

ANALISIS PERSENTASE KEUNTUNGAN ATAS TARIF DAN PENJUALAN TIKET PESAWAT PADA PT. ROID PERKASA

Waode Muthmainna¹, Rabiyyatul Jasiyah²

¹²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton, Baubau, Indonesia

e-mail: waodemumut@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui berapa persentase keuntungan yang diperoleh PT. Roid Perkasa atas tarif dan penjualan tiket pesawat. Metode analisis data yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang diperoleh di kumpulkan menggunakan metode observasi dan studi pustaka untuk memperoleh data primer. Dan penelitian ini menggunakan 2 jenis data, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai persentase keuntungan perusahaan PT. Roid Perkasa tahun 2018, yakni sebesar 1,48%, nilai yang cukup besar ini menggambarkan baiknya kinerja keuangan. Dengan total laba sebelum pajak sebesar Rp 163.914.129 dan total penjualan tahun 2018 sebesar Rp. 11,098,426,698, nilai yang besar ini juga menggambarkan baiknya kinerja bagian penjualan PT. Roid Perkasa. Nilai persentase keuntungan setiap bulannya cukup stabil berada diantara angka 1,36% sampai 2,06% di tahun 2018, dengan rata-rata nilai tarif tiket pesawat Lion Air sebesar Rp 1.366.240 dan tarif tiket rata-rata pesawat Garuda sebesar Rp 1.571.941, tarif tiket pesawat Lion Air Yang rendah ini merupakan salah satu penyebab banyaknya konsumen lebih memilih memesan tiket pesawat ini.

Kata Kunci :Persentase Keuntungan, Tarif, dan Penjualan.

ABSTRACT

This study aims to find out what percentage of profits that PT. Roid Perkasa for rates and ticket sales. The data analysis method used is quantitative descriptive research method. The data collected using the method of observation and literature study to obtain primary data. And this study uses 2 types of data, namely quantitative data and qualitative data. The results of this study indicate that the value of the profit presentation of the company PT. Roid Perkasa in 2018, namely 1.48%, this sizable value illustrates good financial performance. With a total profit

before tax of Rp. 163,914,129 and total sales in 2018 of Rp. 11,098,426,698, this large value also reflects the good performance of the sales department of PT. Mighty Roid. The profit percentage value per month is quite stable, ranging from 1.36% to 2.06% in 2018, with an average ticket fare for Lion Air of IDR 1,366,240 and an average ticket fare of Garuda aircraft of IDR 1,571. 941, Lion Air's low ticket fares are one of the reasons why many consumers prefer to book this plane ticket.

Keywords: Presentation of Profits, Rates, and Sales.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dan memiliki jumlah penduduk yang sangat besar sehingga peranan transportasi yang dalam hal ini salah satunya sektor transportasi udara dianggap potensial dan strategis. Industri ini berperan dalam lalu lintas dan angkutan orang atau barang dan jasa baik domestik maupun internasional. Sektor transportasi udara memiliki keunggulan tersendiri dibanding transportasi darat dan laut yaitu dalam segi kecepatan perjalanan serta dapat menjangkau tempat terpencil yang sulit dihubungi menggunakan transportasi lain.

Persaingan bisnis jasa transportasi yang semakin ketat sekarang ini menyebabkan banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (*value*) lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing. Jadi, untuk memuaskan pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah nilai (*value*) pada setiap pelayanan yang diberikan.

Sektor transportasi merupakan sektor yang menunjang sektor lainnya, disamping itu sering disebut sebagai urat nadi perekonomian dalam memacu pembangunan kewilayahan dimana transportasi melakukan aktivitasnya. Hal ini dapat dikuatkan dengan adanya asumsi yang menyatakan bahwa gejala dari suatu negara yang maju minimal harus memiliki tiga kriteria pokok yang ada pada negara tersebut, yaitu : memiliki sumber daya alam yang

potensial, memiliki sumber daya manusia yang baik dan transportasi yang lancar dan berkembang.

PT. Roid Perkasa merupakan salah satu travel atau biro perjalanan yang menjual tiket melalui konter, perusahaan ini telah menjalankan bisnis penjualan tiket sejak tahun 2010 ditengah persaingan dengan penjual tiket online dan perang tarif maskapai penerbangan, PT. RoidPerkasa dituntut untuk mengambil kebijakan yang tepat terkait penjualannya.

PT. Roid Perkasa menjual tiket pesawat dengan tarif yang berbeda-beda, terutama pada tarif tiket untuk pesawat Lion Air dan Garuda. Dimana tarif tiket untuk pesawat Garuda lebih tinggi dibandingkan dengan tarif tiket pesawat Lion Air. Meski tarif tiket pesawat Lion Air lebih rendah dibanding tariff tiket pesawat Garuda, akan tetapi total nilai penjualan pesawat Lion Air Lebih tinggi dibandingkan dengan total nilai penjualan tiket Garuda.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Keuntungan

Setiap perusahaan menginginkan laba atau sering disebut juga dengan keuntungan atau (profit).Laba diperoleh perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam perekonomian dan melangsungkan kehidupan perusahaan tersebut. Tabel dibawah menunjukkan perbedaan pendapat para ahli mengenai pengertian dari suatu keuntungan.

