan penjualan yang mencolok. Data terbaru menunjukkan bahwa penjualan mobil di Indonesia turun sebesar 17% pada tahun 2024 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan total penjualan mencapai 560.619 unit dari Januari hingga Agustus 2024, berkurang dari 675.859 unit pada periode tahun 2023.

Industri otomotif meskipun ada penurunan yang signifikan, para pemangku kepentingan dalam industri ini tetap optimis bahwa penjualan dapat meningkat kembali. Misalnya dengan adanya perbaikan nilai tukar dan penurunan suku bunga, diharapkan daya beli masyarakat akan kembali pulih. Kehadiran model-model baru dan inovasi dalam produk otomotif dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan [1]

PT Hino Finance Indonesia berhasil mencetak kinerja positif sepanjang 2023. Perseroan yang dipimpin oleh Hajime Kawamura sebagai presiden direktur ini mampu membukukan laba bersih sebesar Rp70,61 miliar, atau tumbuh 9,3 persen secara tahunan atau *year on year* ketimbang tahun sebelumnya sebesar Rp64,6 miliar. Merujuk laporan keuangan Hino Finance Indonesia yang telah dipublikasikan, kenaikan laba perusahaan pembiayaan untuk kendaraan merek Hino ini



ditopang dari pertumbuhan pendapatan sebesar 21,19 persen menjadi Rp484,46 miliar dari posisi di level Rp399,74 miliar di 2022. Adapun pertumbuhan pembiayaan tersebut berasal dari pendapatan bunga sebesar Rp18,1 miliar atau melesat 56,84 persen ketimbang tahun sebelumnya Rp11,54 miliar di 2022. Kemudian, dari sisi pendapatan lain-lain juga tumbuh 22,66 persen menjadi Rp5,31 miliar dibanding tahun sebelumnya sebesar Rp4,32 miliar. Dari sisi pembiayaan, Hino Finance Indonesia berhasil menyalurkan pembiayaan sebesar Rp4,64 triliun. Realisasi pembiayaan ini tumbuh 21,5 persen ketimbang tahun 2022 yang sebesar Rp3,82 triliun. Alhasil, total aset perseroan juga ikut terkerek. Pada 2023, total aset Hino Finance Indonesia sebesar Rp5,07 triliun. Raihan total aset ini meningkat 16,14 persen dari tahun sebelumnya yang berada di level Rp4,37 triliun [2]

Mengenai faktor eksternal ada beberapa yang mempengaruhi penjualan produk diantaranya persaingan pasar karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan hasil penjualan sehingga penetapan harga produk serupa yang ditawarkan oleh pesaing dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika harga pesaing lebih rendah, pelanggan mungkin beralih ke produk serupa tersebut, sehingga mempengaruhi penjualan perusahaan. Serta faktor ekonomi mengenai kenaikan harga atau inflasi juga mempengaruhi terhadap suatu penjualan karena dengan inflasi yang tinggi dapat mengurangi daya beli masyarakat, sehingga menurunkan volume penjualan produk hino. Konsumen cenderung mengurangi pengeluaran ketika harga barang dan jasa meningkat secara signifikan.

Namun, di sisi lain, PT. Hino Finance berhasil mempertahankan daya tarik produknya dengan menjaga kualitas dan harga yang kompetitif, serta memberikan penawaran pembiayaan yang menarik. Selain itu, persaingan pasar yang ketat dalam industri otomotif juga memaksa perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi operasional agar tetap dapat memenuhi harapan konsumen dan menjaga keberlanjutan pertumbuhan laba.

Untuk lebih jelasnya mengenai perolehan laba usaha, PT Hino Finance Indonesia menyatakan dalam bentuk tabel 1 dan perolehan total asset perusahaan pada tabel 2.

Tabel 1 Perolehan Laba Usaha Perusahaan
 Pada PT Hino Finance Indonesia Periode 2022 – 2023.

