

## **ANALISIS PENJUALAN, LABA BRUTO DAN GROSS PROFIT MARGIN SETELAH KENAIKAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA IDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN**

### **ANALYSIS OF SALES, GROSS PROFIT, AND GROSS PROFIT MARGIN AFTER THE INCREASE OF VALUE-ADDED TAX RATES IN THE FOOD AND BEVERAGES INDUSTRY**

**Muhammad Hidayat<sup>1</sup>, Jasmine Afifah<sup>2</sup>, Ferry Firdaus<sup>3</sup>, Wanda Novita Sari<sup>4</sup>, Ade Isyana Hairunnisah<sup>5</sup>, Ajeng Hanyani Purwaningrum<sup>6</sup>**

<sup>1,3-5</sup>(Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

<sup>2</sup>(Prodi Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Batam, Indonesia)

<sup>6</sup>(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

<sup>1</sup>hidayat@fekon.unrika.ac.id, <sup>2</sup>jasmineafifah0621@gmail.com, <sup>3</sup>ferry@gmail.com,

<sup>4</sup>wanda@gmail.com, <sup>5</sup>ade@yahoo.com,

<sup>6</sup>ajeng@yahoo.com

#### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11% yang berlaku sejak 1 April 2022. Objek penelitiannya adalah Penjualan, Laba Bruto dan Marjin Laba Bruto pada perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022. Sampel penelitian ini adalah 27 perusahaan yang diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah populasi adalah 30 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparatif dalam menganalisis data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 59% perusahaan industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Buursa Efek Indonesia mengalami penurunan penjualan setelah kenaikan PPN, 56% perusahaan terjadi penurunan margin laba kotor namun pada periode yang sama terdapat 8 perusahaan yang berhasil meningkatkan laba brutonya.

**Kata Kunci:** Penjualan; Gross Profit Margin; Laba Kotor; Kenaikan tarif PPN

#### **Abstract**

*This research was conducted to determine the impact of the 11% increase in the Value Added Tax (VAT) rate which will take effect from April 1 2022. The object of the research is Sales, Gross Profit and Gross Profit Margin in food and beverage industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2022. Sample In this study, 27 companies were obtained using purposive sampling techniques, with a total population of 30 companies. This research uses a comparative descriptive method in analyzing data and drawing conclusions. The research results show that 59% of food and beverage industry companies listed on the Indonesian Stock Exchange experienced a decline in sales after the VAT increase, 56% of companies experienced a decrease in gross profit margin, but in the same period there were 8 companies that succeeded in increasing their gross profit.*