Tabel 2.1 Pendapat Mengenai Keuntungan

Peneliti	Pendapat Mengenai Keuntungan
Dwimartani (2012:113)	Keuntungan adalah “pendapatan yang diperoleh apabila jumlah <i>financial</i> (uang) dari aset neto pada akhir periode (di luar dari distribusi dan kontribusi pemilik perusahaan) melebihi aset neto pada awal periode”
Hendriksen and Van Breda (2003:319)	“laba merupakan surplus sesudah pemeliharaan kesejahteraan”.
Soemarso (2005:230)	“laba adalah selisih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha”

2.1.1 Tujuan Pelaporan Laba

Tujuan utama dari pelaporan laba adalah memberikan informasi yang berguna bagi mereka yang berkepentingan dalam laporan keuangan dengan membedakan antara modal yang diinvestasikan dan laba sebagian dari proses deskriptif dari akuntansi. Menurut Hendriksenyang di alih bahasakan oleh Nugroho (2006:311) tujuan laba yang lebih spesifik mencakup :

1. Laba sebagai suatu pengukur efisiensi. Operasi efisiensi dari sebuah perusahaan mempengaruhi baik aliran dividen saat ini maupun pengguna modal yang diinvestasikan untuk memberikan aliran dividen masa depan. Pengukuran efisiensi perusahaan memberikan dasar untuk keputusan-keputusan.
2. Laba sebagai alat peramal. Laba masa depan diharapkan oleh banyak investor sebagai faktor utama dalam meramalkan distribusi dividen masa depan dan periklanan dividen merupakan faktor yang penting dalam menentukan nilai berjalan dari lembar-lembar saham atau dari perusahaan secara keseluruhan.
3. Laba sebagai pengambil keputusan manajerial. Laba digunakan manajemen untuk tujuan pengambilan keputusan dalam memastikan alokasi.

2.1.2 Jenis-Jenis Laba

Menurut Kasmir dan Supriyono, (2011:3003) jenis-jenis laba adalah :

1. Laba kotor (*gross profit*) adalah laba yang didapatkan sebelum dikurangi biaya yang menjadi bebas perusahaan atau dengan kata lain laba kotor adalah laba keseluruhan yang diperoleh perusahaan.
2. Laba bersih (*net profit*) adalah laba yang sudah dikurangi biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Menurut ZakiBaridwan (2004:34) menyatakan bahwa jenis-jenis laba dapat dibagi menjadi beberapa jenis yaitu :

1. Total keuntungan penjualan. Pendapatan total adalah selisih antara penjualan bersih dan biaya produk (COGS). Laba jenis ini tidak dipotong dan sering disebut sebagai laba kotor dari penjualan bersih.

2. Laba bersih sebelum pajak. Jenis laba ini merupakan pendapatan seluruh pendapatan perusahaan sebelum potongan pajak atau perolehan operasional dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya-biaya lainnya.
3. Laba bersih setelah dipotong pajak. Laba ini merupakan laba bersih perusahaan setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak.

2.1.3 Peranan Laba

M. Nafarin (2007:231) menyatakan bahwa peranan laba bagi perusahaan, yaitu :

1. Suatu kekuatan pokok agar perusahaan dapat tetap bertahan untuk jangka pendek dan jangka panjang perusahaan
2. Balas jasa dana yang ditanam perusahaan
3. Salah satu sumber dana perusahaan
4. Sumber dana jaminan surat karyawan
5. Daya tarik bagi pihak ketiga yang ingin menanam dana

2.2 Tarif

Menurut Lupiyoadi&Hamdani (2006: 98), Istilah harga dalam bisnis jasa bisa kita temui dengan berbagai sebutan misalkan di Universitas atau Perguruan Tinggi menggunakan SPP (*tuition*), konsultan profesional menggunakan istilah tarif, jasa transportasi menggunakan istilah tarif, pialang menggunakan istilah komisi, apartemen menggunakan istilah sewa dan asuransi menggunakan istilah premi.

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2004: 430) harga/tarif adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapat manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Bagi konsumen tarif merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Menurut Salim (2006: 45), Tarif transportasi dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Tarif menurut kelas (*class rate*) digunakan khusus untuk muatan dan penumpang. Dalam kelompok tarif ini diberlakukan tarif yang berbeda-beda atas dasar kelas muatan dan penumpang. Tarif yang diberlakukan terhadap muatan khusus disebut tarif muatan.