NO	TAHUN	PEROLEHAN LABA	RATA-RATA TERTIMBANG JUMLAH SAHAM DASAR	PERTUMBUHAN (%)
1	2022	Rp64.608.937.717	Rp1.000.000	9,3 %
2	2023	Rp70.617.845.966	Rp1.000.000	



Gambar 1 Perolehan Laba Usaha Perusahaan Pada PT Hino Finance Indonesia Periode 2022 – 2023

Tabel 2 Perolehan Total Aset Perusahaan Pada PT Hino Finance Indonesia Periode 2022 – 2023.

NO	TAHUN	PEROLEHAN LABA	PERTUMBUHAN (%)
1	2022	Rp4.370.000.000.000	16,14 %
2	2023	Rp5.070.000.000.000	

Sumber: [3]

Penelitian sebelumnya [4] telah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada produk hino. Menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di suatu perusahaan itu adalah promosi, kualitas produk, dan harga yang berarti memiliki tingkat penjualan yang cukup menurut data yang telah dianalisis sehingga target yang diraih tercapai. Dalam penelitian ini penulis mengetahui berdasarkan data keuangan di PT Hino Finance Indonesia memiliki tingkat penjualan terhadap perolehan laba cukup baik karena dari tahun 2022 sampai dengan tahun 2023 memiliki kenaikan laba yang signifikan dan tentu mampu mencapai target pasar yang dicapai.

Penelitian sebelumnya hanya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada produk hino tanpa membahas pengaruh terhadap perolehan labanya. Kelebihan dari penelitian ini penulis telah mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan dan pengukuran dalam indikator variabel cukup terperinci.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan penulis dikategorikan dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut [5] Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Singkatnya penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi penjualan terhadap perolehan laba, yang mencatatkan kenaikan laba yang signifikan. Berangkat dari data berupa laporan keuangan dalam *website* resmi PT. Hino Finance Indonesia serta jurnal dengan masalah yang relevan, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas dan berakhir dengan sebuah teori.



Sedangkan penelitian deskriptif menurut [6] menjelaskan Penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Sehingga metode penelitian satu ini fokus utamanya adalah menjelaskan objek penelitiannya. Sehingga menjawab apa peristiwa atau apa fenomena yang terjadi. Metode penelitian ini kemudian berbeda dengan metode lain yang cenderung lebih fokus pada pembahasan kenapa suatu peristiwa atau fenomena terjadi. Dimana peristiwa dan fenomena yang dimaksudkan disini adalah objek penelitian. Hasil penelitiannya tentu saja akan menggambarkan objek penelitian dengan detail.

2.1 Jenis dan Sumber Data

a. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari data yang telah ada sebelumnya. Biasanya data tersebut telah digunakan oleh peneliti sebelumnya atau dikumpulkan oleh organisasi atau instansi terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dalam *website* resmi Hino Finance berupa laporan keuangan (*financial report*) PT.Hino Finance Indonesia periode 2023.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Proses studi kepustakaan dinilai sebagai tindakan mengumpulkan sejumlah data. Data inilah yang nantinya dipakai penulis untuk ditambahkan atau dicantumkan ke dalam tulisannya. Sehingga apa yang ditulis bukan berupa karangan melainkan ada data valid atau data yang benar-benar bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Studi pustaka adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara mengkaji laporan, buku elektronik, jurnal-jurnal yang relevan dengan masalah yang diteliti [7].