*Keywords:* Sales; Gross Profit Margin; Gross profit; Increase in VAT rates

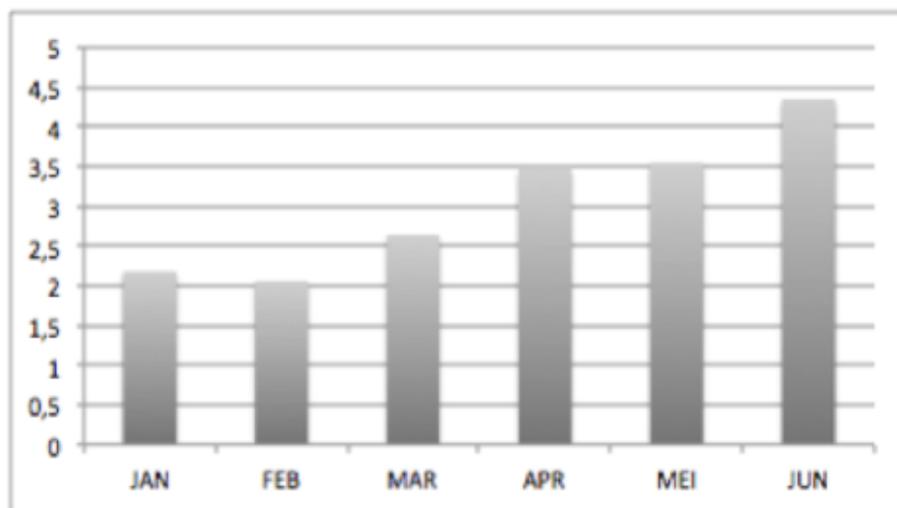
#### **PENDAHULUAN**

Pajak pertambahan nilai (PPN) merupakan salah satu sumber pendapatan utama bagi pemerintah dalam membiayai pembangunan dan operasional pemerintahan terkait dengan pelayanan publik. Sejalan dengan upaya untuk meningkatkan pendapatan pemerintah, maka Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), salah satunya telah menetapkan kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) menjadi 11 persen mulai 1 April 2022. Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai ini ini diperkirakan memiliki dampak bagi bisnis dan ekonomi nasional, terutama bagi perusahaan sub sektor makanan dan

minuman. Kenaikan tariff PPN akan berdampak langsung pada kenaikan harga pokok produksi dan sekaligus bisa berimbas pada penjualan dan gross profit margin perusahaan. Dampak yang ditimbulkan atas kenaikan tariff PPN ini dikhawatirkan beberapa pihak dengan beberapa alasan bahwa kondisi saat dikeluarkannya peraturan tersebut berbarengan dengan terjadinya perang Rusia dan Ukraina yang memicu tingginya inflasi dan terjadinya resesi ekonomi diberbagai belahan dunia yang dikhawatirkan akan dapat merambat ke Indonesia.

Berdasarkan data Biro Pusat Statistik dapat diketahui data inflasi di Indonesia sebagai berikut:

Gambar. 1 Grafik Series Year on Year inflasi tahun 2022



Sumber: BPS tahun 2022

Data inflasi tahun 2022 mengindikasikan bahwa adanya kenaikan harga-harga yang tentu saja bukan hanya akibat kenaikan PPN namun banyak faktor penyebabnya seperti misalnya kenaikan harga avtur dan lain-lain. Pajak Pertambahan Nilai adalah pungutan yang dibebankan atas transaksi jual-beli barang dan jasa yang dilakukan oleh wajib pajak pribadi atau wajib pajak badan yang telah menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Dalam hal ini yang berkewajiban memungut, menyetor dan melaporkan PPN adalah para Pedagang/Penjual. Namun, pihak yang berkewajiban membayar PPN adalah konsumen akhir. Dalam konteks ini maka yang menanggung beban pajak pertambahan nilai ini adalah pihak konsumen sebagai pengguna akhir dari produk. Namun demikian dari sisi perusahaan bisa jadi berdampak terhadap penurunan penjualan sebagai akibat dari berkurangnya daya beli masyarakat akibat naiknya harga-harga. Sebelum ditetapkan kebijakan kenaikan tarif PPN ini tentu saja pemerintah telah terlebih dahulu melakukan kajian terhadap implikasi yang mungkin timbul atas kebijakan tersebut, terutama terhadap perekonomian secara keseluruhan.

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan *Food & Beverages* (Makanan dan Minuman) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana sebagian produk-produk dalam industri ini merupakan kebutuhan dasar bagi masyarakat. Dalam penelitian ini kita juga akan melihat perilaku dari masyarakat terhadap konsumsi produk makanan dan minuman, apakah mengurangi pembeliannya atau tidak. Dalam pasar persaingan sempurna tentu saja kondisi ini sangat dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah kebijakan dan strategi perusahaan dalam menyikapi kondisi baru tersebut.