2. Selain tarif menurut kelas, ada tarif lain yang tarifnya lebih rendah daripada tarif menurut kelas, tarif ini dinamakan tarif pengecualian.
3. Tarif perjanjian atau kontrak adalah tarif yang berlaku untuk angkutan jalan raya dan angkutan laut, dan tidak berlaku untuk moda transportasi lainnya (angkutan udara).

Tarif adalah jumlah nilai yang dipertukarkan oleh konsumen yang memanfaatkan kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa, sebagaimana ditentukan oleh tawar menawar pembeli dan penjual, atau oleh penjual biaya, mengurangi permintaan barang / jasa. Melakukan. Mempengaruhi keputusan harga, yaitu:

1. Biaya menjadi batas bawah
2. Tarif pesaing dan tarif barang pengganti menjadi titik orientasi yang perlu dipertimbangkan perusahaan.
3. Penilaian pelanggan terhadap tampilan produk yang unik dari penawaran perusahaan menjadi batas atas tarif harga.

Ini jelas menunjukkan bahwa salah satu faktor kunci yang harus dimasukkan dalam pengembangan strategi adalah bea cukai. Harga seringkali menjadi penentu terpenting bagi pelanggan karena keragaman produk dan layanan yang ditawarkan oleh penjual. Mencantumkan bea cukai adalah pengorbanan finansial bagi pelanggan. Untuk mendapatkan produk atau layanan. Selain itu, harga menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk berdagang.

Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa pungutan merupakan besaran yang ditentukan oleh perusahaan sebagai ketidakseimbangan antara barang dan jasa yang diatur, dan jumlah lain yang dipegang oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan konsumen. Ini adalah produk, tetapi hanya mencari tarif dengan perbedaan besar. Sampai saat ini, sebagian besar konsumen berpenghasilan rendah adalah mereka yang memperhatikan harga saat mengambil keputusan.

2.3 Rasio Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*) adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) Untuk penjualan, aset, dan saham berdasarkan metrik tertentu. Jenis rasio profitabilitas. Manfaat dari Kinerja Tidak peduli berapa banyak keuntungan atau keuntungan Anda bisa mendapatkan keuntungan dari kinerja perusahaan.

Menurut Kasmir(2015:22) Pengertian profitabilitas adalah rasio untuk menilai laba atau kemampuan perusahaan untuk mengejar laba dalam kurun waktu tertentu. Rasio ini juga dapat memberikan indikator dengan tingkat kewenangan administratif yang dapat ditunjukkan dari pendapatan.

Sedangkan menurut Mamduh M. Hanafi (2012: 81) Pengertian profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal ekuitas tertentu.

2.3.2 Fungsi Rasio Profitabilitas

Tingkat pengembalian yang diperlukan untuk mencatat transaksi biasanya adalah kemampuan investor dan kreditor (bank) untuk menilai jumlah pengembalian investasi yang mereka terima dari mereka dan untuk menilai jumlah keuntungan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi perusahaan. Untuk mengevaluasi.

Efektivitas dan efisiensi manajemen dapat dilihat pada laporan keuangan dan keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan. Semakin tinggi nilai rasionya maka semakin baik kondisi perusahaan. Tingkat Pendapatan terhadap Arus Kas Rasio profitabilitas memberikan informasi penting untuk rasio kuartal sebelumnya dan rasio pesaing

Oleh karena itu, analisis tren industri diperlukan untuk menarik kesimpulan yang berguna tentang tingkat profitabilitas perusahaan. Rasio profitabilitas menunjukkan hasil akhir dari semua kebijakan keuangan dan keputusan operasional.

2.3.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Adapun jenis-jenis profitabilitas dalam buku Agus Sartono (2010:113), sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kemampuan dari suatu perusahaan dalam menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan pada perusahaan, dapat menggunakan rumus *Gross Profit Margin* :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. Agar dapat mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak, dapat menggunakan rumus *Net Profit Margin* :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. *Profit Margin* digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan.

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4. Agar dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan suatu laba dari aktiva yang dipergunakan. Dapat menggunakan rumus *Return On Investment* atau biasa di sebut dengan *Return On Assets*.

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

5. Untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan, dapat menggunakan rumus *Return On Equity* :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Efektivitas dan efisiensi manajemen dapat dilihat pada laporan keuangan penjualan perusahaan dan laba yang dihasilkan dari investasinya. Semakin tinggi nilai rasio, semakin baik perusahaan dalam hal pendapatan dan tingkat arus kas. Rasio profitabilitas memberikan informasi penting dari rasio dan rasio kuartal sebelumnya.

2.4 Persentase Keuntungan/Profit Margin

Profit Margin merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih, dan hasilnya dapat dibandingkan dengan penjualan dan laba bersih. Perhitungan margin keuntungan sangat penting karena Anda biasanya dapat menentukan langkah mana yang ditingkatkan oleh faktor tertentu. Semakin tinggi profit margin, semakin menguntungkan perusahaan karena cenderung dirasionalkan. Alokasikan anggaran produksi dan ke sumber daya lain.