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cinderamata, laporan, dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu. Sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Kumpulan data bentuk tulisan ini disebut dokumen dalam arti luas. Termasuk monumen, artefak, foto, tape, mikrofilm, disc, CD, *harddisk*, *flashdisk*, dan sebagainya [8]. Pengumpulan data penelitian ini dengan cara membaca dan membandingkan langsung laporan keuangan PT. Hino Finance pada periode 2022 dengan periode 2023 pada perolehan labanya di setiap akhir tahun.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjualan

Penjualan adalah hasil penjualan atau pendapatan jasa menunjukkan jumlah hasil penjualan kepada pembeli selama usaha periode akuntansi, dikurangi penjualan retur dan potongan-potongan. Yang dimaksud hasil penjualan ini adalah harga jual dikali kuantitas yang dijual, sehingga di dalamnya tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Biaya kirim yang dibayar oleh perusahaan tetapi dimintakan ganti kepada pembeli juga tidak termasuk hasil penjualan[9].

Menurut [10] penjualan merupakan penghasilan utama dari perusahaan dagang, perusahaan jasa, atau perusahaan industri berupa hasil penjualan barang atau jasa kepada pembeli, langganan, penyewa dan pemakai jasa lainnya.

3.2 Hubungan antara Penjualan dengan Perolehan Laba (Profitabilitas)

Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan pangsa pasar (*market share*) yang akan berdampak pada peningkatan penjualan



dari perusahaan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dari perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [11] yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, di mana perusahaan yang memiliki penjualan tinggi dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi tingkat penjualan yang dilakukan oleh perusahaan semakin tinggi keuntungan yang akan diperoleh, sehingga dapat mendorong tingkat profitabilitas perusahaan. Selain itu, adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba perusahaan dalam hal ini dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan, karena laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Faktor utama yang secara signifikan mempengaruhi ukuran laba adalah pendapatan, yang berasal dari hasil penjualan barang dagangan perusahaan [12]

3.3 Faktor – Faktor Spesifik yang Mendasari Kenaikan Laba

a. Konservatisme Akuntansi

Banyak peneliti memandang konservatisme akuntansi sebagai tanda dari kualitas laba yang lebih baik. Konservatisme akuntansi mengurangi kemungkinan laba dinyatakan terlalu tinggi yang menyebabkan laba dilaporkan tidak sesuai dengan kenyataan. Konservatisme merupakan penentu kualitas laba.

b. Komite Audit

Laba Komite audit adalah suatu komite yang dibentuk oleh dewan direksi dan beranggotakan minimal tiga orang. Jumlah anggota komite audit minimal tiga orang ini dimaksudkan agar dalam pengawasan proses pelaporan keuangan peran komite audit bisa berjalan efektif. Keberadaan komite audit diharapkan dapat meminimalisir kesalahan pelaporan keuangan. Dengan demikian akan semakin kecil kesalahan pelaporan. Hal ini merupakan sinyal yang menandakan bahwa kualitas laba perusahaan baik.

c. Likuiditas

Likuiditas adalah suatu usaha bisnis yang didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban jangka pendek yang sudah jatuh tempo. Likuiditas berpengaruh terhadap kualitas laba karena jika suatu perusahaan memiliki kemampuan dalam membayar hutang jangka pendeknya berarti perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik dalam pemenuhan hutang lancar sehingga perusahaan tidak perlu melakukan praktik manipulasi laba untuk menarik minat investor

d. Leverage

Leverage adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Untuk menarik minat investor manajemen perusahaan sering mengambil tindakan untuk meningkatkan laba yang disajikan di laporan keuangan. Tindakan manajemen memanipulasi laba seperti ini akan menyebabkan pengguna laporan keuangan mengalami kesalahan dalam pengambilan keputusan. Hal ini menyebabkan kualitas laba yang disajikan perusahaan rendah, karena tidak disajikan sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya.

e. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan berhubungan dengan kualitas laba karena semakin besar perusahaan maka semakin tinggi pula kelangsungan usaha suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga perusahaan tidak perlu melakukan praktik manipulasi laba [13]

f. Penjualan

Penjualan yang tinggi dapat memprediksi kenaikan laba, karena laba yang dihasilkan akan mengandung gangguan (*noise*). Disamping itu informasi besar kecilnya penjualan diperhatikan oleh para investor bahwa kenaikan laba mengikuti pola penjualan. Maka penjualan berperan sebagai kunci dalam meningkatkan laba perusahaan karena berfungsi sebagai sumber pendapatan utama dan indikator keberhasilan operasional serta pemasaran. [14]