Sebagaimana tujuan utama perusahaan yang berorientasi bisnis didirikan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dan agar dapat bertahan selama mungkin. Perusahaan yang konsisten menghasilkan keuntungan dan membagikan keuntungan kepada pemegang saham akan diminati para investor dan sekaligus akan meningkatkan nilai perusahaan dimata para investor. Mempertimbangkan hal ini maka management perusahaan akan berusaha untuk mengambil keputusan sengan strategi yang tepat sehingga penjualan dan keuntungan perusahaan dapat terus bertumbuh atau paling tidak dapat bertahan dalam situasi yang sulit. Dalam kegiatan operasionalnya perusahaan Food and Beverages merupakan suatu jenis perusahaan yang dalam kegiatan usahanya mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Dalam hal ini perusahaan food & beverages sangat tergantung pada ketersediaan dan harga bahan baku. Sehingga pengendalian biaya bahan baku merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga kegiatan operasionalnya. Sebagaimana pembahasan diatas maka rumusan masalah dalam penelaitan ini adalah untuk mengetahui bagaimana penjualan, gross profit margian dan laba bruto setelah kenaikan tariff Pajak Pertambahan Nilai pada perusahaan food & beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022

## **METODOLOGI**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif untuk mengetahui bagaimana dampak kenaikan tariff PPN terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan data skunder dimana data diambil dari laporan keuangan perusahaan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia pada ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Populasi dalam penelitian ini adalah 30 perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman. Dengan menggunakan teknik purposive sampling maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 27 sampel perusahaan

Data yang digunakan adalah laporan keuangan kwartal 1 tahun 2022 (sebelum kenaikan tariff PPN) dan data laporan keuangan kwartal 2 tahun 2022 (sesudah kenaikan tariff PPN). Periode tiga bulan sebelum dan sesudah terjadinya kenaikan tariff PPN dinilai sudah cukup untuk melihan dampak yang terjadi. Analisis data cukup dilakukan dengan menggunakan analisis deskripsi komparasi yaitu dengan menggunakan bantuan tabel perbandingan untuk membantu menarik kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penjualan**

Analisis penjualan dilakukan dengan cara membandingkan penjualan sebelum kenaikan tarif PPN yaitu periode kwartal satu tahun 2022 dengan periode setelah kenaikan trif PPN yaitu penjualan periode kwartal dua. Kenaikan penjualan bisa disebabkan oleh beberapa hal yaitu akibat dari kenaikan harga atau akibat dari meningkatnya jumlah unit produk yang terjual. Adapun tabel untuk analisis dampak kenaikan tarif PPN dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Mengalami penurunan Penjualan

NO	KODE	PERIODE		PENURUNAN Q1 THD Q2
		JAN-MAR (Q1)	APR-JUN (Q2)	
1	SKBM	1.129.036	928.697	-18%
2	PSDN	206.810	177.825	-14%
3	GOOD	2.777.287	2.404.273	-13%
4	HOKI	232.349	201.738	-13%
5	PCAR	70.791	61.491	-13%
6	BUDI	849.988	748.008	-12%
7	MYOR	7.585.925	6.789.519	-10%
8	ICBP	17.188.508	15.404.784	-10%
9	STTP	1.182.360	1.060.053	-10%
10	AISA	448.910	413.873	-8%
11	INDF	27.446.583	25.340.746	-8%
12	DLTA	198.820	185.702	-7%
13	PANI	90.125	84.252	-7%
14	MLBI	673.899	652.724	-3%
15	ROTI	908.902	882.901	-3%
16	KEJU	292.094	286.991	-2%
JUMLAH		61.282.387	55.623.577	

Dari sejumlah 27 perusahaan yang menjadi sampel terdapat 16 perusahaan atau 59% yang mengalami penurunan penjualan setelah kenaikan tariff pajak pertambahan nilai. Dari data ini dapat kita lihat bahwa sebagian besar perusahaan mengalami penurunan penjualan setelah berlakunya kenaikan tariff pajak pertambahan nilai mulai 1 April 2022. Penurunan penjualan sangat bervariasi dimana yang paling tinggi adalah 18% dan yang paling rendah adalah 2%. Meskipun demikian penurunan tersebut tidak dapat disimpulkan bahwa penurunan penjualan semata-mata disebabkan oleh kenaikan tariff PPN, dikarenakan banyak variabel yang mempengaruhinya yang karena keterbatasan waktu dan biaya tidak termasuk variabel yang diteliti.