Dengan begitu, perusahaan terlihat lebih produktif, menarik minat investor dan menegaskan laba bersih perusahaan meningkat. Kehadiran investor dalam suatu perusahaan tidak hanya meningkatkan laba bersih dari harga jual produknya, tetapi dari segi rasio, laba ini merupakan titik baru bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

Kemampuan memberikan informasi kepada perusahaan. Salah satunya dapat menentukan reputasi dan tenaga penjualan suatu produk, namun diperlukan upaya lain untuk menyeimbangkan faktor tersebut. Ada beberapa faktor dalam biaya produksi. Masing-masing saling terkait dan tidak menutup kemungkinan.

Disinilah peran manajer perusahaan diharapkan dapat mengembangkan modal dan meningkatkan peluang perolehan loyalitas. Manajer juga bertanggung jawab atas selisih margin yang cukup bagi pemilik modal untuk memprediksi proses produksi. Anda dapat menyesuaikan nilai hadiah berdasarkan kontrak yang telah disepakati sebelumnya. Margin yang cukup menentukan kualitas bisnis perusahaan. Apakah mereka benar-benar dapat diandalkan atau apakah mereka memenuhi standar kualitas, apakah mereka memiliki potensi yang lebih baik. Dengan mengimbangi faktor produksi maka kualitas yang diharapkan menjadi lebih dinamis.

Pekerjaan manajer perusahaan bisa jadi sulit jika skemanya besar dan kompleks, terutama jika Anda perlu mengelola banyak produk sekaligus dalam perusahaan Anda. Tetapi jika menyangkut perencanaan

Ketika seorang investor menguji kualitas suatu perusahaan, tidak mengherankan jika analisis dapat mengidentifikasi perusahaan tersebut. Salah satunya adalah margin yang didapat perusahaan. Melihat laba bersih, investor cenderung mencari perusahaan lain

Menurut Lukman Syamsuddin (2009: 61) ada tiga jenis margin laba, yaitu margin laba kotor (gross profit margin), margin laba bersih (net profit margin), dan margin operasi (operating profit margin). Masing-masing disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dalam menghitung laba yang dihasilkan selama jangka waktu tertentu. Rasio margin laba bersih (net profit margin) merupakan tolok ukur bagi seorang investor yang mungkin tertarik pada suatu perusahaan tertentu.

2.5 Batas Atas Dan Batas Bawah Tarif Pesawat.

Peraturan tarif batas bawah dalam PM No. 14 Tahun 2016 disahkan pada 21 Januari 2016 dan mulai berlaku pada 28 Januari 2016. Melihat penerapan batas bawah ini, penerapan hukum pemerintah dalam pengawasan bisnis di antara para pemangku kepentingan tetap memfasilitasi. Akibatnya, perusahaan menjual tiket lebih murah dari biaya operasional, dan perusahaan yang tidak dapat mentolerir dampaknya bangkrut.

Kebijakan harga terendah adalah harga terendah yang ditetapkan pemerintah untuk suatu produk tertentu. Hal tersebut dilakukan pemerintah karena harga yang terjadi di pasar dinilai terlalu murah.

Penerapan tarif batas bawah dalam PM No 14 Tahun 2016 ini merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam menjaga agar penerapan tarif penerbangan tidak terlalu rendah. Di dalam PM No 14 Tahun 2016 disebutkan bahwa tarif batas bawah penumpang serendah-rendahnya 30% dari tarif batas atas. Hal tersebut tercantum didalam Pasal 9 ayat (3) menjelaskan bahwa badan usaha angkutan udara dalam menetapkan tarif.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 49 tahun 2012 tentang Standar Pelayanan Penumpang Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri. Di jelaskan di Permenhub tersebut bahwa pengelompokan pelayanan penerbangan dibedakan menjadi 3 (tiga) kategori, yakni:

1. Pelayanan dengan standar maksimum (*full services*)
2. Pelayanan dengan standar menengah (*medium services*)
3. Pelayanan dengan standar minimum (*no frills*) sering disebut sebagai maskapai berbiaya rendah atau LCC (*Low Cost Carrier*)

Anda perlu menjelaskan bahwa kriteria layanan yang Anda pilih ditentukan oleh maskapai itu sendiri. Grup layanan maskapai penerbangan harus dikomunikasikan kepada publik melalui publikasi media dengan cara yang jelas, akurat, dan mudah diakses.

Setiap grup layanan harus memenuhi tiga aspek standar layanan dalam penerbangan. Standar layanan pra-penerbangan(*pre-flight*), selama penerbangan (*in-flight*) dan setelah penerbangan (*post-flight*).