3.4 Jenis – Jenis Penjualan

Penjualan sendiri ternyata memiliki berbagai macam jenisnya. Berikut jenis penjualan yang sering dilakukan dalam bisnis [15], diantaranya :

a. Penjualan Tunai

Jenis penjualan yang paling banyak dilakukan adalah penjualan tunai. Sifat dari penjualan tunai adalah tunai dan bawa (*cash and carry*[16]). Maksudnya adalah ketika penjual dan pembeli mendapatkan kesepakatan harga, pembeli akan menyerahkan sejumlah uang dengan harga yang



ditentukan. Kemudian, pembeli memberikan produk, barang, maupun jasa setelah pembayaran kontan.

b. Penjualan Kredit

Penjualan jenis ini memiliki pengertian penjualan dengan sistem pembayaran dicicil selama kurun waktu tertentu. Cicilannya pun sesuai dengan lamanya kurun waktu kredit yang diberikan.

c. Penjualan Grosir

Penjualan grosir tidak dapat dilakukan secara langsung kepada pembeli, melainkan melalui perantara pihak ketiga. Pihak yang menjadi perantara ini adalah pabrik, pusat perbelanjaan, importir, hingga pedagang eceran.

d. Penjualan Konsinyasi

Penjualan Konsinyasi adalah jenis penjualan produk maupun jasa yang akan dijual harus melewati reseller terlebih dahulu untuk dijual kembali dan barang tersebut ada di tangan pembeli.

e. Penjualan Ekspor

Jenis penjualan yang terakhir adalah penjualan ekspor. Sesuai dengan namanya, penjualan ini berkaitan dengan masuknya barang ke luar negeri. Biasanya, dilakukan kepada pembeli dari mancanegara atau luar negeri. Khususnya untuk bisnis dengan omzet besar dan beroperasi dalam jumlah yang besar pula.

3.5 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

a. Kualitas Produk

Kualitas produk sangat penting karena faktor ini secara signifikan memengaruhi kemampuan untuk membangun reputasi di antara konsumen di pasar. Jadi, ketika perusahaan dapat menciptakan produk berkualitas tinggi, mereka terus memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, kualitas produk berkontribusi pada biaya produksi, pengembalian investasi, dan pertumbuhan pendapatan.

b. Harga Produk

Dalam industri dengan tekanan harga dan volume yang meningkat, strategi penetapan harga yang tepat sangat penting untuk tetap kompetitif. Misalnya, menaikkan harga mungkin sedikit menurunkan volume penjualan, yang dapat membantu mengimbangi penurunan volume dengan keuntungan lebih tinggi yang dihasilkan oleh *margin* tinggi.

c. Anggaran Aktivitas Penjualan

Anggaran penjualan adalah alat penting yang membantu organisasi memperkirakan produktivitas mereka dan berapa banyak pendapatan yang dapat mereka peroleh dari suatu produk [17]. Menyiapkan anggaran ini memungkinkan perusahaan untuk meninjau upaya penjualan mereka dan meningkatkan pemanfaatan bahan yang tersedia.

d. Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan bukan hanya tentang menunjukkan kebaikan kepada konsumen. Faktor ini sangat penting dalam operasi bisnis karena secara dramatis mempengaruhi bagaimana pasar memandang organisasi.

e. Kualitas Pasar

Faktor penting lain yang mungkin mempengaruhi kinerja penjualan perusahaan adalah tingkat persaingan pasar. Ketika pasar kompetitif, perusahaan akan memiliki insentif yang lebih baik dan harga yang lebih rendah [18].