Table 2. daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, yang Mengalami peningkatan Penjualan.

NO	KODE	PERIODE		KENAIKAN Q1 THD Q2
		JAN-MAR (Q1)	APR-JUN (Q2)	
1	ULTJ	1.836.873	1.854.035	1%
2	DMND	2014143	2.036.758	1%
3	SKLT	361.356	367.671	2%
4	FOOD	21.731.744	22.413.432	3%
5	ADES	294.249	309.029	5%
6	TBLA	3.851.252	4.152.184	8%
7	CEKA	1.720.929	1.921.495	12%
8	CLEO	307676	347.384	13%
9	ALTO	95.170	109.229	15%
10	CAMP	258.623	306.968	19%
11	IKAN	23.524	31.632	34%
JUMLAH		32.495.539	33.849.817	

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas dapat kita lihat bahwa ada sejumlah 11 perusahaan yang mengalami kenaikan penjualan dari total 27 perusahaan yang menjadi sampel penelitian, artinya ada 41% perusahaan pada perusahaan sub industri makanan dan minuman yang mengalami kenaikan penjualan. Pada pasar persaingan sempurna tentu sangat banyak variabel yang dapat mempengaruhi hal seperti ini bisa terjadi. Konsumen dapat dengan mudah memutuskan berpindah dari satu produk ke produk lain yang merupakan substitusi jika dianggap kualitasnya sama atau mendekati dengan harga yang lebih murah. Tentu saja faktor strategi juga menentukan dalam hal ini yang termasuk bagaimana perusahaan mempromosikan produknya.

Table 3. Daftar Perbandingan Penjualan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman

NO	KODE	PERIODE		PENURUNAN KENAIKAN
		JAN-MAR (Q1)	APR-JUN (Q2)	
1	SKBM	1.129.036	928.697	-18%
2	PSDN	206.810	177.825	-14%
3	GOOD	2.777.287	2.404.273	-13%
4	HOKI	232.349	201.738	-13%
5	PCAR	70.791	61.491	-13%
6	BUDI	849.988	748.008	-12%
7	MYOR	7.585.925	6.789.519	-10%
8	ICBP	17.188.508	15.404.784	-10%
9	STTP	1.182.360	1.060.053	-10%
10	AISA	448.910	413.873	-8%
11	INDF	27.446.583	25.340.746	-8%
12	DLTA	198.820	185.702	-7%
13	PANI	90.125	84.252	-7%
14	MLBI	673.899	652.724	-3%
15	ROTI	908.902	882.901	-3%
16	KEJU	292.094	286.991	-2%
17	ULTJ	1.836.873	1.854.035	1%
18	DMND	2014143	2.036.758	1%
19	SKLT	361.356	367.671	2%
20	FOOD	21.731.744	22.413.432	3%
21	ADES	294.249	309.029	5%
22	TBLA	3.851.252	4.152.184	8%
23	CEKA	1.720.929	1.921.495	12%
24	CLEO	307676	347.384	13%
25	ALTO	95.170	109.229	15%
26	CAMP	258.623	306.968	19%
27	IKAN	23.524	31.632	34%
<b>TOTAL</b>		<b>93.777.926</b>	<b>89.473.394</b>	<b>-5%</b>

Jika dilihat dari data keseluruhan sampel sebagaimana pada table 3, menunjukkan bahwa ada penurunan penjualan secara total sejumlah 5%, hal ini jika dibandingkan jumlah total penjualan triwulan 2 dibandingkan dengan jumlah total penjualan triwulan 1 tahun 2022.