1. Standar pelayanan sebelum penerbangan (*pre-flight*) terdiri dari :
 - a. Informasi penerbangan;
 - b. Reservasi tiket;
 - c. Ticketing;
 - d. Check-in;
 - e. Proses menuju ke ruang tunggu;
 - f. Boarding; dan
 - g. Penanganan keterlambatan penerbangan, pembatalan penerbangan dan denied boarding passenger.
2. Standar pelayanan selama penerbangan (*in-flight*), meliputi :
 - a. Fasilitas dalam pesawat; dan
 - b. Awak kabin.
3. Standar pelayanan setelah penerbangan (*post-flight*), meliputi :
 - a. Proses turun pesawat;
 - b. Transit atau transfer;
 - c. Pengambilan bagasi tercatat; dan
 - d. Penanganan keluhan pelanggan.

2.6 Penjualan

2.6.1 Pengertian Penjualan

Menurut FreddyRangkuti (2009:57) Penjualan adalah tujuan utama dari kegiatan perusahaan, dan perusahaan yang menghasilkan produk dan layanan memiliki tujuan akhir untuk menjual produk dan layanan tersebut kepada masyarakat umum, sehingga mereka menjual produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan memberikan

panggung kepada perusahaan. Ini memainkan peran perusahaan untuk menyediakan. Dilaksanakan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menjual produk dan jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menu

Sedangkan menurut Ronny A. Rusli dan Hendra (2000:8) menyatakan Penjualan Penjualan adalah proses sosial administratif di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan inginkan, membuat dan mengirimkan produk yang berharga, dan bertukar dengan orang lain.

Selanjutnya Assauri (2004:5) berpendapat bahwa "Aktivitas penjualan sebagai aktivitas manusia yang memenuhi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran."

2.6.2 Tujuan Penjualan

Basu Swasta dan Irawan (2001:32) mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu :

- a. Mencapai volume penjualan tertentu.
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan
- d. Upaya untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak hanya dicapai oleh perwakilan penjualan atau tenaga penjualan, tetapi dalam hal ini, pihak yang memproduksi produk dan departemen personalia yang menyediakan tenaga kerja. Saya butuh kerja sama.

2.6.3 Jenis Penjualan

Basu Swasta (2001:11) mengelompokkan jenis-jenis penjualan sebagai berikut :

1. *Trade Selling*. Penjualan yang dapat terjadi jika produsen dan grosir mengizinkan pengecer untuk mencoba meningkatkan distribusi produknya. Ini termasuk pemasok yang menawarkan aktivitas promosi, demonstrasi, bahan habis pakai, dan produk baru.
2. *Missionary Selling*. Penjualan berusaha untuk mendorong pembeli dengan mendorong mereka untuk membeli barang dari distributor perusahaan.

3. *Technical Selling*. Kami bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan saran dan saran kepada pembeli akhir produk dan layanan.
4. *New Business Selling*. Kami mencoba membuka kesepakatan baru dengan menciptakan pembeli potensial seperti perusahaan asuransi.
5. *Responsive Selling*. Tenaga penjualan dapat memenuhi permintaan pembeli melalui jalur mengemudi dan ritel. Jenis penjualan ini tidak menghasilkan penjualan besar, tetapi memiliki peristiwa hubungan pelanggan yang baik yang mengarah ke pembeli.

2.6.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut BasuSwastha (2001:406) dalam bukunya Manajemen Pemasaran Modern Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan adalah sebagai berikut :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Sebagai aturan umum, penjual adalah pihak pertama dan pembeli adalah pihak kedua dalam transaksi jual beli barang dan jasa serta pengalihan kepemilikan komersial. Di sini penjual harus diyakinkan untuk memahami beberapa masalah yang sangat penting dan penting: jenis dan konten apa yang ditawarkan, harga produk, pembayaran, pengiriman, layanan purna jual,

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjual dapat mempengaruhi aktivitas penjualan. Faktor: Kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar.
- c. Daya beli
- d. Frekuensi pembelinya.
- e. Keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Dalam rangka memperkenalkan produk kepada pembeli dan konsumen, diperlukan kegiatan promosi, sarana transportasi, dan lokasi demonstrasi di dalam maupun di luar perusahaan. Semua ini hanya bisa dilakukan oleh penjual.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Di perusahaan besar, masalah penjualan ini biasanya membantu suku cadang (departemen penjualan) yang dimiliki oleh orang atau bidang penjualan tertentu. Untuk usaha kecil, masalah pena juga bisa disebabkan oleh jumlah pekerja yang sedikit, sistem organisasi yang sederhana, atau masalah. -Masalah yang dihadapi, dan sarana yang mereka miliki, tidak serumit perusahaan besar. Biasanya ini masalah jualan

5. Faktor Lain

Faktor lain, seperti iklan, demonstrasi, kampanye, dan hadiah kado, sering kali memengaruhi penjualan. Ada pengusaha yang berpegang pada satu prinsip bahwa yang terpenting adalah membuat hal-hal yang baik. Setiap kali prinsip ini muncul, perusahaan berusaha untuk menarik pembeli ke produknya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada PT. Roid Perkasayang beralamat di Jln. Jendral Sudirman, Kelurahan Tomba, Kecamatan Wolio, Kota Baubau, Sulawesi Tenggara.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Data kualitatif merupakan data yang disajikan secara deskriptif atau bentuk uraian yang berupa gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi.

2. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik. Data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka, berupa .

3.2.2 Sumber Data

Sumber Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Data menurut sumbernya, di bedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dan di kumpulkan dari tempat penelitian dengan cara wawancara dan observasi dengan pihak yang bersangkutan yang kemudian di olah sendiri.
2. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data dan diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi. Data yang dikumpulkan berupa profil perusahaan dan struktur organisasi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Arikunto (2010:109), populasi adalah “keseluruhan subyek penelitian”. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah data keuangan PT. Roid Perkasatahun 2018.

3.3.2 Sampel

Menurut Arikunto (2010:109), sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi dan daftar tarif tiket pesawat pada PT. Roid Perkasatahun 2018.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dan informasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Obrservasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Observasi adalah

pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. (Uma Sekaran, 2006 : 47-48)

Hasil observasi ilmiah ini dijelaskan secara teliti, tepat dan akurat serta tidak diperbolehkan untuk ditambah atau dikurangi dan di buat-buat sesuai keinginan peneliti.

2. Studi Kepustakaan

Merupakan data yang diperoleh dengan cara mempelajari buku-buku atau literatur dan membaca brosur termasuk mempelajari sumber data tertulis lain yang berhubungan dengan masalah yang diamati.

3.5 Metode Analisa Data

Teknik analisis data disini berarti mengatur secara sistematis bahan hasil wawancara dan observasi, menafsirkannya dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan yang baru. (Raco, 2010:121). Metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki langkah-langkah yang sistematis. Sugiyono (2014: 6) menyatakan bahwa : “Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah”.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Burhan Bungin (2005: 48-49) Penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.

Dalam menghitung nilai presentasi keuntungan/*profit margin* peneliti menggunakan rasio *profit margin* untuk menganalisis data, sebab rasio ini merupakan rasio yang sering dijadikan patokan bagi para investor dan pihak luar lainnya dalam menilai kinerja perusahaan dibanding rasio lainnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tarif Tiket Pesawat

Harga merupakan faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan apakah akan bertransaksi. Konsumen cenderung membeli dengan harga yang relatif rendah. Pada umumnya mereka tidak memperhatikan manfaatnya.

Dari hasil analisa data tarif tiket pesawat Garuda dan Lion Air pada PT. Roid Perkasa dapat diketahui bahwa tarif tiket kedua pesawat memiliki nilai yang berbeda-beda, tergantung pada rute dan maskapai yang dipilih. Selisih nilai tarif tiket kedua pesawat sangat tipis dan didominasi oleh tiket pesawat Garuda yang sedikit lebih tinggi dibanding Lion Air. Kedua pesawat memiliki jumlah rute yang sama, yakni ada 10 rute yang bisa dipilih dengan harga yang berbeda di setiap rutenya.

Nilai rata-rata tarif tiket untuk pesawat Lion Air di tahun 2018 sebesar Rp. 1.366.240 dan untuk tarif tiket Garuda sebesar Rp. 1.571.941. Nilai tarif tiket tertinggi untuk pesawat Lion Air sebesar Rp. 2.355.000, nilai ini untuk rute Baubau-Makassar-Jayapura dan untuk tarif tiket pesawat Garuda sebesar Rp. 2.536.480 pada rute Baubau-Makassar-Surabaya-Bandung. Nilai tarif tiket terendah untuk pesawat Lion Air sebesar Rp. 424.300 dan untuk pesawat Garuda sebesar Rp. 599.631, nilai tarif ini sama-sama untuk rute Baubau – Kendari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak La Ode Ahdan Hidayat (Direktur PT. Roid Perkasa) pada tanggal 3 April 2020, beliau menyatakan bahwa penerapan nilai tarif tiket terendah yang dipatok oleh pihak maskapai pesawat Lion Air dan Garuda tidak sampai melewati angka 30% dari tarif batas atas. Pernyataan tersebut sesuai dengan PM No 14 Tahun 2016 tentang penetapan tarif batas bawah, dimana peraturan tersebut merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam menjaga agar penerapan tarif penerbangan tidak terlalu rendah.

1. Penjualan Tiket Pesawat

Perusahaan yang memproduksi produk yang tujuan akhirnya adalah menjual produk dan layanan tersebut kepada masyarakat umum. Keuntungan.