3.6 Laba Usaha

Menurut [19] laba usaha adalah bagian paling penting dalam suatu usaha. Hal tersebut karena berkaitan dengan keuntungan penjualan yang dihasilkan. Maka dari itu, setiap perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan penghasilan laba yang lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya. Besarnya laba yang diperoleh dalam sebuah perusahaan juga dapat memberikan kepuasan untuk setiap pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan. Misalnya, karyawan, manajemen, konsumen, hingga pemegang saham sekali pun.

Jadi, sederhananya pengertian dari laba usaha adalah penghasilan bersih atau *net income* yang berasal dari aktivitas perusahaan. Laba tersebut dihitung dari proses produksi hingga pemasaran yang sudah dikurangi dengan biaya kegiatan operasional perusahaan. Pada sebuah neraca



keuangan, laba usaha akan dicantumkan dalam laporan laba-rugi. Laporan tersebut berisi tentang data pendapatan dan beban usaha untuk periode akuntansi tertentu yang dibuat oleh bagian keuangan secara detail dan valid.

3.7 Cara Menghitung Laba Usaha

$$\text{Laba Bersih Usaha} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Usaha} - \text{Beban Pajak}$$

Berikut ini Contoh perhitungannya:

1. PT. Abu telah mengumpulkan data laporan laba dan rugi usaha mereka dalam 1 tahun.

Berikut ini rinciannya:

KETERANGAN	NOMINAL
Penjualan Bersih	Rp100.000.000
Harga Pokok Penjualan	Rp50.000.000
Biaya Penjualan/Pemasaran	Rp20.000.000
Pajak	Rp5.000.000
Biaya Administrasi	Rp10.000.000

2. Berdasarkan data di atas, maka laba kotor dari usaha tersebut adalah :

KETERANGAN	NOMINAL
Laba Kotor = Penjualan Bersih – Harga Pokok Penjualan	
Laba Kotor	Rp100.000.000 – Rp50.000.000
Jumlah Laba Kotor	Rp50.000.000

3. Sedangkan laba bersihnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Usaha} - \text{Beban Pajak}$$

KETERANGAN	NOMINAL
Laba Bersih	Rp50.000.000 – Rp30.000.000 – Rp5.000.000
Jumlah Laba Bersih	Rp15.000.000

4. Maka jumlah laba bersih yang diperoleh PT. Abu selama satu tahun berdasarkan data laporan laba dan rugi usaha diatas adalah senilai Rp15.000.000.

3.8 Indikator Variabel Penelitian

Indikator variabel penelitian mengenai “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan terhadap Perolehan Laba di PT Hino Finance Indonesia pada Tahun 2023” disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3 Pengukuran Indikator Variabel Penelitian

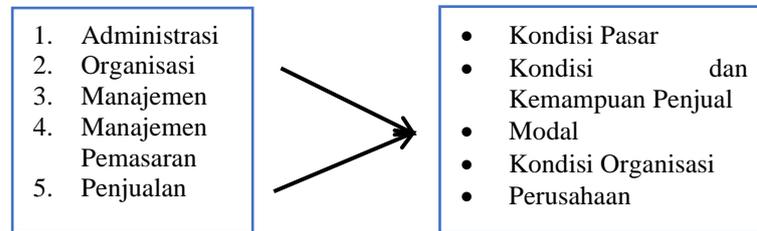
Variabel	Indikator	Pengukuran
Independent Faktor yang Mempengaruhi	1. Kualitas Produk 2. Harga Produk 3. Anggaran Aktivitas Penjualan	Rasio
Independent Penjualan	1. Barang dagangan yang dijual perusahaan 2. Total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan 3. Penjualan tunai maupun penjualan kredit	Rasio
Defendent Perolehan Laba	Laba = Penjualan - Biaya	Rasio

Sumber : [20]

3.9 Kerangka Berpikir

Menurut [21] Kerangka berpikir merupakan landasan pemikiran logis dalam penelitian yang anggapan dasarnya dapat diterima oleh peneliti. Kerangka berpikir ini menjadi pedoman dan fondasi dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti. Penting bagi peneliti untuk membangun kerangka berpikir yang kuat sebelum memulai penelitian. Kerangka berpikir ini akan

membantu peneliti dalam memahami masalah yang akan diteliti dan menemukan solusi yang tepat. Sebelum menentukan kerangka berpikir, peneliti hendaknya lebih banyak membaca buku atau mencari sumber-sumber informasi yang dapat menambah wawasan keilmuan peneliti.