### Laba Bruto

Laba bruto adalah laba yang didapatkan setelah harga pokok penjualan, atau laba sebelum dikurangkan dengan biaya-biaya tidak langsung. Laba bruto dalam penelitian ini diambil dari data laporan keuangan kwartal satu dan kwartal dua tahun 2022, yaitu penjualan dikurangi jumlah

harga pokok penjualan. Kenaikan terhadap harga pokok penjualan bisa disebabkan oleh, antara lain akibat kenaikan harga bahan baku, jika tidak dilakukan penyesuaian terhadap harga penjualan tentu saja akan bisa menyebabkan berkurangnya laba yang akan didapatkan perusahaan.

Table 4. Daftar Perusahaan yang Mengalami Penurunan Laba Bruto, Pada Sub Sektor Makanan dan Minuman.

NO	NAMA	LABA BRUTO		PERUBAHAN NAIK (TURUN)
		Q1	Q2	
1	INDF	9.040.855	7.262.642	-1.778.213
2	ICBP	5.876.171	4.525.880	-1.350.291
3	MYOR	1.652.188	1.330.869	-321.319
4	GOOD	686.915	569.007	-117.908
5	STTP	258.131	172.758	-85.373
6	SKBM	202.633	148.140	-54.493
7	BUDI	113.052	80.248	-32.804
8	ROTI	473.650	446.412	-27.238
9	CEKA	166.981	143.400	-23.581
10	TBLA	883.229	869.094	-14.135
11	DLTA	140.840	129.657	-11.183
12	FOOD	7.604	2.368	-5.236
13	MLBI	399.040	393.896	-5.144
14	HOKI	30.072	28.617	-1.455
15	PSDN	24.017	23.864	-153
16	PCAR	8.225	8.220	-5
JUMLAH		19.963.603	16.135.072	-3.828.531

Berdasarkan data pada tabel 4 diatas dapat kita lihat bahwa ada sejumlah 16 perusahaan yang mengalami penurunan laba bruto dari total 27 perusahaan yang menjadi sampel penelitian, artinya ada 59% perusahaan pada perusahaan sub industri makanan dan minuman yang mengalami penurunan laba bruto. Penurunan ini bisa disebabkan dua hal, yaitu terjandinya penurunan penjualan atau bisa juga disebabkan oleh beban harga pokok yang mangalami peningkatan, dan tentu saja bisa juga penyebabnya kedua faktor tersebut secara bersamaan.

Table 5. Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, yang Mengalami Kenaikan Laba Bruto

NO	NAMA	LABA BRUTO		PERUBAHAN NAIK (TURUN)
		Q1	Q2	
1	PANI	4.188	4.784	596
2	IKAN	4.128	4.940	812
3	ALTO	10.883	13.652	2.769
4	KEJU	88.434	91.614	3.180
5	ADES	149.968	155.246	5.278
6	SKLT	93.209	98.768	5.559
7	AISA	109.262	122.204	12.942
8	CAMP	149.914	167.375	17.461
9	CLEO	121494	141.153	19.659
10	ULTJ	615.441	657.757	42.316
11	DMND	411528	456.349	44.821
JUMLAH		1.758.449	1.913.842	155.393

Mengacu kepada data pada tabel 5 diatas dapat kita lihat bahwa ada sejumlah 11 perusahaan yang mengalami peningkatan laba bruto dari total 27 perusahaan yang menjadi sampel penelitian, artinya ada 41% perusahaan pada perusahaan sub industri makanan dan minuman yang mengalami peningkatan laba bruto. Peningkatan ini bisa disebabkan dua hal, yaitu terjadinya kenaikan penjualan atau bisa juga disebabkan oleh beban harga pokok yang mangalami penurunan dan tentu saja bisa juga penyebabnya kedua faktor tersebut secara bersama-sama.

Beberapa strategi yang sering diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi inflasi dan kenaikan harga-harga antara lain adalah tetap berusaha mempertahankan keuntungannya dengan mempertahankan harga jual namun mengurangi volume produk dalam kemasan produknya sehingga konsumen tidak terlalu merasakan adanya kenaikan harga.