Dari hasil analisa data penjualan tiket pesawat Garuda dan Lion Air pada PT. Roid Perkasa dapat diketahui bahwa nilai penjualannya berfluktuatif setiap bulannya. Jumlah penjualan tiket pesawat PT. Roid Perkasa untuk tahun 2018 sebesar Rp. 11.098.426.698.

Total nilai penjualan tiket pesawat ini didominasi dari penjualan tiket pesawat Lion Air sebesar Rp. 8.451.029.400, sedangkan penjualan tiket pesawat Garuda hanya sebesar Rp. 2.647.397.298 ditahun 2018.

Nilai rata-rata penjualan tiket tertinggi di tahun 2018 sebesar Rp. 1.252.770.173 terjadi di bulan juli, ini disebabkan adanya peningkatan jumlah pembelian tiket oleh para pegawai kantor yang ingin melakukan perjalanan dinas keluar daerah. Sedangkan nilai rata-rata penjualan tiket tertinggi selanjutnya sebesar Rp. 1.110.853.826 terjadi di bulan November, ini juga disebabkan adanya peningkatan jumlah pembelian tiket oleh para pegawai kantor yang ingin melakukan perjalanan dinas keluar daerah. Nilai rata-rata penjualan tiket terendah terjadi di bulan Februari sebesar Rp 609.891.630 hal ini disebabkan adanya penurunan tingkat pembelian tiket oleh para pelanggan. Keterangan ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 3 April 2020 kepada Ibu Mirna (Manager).

2. Persentase Keuntungan/Profit Margin

Menghitung persentase keuntungan atau margin keuntungan sangat penting dilakukan karena sangat menentukan langkah perusahaan kedepannya, terutama dalam implementasi strategi penjualan. Bagi seorang manajer perusahaan, persentase keuntungan bisa diandalkan sebagai kemampuan untuk mengontrol beban-beban usaha. Perusahaan juga akan lebih produktif karena laba bersihnya meningkat pesat sekaligus memancing minat para investor. Penelitian ini menghitung persentase keuntungan/*profit margin* menggunakan *rasio profit margin*, sebab rasio ini merupakan salah satu rasio yang sering dijadikan patokan bagi para investor dan pihak luar lainnya dalam menilai kinerja perusahaan dibanding rasio lainnya.

Dari hasil analisis data persentase keuntungan atau *profit margin* dengan menggunakan rasio *profit margin* (PM) diperoleh bahwa secara keseluruhan persentase keuntungan atau *profit margin perusahaan* PT. Roid Perkasa Sebesar 1,48% artinya dari total laba sebelum pajak sebesar Rp 163.914.129 dan total penjualan tahun 2018 sebesar Rp. 11,098,426,698.

3. Persentase Keuntungan atas Tarif dan Penjualan Tiket Pesawat

Persentase keuntungan, tarif dan penjualan memiliki kaitan yang sangat erat, dimana Persentase keuntungan dapat diprediksi melalui tarif tiket pesawat dan tingkat penjualan perusahaan. Tarif dan penjualan tidak dapat dipisahkan dalam sebuah bisnis atau usaha, tanpa terkecuali pada perusahaan PT. Roid Perkasa yang bergerak pada bidang travel, dimana PT. Roid Perkasa menjual tiket pesawat melalui counter.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak La Ode Ahdan Hidayat (Direktur PT. Roid Perkasa) Pada tanggal 3 April 2020, beliau menyatakan bahwa PT. Roid Perkasa memiliki 2 (dua) maskapai penerbangan yang tingkat penjualan tiketnya lebih dominan dibanding maskapai penerbangan lainnya yaitu pesawat Lion Air dan Garuda. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 tentang tarif tiket pesawat, dimana tarif rata-rata untuk pesawat Lion Air sebesar Rp.1.366.240 dan tarif rata-rata pesawat Garuda sebesar Rp 1.571.941. Sedangkan jika dilihat dari data penjualan pada tabel 4.2 maka penjualan tiket pesawat Lion Air lebih besar yaitu Rp 8.451.029.400 dibandingkan penjualan tiket pesawat Garuda yang hanya sebesar Rp. 2.647.397.298 karena jumlah pembelian tiket pesawat Lion Air lebih banyak dibanding penjualan tiket pesawat Garuda, sebab tarif tiket pesawat Lion Air yang lebih murah.