Gambar 2 Kerangka Berpikir Penjualan di PT Hino Finance Indonesia

Menurut [22] Kerangka berfikir “Penjualan terhadap Meningkatnya Perolehan Laba” dapat dipaparkan yaitu mengenai administrasi, organisasi, manajemen, manajemen pemasaran, penjualan yang mengacu tentunya pada kondisi pasar, kondisi dan kemampuan penjual, modal, kondisi organisasi serta perusahaan.

4. PENGUJIAN

4.1 Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap laba perusahaan. Produk dengan kualitas tinggi dapat meningkatkan penjualan, yang pada gilirannya membantu meningkatkan laba secara konstruktif. Selama pelaksanaan dalam meningkatkan kualitas produk, perusahaan hino mampu mempertahankan efisiensi biaya dan menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Harga yang kompetitif dan kualitas tinggi, penjualan akan mengalami pertumbuhan, memungkinkan perusahaan akan sukses dalam meningkatkan labanya. Perusahaan memiliki kemampuan untuk meningkatkan laba dengan menurunkan biaya kualitas melalui peningkatan kualitas. Maka biaya kualitas yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produk hino dapat menghasilkan produk dengan kualitas lebih tinggi karena kualitas terkait dengan peningkatan dan pencegahan produk yang rusak. Jika kualitas produk hino meningkat, penjualan juga akan mengalami peningkatan. Penjualan tersebut meningkat karena adanya pembelian dari pelanggan berupa pembelian ulang, pembelian baru, maupun pembelian baru yang beralih dari perusahaan lain. Secara keseluruhan, peningkatan kualitas produk dari hino tidak hanya mempengaruhi laba perusahaan tetapi juga secara langsung berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu [4] yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap penjualan. Dimana ketika kualitas produk semakin tinggi maka akan meningkatkan jumlah penjualan produk.

4.2 Harga Produk

Laba perusahaan dapat mengalami pertumbuhan yang signifikan karena adanya pengaruh dari harga produk. Harga produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan, pada gilirannya, mempengaruhi tingkat penjualan serta laba perusahaan. Penetapan harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan volume penjualan, sementara harga yang terlalu rendah dapat merugikan perusahaan dalam hal margin laba. Dalam kasus PT Hino Finance Indonesia, penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing. Meskipun terdapat tekanan ekonomi akibat inflasi dan daya beli yang berfluktuasi, harga produk yang sebanding dengan nilai kualitasnya berhasil menjaga kestabilan penjualan. Oleh karena itu, faktor harga memiliki dampak yang lebih kompleks, di mana pengaturan harga yang tepat dapat mengoptimalkan penjualan dan, pada saat yang sama, meningkatkan laba perusahaan. Hasil dari penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu [23] yang menunjukkan bahwa penetapan harga produk yang tepat memiliki pengaruh baik terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan laba Perusahaan.