Table 6. Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, Perbandingan Laba Bruto

NO	NAMA	LABA BRUTO		PERUBAHAN NAIK (TURUN)
		Q1	Q2	
1	INDF	9.040.855	7.262.642	-1.778.213
2	ICBP	5.876.171	4.525.880	-1.350.291
3	MYOR	1.652.188	1.330.869	-321.319
4	GOOD	686.915	569.007	-117.908
5	STTP	258.131	172.758	-85.373
6	SKBM	202.633	148.140	-54.493
7	BUDI	113.052	80.248	-32.804
8	ROTI	473.650	446.412	-27.238
9	CEKA	166.981	143.400	-23.581
10	TBLA	883.229	869.094	-14.135
11	DLTA	140.840	129.657	-11.183
12	FOOD	7.604	2.368	-5.236
13	MLBI	399.040	393.896	-5.144
14	HOKI	30.072	28.617	-1.455
15	PSDN	24.017	23.864	-153
16	PCAR	8.225	8.220	-5
17	PANI	4.188	4.784	596
18	IKAN	4.128	4.940	812
19	ALTO	10.883	13.652	2.769
20	KEJU	88.434	91.614	3.180
21	ADES	149.968	155.246	5.278
22	SKLT	93.209	98.768	5.559
23	AISA	109.262	122.204	12.942
24	CAMP	149.914	167.375	17.461
25	CLEO	121.494	141.153	19.659
26	ULTJ	615.441	657.757	42.316
27	DMND	411.528	456.349	44.821
JUMLAH		21.722.052	18.048.914	-3.673.138

Jika kita perhatikan dari data secara keseluruhan sebagaimana pada table 5 diatas bahwa meskipun ada sejumlah perusahaan yang mengalami penurunan laba bruto dan sejumlah lainnya mengalami kenaikan laba bruto, namun secara total terdapat penurunan laba bruto sebesar Rp. 3,6 Triliun atau sekitar 17% perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI Tahun 2022. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa secara agregat laba bruto telah mengalami penurunan pada perusahaan food and beverages pada kuartal ke-dua tahun 2022 atau periode tiga bulan setelah kenaikan tariff PPN diterapkan.

### Gross Profit Margin

*Gross Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bruto dibandingkan dengan penjualan, yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sebelum dikurangi biaya-biaya tidak langsung lainnya. Adapun analisis perbandingan gross profit margin ini dilakukan untuk mengetahui apakah telah terjadi kenaikan atau penurunan *gross profit margin* sebelum dan sesudah terjadinya kenaikan tarif PPN. Dari kenaikan dan penurunan gross profit margin ini setidaknya dapat dianalisa atau diperkirakan kebijakan seperti apa yang telah dilakukan perusahaan dalam menghadapi situasi yang terjadi.

Table 7. Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, dengan *Gross Profit Margin* yang menurun.

NO	NAMA	GROSS MARGIN		PERUBAHAN %
		Q1	Q2	
1	FOOD	35%	11%	-24%
2	STTP	22%	16%	-6%
3	ICBP	34%	29%	-5%
4	INDF	33%	29%	-4%
5	CAMP	58%	55%	-3%
6	BUDI	13%	11%	-3%
7	CEKA	10%	7%	-2%
8	MYOR	22%	20%	-2%
9	TBLA	23%	21%	-2%
10	SKBM	18%	16%	-2%
11	IKAN	18%	16%	-2%
12	ROTI	52%	51%	-2%
13	GOOD	25%	24%	-1%
14	DLTA	71%	70%	-1%
15	ADES	51%	50%	-1%

Sebagaimana data pada Tabel 7 menunjukkan bahwa ada 15 perusahaan dari total 27 perusahaan atau 55% dari jumlah sampel perusahaan food & beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022 mengalami penurunan rasio *gross profit margin*. Dari kondisi ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perusahaan tidak mengambil resiko untuk menaikkan harga jual produk sesuai kenaikan harga pokok penjualan pada tiga bulan pertama setelah kenaikan tarif PPN. Kebijakan ini mungkin untuk mempertahankan tingkat penjualan agar pelanggan tidak berpindah.