Persentase keuntungan PT. Roid Perkasa dilihat dari nilai *Profit Margin* tahun 2018 sebesar 1,48% tersebut tak lepas dari ketepatan pihak maskapai dalam penentuan besarnya tarif tiket pesawat yang akan dijual dan kesuksesan bagian pemasaran dan penjualan dalam meningkatkan nilai penjualan tiket pesawat setiap bulannya di tahun 2018. Nilai persentase keuntungan perusahaan PT. Roid Perkasa cukup stabil di tiap bulannya, ini juga dikarenakan nilai penjualan tiket pesawat yang cukup stabil. Nilai penjualan yang fluktuatif tidak terlalu mempengaruhi kestabilan nilai persentase keuntungan, tentu ini sangatlah baik bila terus dipertahankan dan ditingkatkan.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa, nilai persentase keuntungan perusahaan PT. Roid Perkasa tahun 2018, yakni sebesar 1,48%, dengan total laba sebelum pajak sebesar Rp 163.914.129 dan total penjualan tahun 2018

sebesar Rp. 11,098,426,698. Nilai persentase keuntungan setiap bulannya cukup stabil berada diantara angka 1,36% sampai 2,06% di tahun 2018, dengan rata-rata nilai tarif tiket pesawat Lion Air sebesar Rp 1.366.240 dan tarif tiket rata-rata pesawat Garuda sebesar Rp 1.571.941.

7. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Fakultas diharapkan dengan adanya penelitian ini Pihak Fakultas dapat menambah pengetahuan tentang analisis persentase keuntungan atas tarif dan penjualan tiket pesawat, dan semoga nanti dapat menjadi referensi untuk adik-adik mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton.
2. Bagi pihak perusahaan semoga bisa lebih memaksimalkan penjualan tiket pesawat dan melakukan peningkatan pada bagian pemasaran atau penjualan dalam meningkatkan nilai penjualannya, karena ini sangat berkaitan erat dengan peningkatan nilai keuntungan yang akan diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhi, Pahlevi Amin (2011) *Analisis Pengaruh Tarif Penerbangan, Jumlah Penerbangan Dan Pendapatan Perkapita Dalam Meningkatkan Jumlah Penumpang*
- Arikunto, S (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Garrison Dkk, (2013). *Akuntansi Manajerial*, Edisi 14, Salemba Empat, Jakarta
- Hanafi, Mamdun, M dan Abdul, Halim, (2012) *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta : UPP STIM YKP.
- Hansen dan Mowen (2001). *Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi Ke 13 Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong (2004), *Dasar Dasar Pemasaran* .Edisi Kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan Oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.

- Krismiaji Dan Anni, Aryani (2011). *Akuntansi Manajemen*. Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.YKPN.Yogyakarta.
- Kotler, Philip (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2.Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kasmir (2015). *Analisis laporan keuangan Jakarta* : Liberty
- Keputusan Menteri No. 81 Tahun 2005 Tentang Industri Angkutan Udara.
- Lupiyoadi dan Hamdani, (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Mulyadi, (2001). *Akuntansi Manajemen :Konsep Maanfaat Dan Rekayasa*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Mulyadi, (2001). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Maanfaat Dan Rekayasa*. Edisi Ketiga Yogyakarta.Salemba Empat.
- Mulyadi (2001). *Sistim Akuntansi*. Edisi Tiga .Jakarta : Salemba Empat.
- Patilima, Hamid. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 49 Tahun 2012 Tentang Standar Pelayanan Penumpang.
- Peraturan Menteri No. 14 Tahun 2016 Tentang Peratuan Tarif Batas Bawah.
- Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 1995 TentangAngkutan Udara.
- Putri Wulandari (2012) *Pengaruh Perubahan Pendapatan Penjualan Tiket Pesawat Dan Kapal Pelni Terhadap Perubahan Laba Perusahaan Pada Pt. Pesona Bintan Tours & Travel*.
- Rambat,Lupiyoadi& A, Hamdani (2006) , *Manajamen Pemasaran Jasa*.Edisi Kedua. Jakarta Salemba Empat.
- Raco, J.R (2010). *Metode Penelitian Kualititatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)*. Jakarta: PT.Gramedia WidiaSarana Indonesia
- Salim, H.A. Abbas (2006), *Manajemen Transportasi*.Jakarta:Rajagrafindo.
- Sartono, Agus (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Satrio Pamungkas, Wahyu Hidayat (2012) *Pengaruh Tarif, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink*.
- Supriyono, (2006). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya Dan Penentuan Harga Pokok*, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta:BPFE.

- Swastha, Basu, (2010). *Menajemen Penjualan :Pelaksanaan Penjualan*, BPEF.Yogyakarta.
- Swastha, Basu, (2005). *Menajemen Penjualan*, Yogyakarta Chairul. ELIB, UNIKOM.
- Syamsuddin, Lukman. (2009). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemarso (2002). “*Akuntansi Statu Pengantar*”, Buku 1. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat.
- Surat Keputusan Menteri No. 11 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Angkutan Udara yang Tahun 2005.
- SK Menhub No.KM 8/2002 dan No. KM 9/2002 Tentang Mekanisme Penetapan dan Formulasi Perhitungan Tarif Penumpang Angkutan Udara.
- Theodorus M. Tuanakotta, (2000). *Teori Akuntansi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Uma, Sekaran.(2006). *Research Methods For Busniness (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Edisi empat buku 1. Salemba Empat.