4.3 Anggaran Aktivitas Penjualan



Pengaruh anggaran aktivitas penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan tidak dapat dipandang sebelah mata. Dalam penelitian ini, anggaran aktivitas penjualan, baik untuk penjualan tunai maupun penjualan kredit, terbukti berperan dalam meningkatkan volume penjualan. Penjualan kredit yang ditawarkan oleh PT Hino Finance Indonesia, khususnya dalam bentuk pembiayaan kendaraan, memungkinkan perusahaan untuk memperluas basis pelanggan dengan menyediakan solusi pembayaran yang lebih fleksibel. Hal ini diharapkan dapat memperbesar peluang penjualan, meskipun terdapat risiko piutang yang perlu dikelola dengan cermat. Sementara itu, penjualan tunai memberikan kontribusi langsung terhadap arus kas perusahaan, yang penting untuk mendukung operasional perusahaan dan meningkatkan likuiditas. Dengan demikian, kombinasi antara penjualan tunai dan penjualan kredit yang terkelola dengan baik menjadi salah satu pendorong utama bagi kinerja penjualan dan laba perusahaan.

4.4 Perolehan Laba

Tabel 4 Laba Per Saham, 31 Desember

No	Tahun	Laba Tahun Berjalan	Rata-Rata Tertimbang Jumlah Saham Dasar	Laba per Saham Dasar
1	2023	Rp70.617.845.966	Rp1.000.000	Rp70.618
2	2022	Rp64.608.937.717	Rp1.000.000	Rp64.609

Sumber : [3]

Berdasarkan data yang diperoleh, PT Hino Finance Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam kinerja keuangannya. Laba perusahaan meningkat sebesar 9,3% pada tahun 2023, mencapai Rp70,61 miliar, dibandingkan dengan Rp64,6 miliar pada tahun sebelumnya. Hal ini didorong oleh pertumbuhan pendapatan sebesar 21,19%, yang berasal dari peningkatan pendapatan bunga dan pendapatan lain-lain yang masing-masing meningkat 56,84% dan 22,66%. Selain itu, pembiayaan yang disalurkan juga mengalami kenaikan signifikan, tumbuh 21,5% dari Rp3,82 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp4,64 triliun pada tahun 2023. Peningkatan total aset sebesar 16,14%, dari Rp4,37 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp5,07 triliun pada tahun 2023, mencerminkan kinerja positif yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan terhadap Perolehan Laba di PT Hino Finance Indonesia pada Tahun 2023” maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan volume penjualan kendaraan dan *spareparts* hino untuk memperoleh laba yang lebih stabil. Kualitas produk yang tinggi dapat mengalami pertumbuhan dan memberi kepuasan terhadap pelanggan. Serta variabel harga produk memiliki dampak positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli karena akan meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan laba PT. Hino Finance Indonesia. Selain itu, variabel anggaran aktivitas penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan penjualan produk hino. Perolehan laba PT. Hino Finance Indonesia dari tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 9,3%. Peningkatan kualitas produk, penetapan harga produk yang tepat dan penganggaran aktivitas yang baik dapat meningkatkan volume penjualan dan mengoptimalkan laba perusahaan. Faktor eksternal yang mempengaruhi penjualan dan laba perusahaan, seperti tingkat inflasi dan persaingan pasar, juga berperan dalam menentukan kinerja PT Hino Finance Indonesia. Inflasi yang tinggi dapat mengurangi daya beli masyarakat, sehingga mempengaruhi volume penjualan.