Tabel 8. Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, dengan *Gross Profit Margin* yang meningkat.

NO	NAMA	GROSS MARGIN		PERUBAHAN %
		Q1	Q2	
1	PANI	5%	6%	1%
2	ALTO	11%	12%	1%
3	SKLT	26%	27%	1%
4	MLBI	59%	60%	1%
5	CLEO	39%	41%	1%
6	HOKI	13%	14%	1%
7	KEJU	30%	32%	2%
8	PCAR	12%	13%	2%
9	PSDN	12%	13%	2%
10	ULTJ	34%	35%	2%
11	DMND	20%	22%	2%
12	AISA	24%	30%	5%

Sebagaimana Tabel 8 ada 12 perusahaan dari total 27 yang menjadi sampel atau 45% dari total perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia yang mengalami kenaikan gross profit margin. Kenaikan *gross profit margin* pada sejumlah perusahaan tersebut cukup menarik untuk diteliti lebih jauh, apakah kenaikan gross profit margin ini akan meningkatkan laba atau malah menurunkan laba akibat menurunnya penjualan. Kenaikan *gross profit margin* ini bisa disebabkan oleh beberapa kemungkinan strategi yang berbeda yang diterapkan oleh perusahaan.

Table 9. Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, dengan Gross Profit Margin Mengalami Penurunan

NO	KODE	KENAIKAN (PENURUNAN)		
		GPM	PENJUALAN	LABA BRUTO
1	FOOD	-24%	3%	-5.234
2	STTP	-6%	-10%	-85.373
3	ICBP	-5%	-10%	-1.350.291
4	INDF	-4%	-8%	-1.778.213
5	CAMP	-3%	19%	17.461
6	BUDI	-3%	-12%	-32.804
7	IKAN	-2%	34%	812
8	TBLA	-2%	8%	-14.135
9	CEKA	-2%	12%	-23.581
10	ROTI	-2%	-3%	-27.238
11	SKBM	-2%	-18%	-54.493
12	MYOR	-2%	-10%	-321.319
13	ADES	-1%	5%	5.278
14	DLTA	-1%	-7%	-11.183
15	GOOD	-1%	-13%	-117.908

Table 9 menarik untuk kita lakukan analisis, ternyata tidak semua perusahaan di sektor industri makanan dan minuman ketika menurunkan *gross profit margin*-nya akan meningkatkan penjualan dan *gross profit margin*. Dari total 16 perusahaan yang *gross profit margin*-nya menurun hanya ada 6 perusahaan atau sekitar 37,5% yang mengalami kenaikan penjualan. Dari total 6 perusahaan yang mengalami kenaikan penjualan tersebut hanya 3 perusahaan yang meningkat laba brutonya. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa ada 9 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang meskipun sudah menurunkan *gross profit margin*-nya akan tetapi masih mengalami penurunan penjualan. Dan yang cukup menarik adalah PT. Sentra Food Indonesia menurunkan *gross profit margin* sampai dengan 24% namun hanya dapat mendongkrak penjualan 3% sehingga laba bruto mengalami penurunan dibanding periode sebelum kenaikan PPN.

Table 10. Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, dengan kenaikan *Gross Profit Margin*.

NO	KODE	KENAIKAN (PENURUNAN)		
		GPM	PENJUALAN	LABA BRUTO
1	AISA	5%	-8%	12.942
2	DMND	2%	1%	44.821
3	ULTJ	2%	1%	42.316
4	KEJU	2%	-2%	3.180
5	PCAR	2%	-13%	-5
6	PSDN	2%	-14%	-153
7	HOKI	1%	-13%	-1.455
8	MLBI	1%	-3%	-5.144
9	CLEO	1%	13%	19.659
10	SKLT	1%	2%	5.559
11	ALTO	1%	15%	2.769
12	PANI	1%	-7%	596