REFERENCES

- [1] Han Revanda, "Penjualan Industri Otomotif Anjlok 17,1 Persen, Ini Alasannya," *Tempo*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: <https://www.tempo.co/ekonomi/penjualan-industri-otomotif-anjlok-17-1-persen-ini-alasannya-7329>
- [2] Muhamad Ibrahim, "Kinerja Ciamik! Hino Finance Boyong Penghargaan Top Perusahaan Pembiayaan 2024," *Info Bank News*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: <https://infobanknews.com/kinerja-ciamik-hino-finance-boyong-penghargaan-top-perusahaan-pembiayaan-2024/#:~:text=PT%20Hino%20Finance%20Indonesia%20berhasil,sebelumnya%20sebesar%20Rp64%2C6%20miliar>.
- [3] Hajime Kawamura, "PT Hino Finance Indonesia," Jakarta, Dec. 2023.
- [4] P. W. E. F. M. R. S. R. A. L. Fatimah, "Kualitas Produk Hino," *Journal of Social Science and Multidisciplinary Analysis*, vol. 1, no. 2, pp. 64–78, May 2024.
- [5] Abdul Fatah Nasution, *CV. Harfa Creative*. Medan: Harva Creative, 2023.
- [6] Sepriela Mayang, "Pengertian Penelitian Deskriptif, Karakter, Ciri-Ciri, dan Contohnya," *Sevima*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: <https://sevima.com/pengertian-penelitian-deskriptif-karakter-ciri-ciri-dan-contohnya/>
- [7] Nasir, "Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber dan Metode," *Deepublishstore*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/?srsltid=AfmBOoqmoF3CdWfMMN0vIZtUurEV1vzmf4F5QfTC6hBNtXnGieOxN#Pengertian_Studi_Pustaka
- [8] Hamada Nafita Putri, "Metode Dokumentasi dalam Penelitian Kualitatif, Beserta Penjelasannya," *Vocasia*.
- [9] Zaki Baridwan, "Pengertian Penjualan Menurut Ahli dan Rumusnya," *Kompas*.
- [10] A. I. R. N. Niar Imaniar, "diahayu87,+NIAR+IMANIAR+583+-+591," *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, pp. 583–591, Sep. 2020.
- [11] I. N. S. Niluh Nugrahaning Widhi, "Hubungan Penjualan-Laba 1," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, vol. 11, no. 2, pp. 267–275, Aug. 2021.
- [12] Naufald and Abdul Jawad, "PENGARUH MODAL KERJA DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN," *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, vol. 4, no. 1, pp. 67–80, Feb. 2020.
- [13] Ervin Yulis Karlina, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LABA PERUSAHAAN PADA INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA A R T I K E L I L M I A H," p. 1, Mar. 2016.
- [14] D. Mariani and S. Suryani, "Analisis Faktor Penentu Terjadinya Persistensi Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, vol. 9, no. 3, pp. 575–588, Dec. 2021, doi: 10.37641/jiakes.v9i3.913.
- [15] Silmi Nurul Utami and Serafica Gischa, "Penjualan: Pengertian Para Ahli, Bentuk, Jenis, dan Tujuannya," *Kompas*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all>
- [16] Sutarsa Monika, "DASAR-DASAR KEPEMIMPINAN: PENGANTAR MANAJEMEN YANG EFEKTIF," *Bandung*, Sep. 2023.
- [17] Sutarsa Monika and T. Lp3i, "Pengaruh Good Governance Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Dinas Pemerintah (Sensus pada Dinas Kota Tasikmalaya)," 2023.
- [18] Annisa Herawati, "Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan," *Kledo*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: <https://kledo.com/blog/faktor-yang-mempengaruhi-penjualan/>
- [19] Rani Maulida, "Laba Usaha? Ini Penjelasan hingga cara menghitungnya," *Online Pajak*. Accessed: May 05, 2025. [Online]. Available: <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-laba-usaha>
- [20] N. A. H. Andi Wahyu Hidayat, "PENGARUH PERSEDIAAN TERHADAP LABA MELALUI PENJUALAN PADA CV. RIZKY BIKE INDRAMAYU," *JURNAL INVESTASI*, vol. 4, no. 1, pp. 52–62, Apr. 2018.
- [21] J. A. Bashori, "Kerangka berfikir," *Jurnal Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*, pp. 1–5.
- [22] R. Gusrizaldi, E. Komalasari, M. Dan, D. Program, and S. Administrasi, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN DI INDRAKO SWALAYAN TELUK KUANTAN," *Jurnal Valuta*, vol. 2, no. 2, pp. 286–303, Oct. 2016.
- [23] L. S. J. Gema Satria, "Pengaruh Harga, Biaya Promosi dan Biaya Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Hino Dump Truck pada PT Gita," *JOM FEKON*, vol. 1, no. 2, pp. 1–11, Oct. 2014.