Dari total 27 perusahaan ada 12 atau 12% dari total perusahaan pada industri sub makanan dan minuman yang kemungkinan besarnya melakukan kebijakan menaikkan harga produk, hal ini terlihat dari *gross profit margin*-nya mengalami kenaikan. Dari table 10 diatas dapat juga kita lihat bahwa 5 perusahaan yang *gross profit margin*-nya meningkat, penjualannya meningkat dan laba kotornya juga meningkat. Dan ada 3 perusahaan yang *gross profit margin*-nya meningkat, penjualannya menurun akan tetapi laba bruto mengalami peningkatan.

### KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari total 27 perusahaan sektor industri makanan dan minuman di BEI ada 16 perusahaan atau 59% yang mengalami penurunan Penjualan setelah kenaikan tariff PPN.
2. Ada 44% perusahaan sektor industri makanan dan minuman di BEI yang menaikkan *gross profit margin*-nya sedangkan 56% mengalami penurunan *gross profit margin* setelah kenaikan tariff PPN,
3. Dari 56% atau sejumlah 15 perusahaan yang mengurangi *gross profit margin*-nya setelah kenaikan tariff PPN hanya ada 40% atau sejumlah 6 perusahaan yang berhasil meningkatkan penjualannya dan dari 6 perusahaan tersebut hanya ada 3 perusahaan yang menaikkan laba bruto. Namun dari total 44% atau sejumlah 12 perusahaan yang menaikkan *gross profit margin* terdapat terdapat 5 perusahaan yang berhasil menaikkan penjualannya namun ada 8 perusahaan yang berhasil meningkatkan laba brutonya.

Ketika perusahaan tidak menaikkan harga penjualannya menyesuaikan dengan harga pokok penjualan yang meningkat yang diindikasikan dengan penurunan *gross profit margin*, dapat dilihat



tidak dapat memastikan akan dapat mempertahankan ataupun meningkatkan penjualan, hal ini karena banyak variabel yang menentukan.

## REFERENSI

- Adlan Zulmi (2015). “ Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Aktivitas dalam meningkatkan kinerja keuangan pada PT. Sarana Agro Nusantara Medan”. Jurnal akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Agasi D. dan Rahmi Z. 2022, Urgensi Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Berdasarkan Asas Kepentingan Nasional. E-Jurnal Perspektif Hukum Universitas Singaperbangsa, <https://perspektif-hukum.hangtuah.ac.id/index.php/jurnal/article/view/131>. Diunduh 8 Januari 2022.
- BBC News Indonesia. 2022. PPN naik jadi 11%: Kenaikan hanya 1%, tapi 'berisiko tinggi' dan 'masyarakat sudah dalam situasi teriak' <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-60933571>. Diunduh 8 Januari 2022.
- Heriani, F.N. 2022, Dampak Kenaikan PPN ke Masyarakat Dinilai Terbatas, <https://www.hukumonline.com/berita/a/dampak-kenaikan-ppn-ke-masyarakat-dinilai-terbatas-lt624ab7e6750a7/> diunduh pada 15 Januari 2022
- Handayani, L. 2022. Pajakku.com, Kenaikan Tarif PPN Menjadi 11%, Ini Dampaknya Bagi UMKM yang Telah Dikukuhkan Sebagai PKP. <https://www.pajakku.com/read/633d0762b577d80e80b33e2e/> Diunduh 7 Januari 2022.
- Kurniati, D. 2022. Dampak Kenaikan Tarif PPN Jadi 11%, Kemenkeu: Sesuai dengan Perkiraan": <https://news.ddtc.co.id/dampak-kenaikan-tarif-ppn-jadi-11-kemenkeu-sesuai-dengan-perkiraan-44582>. Diunduh tanggal 18 Januari 2022.
- Liauw, J. S. 2013. Analisis Pengaruh Tingkat Inflasi, Tingkat Suku Bunga SBI dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia.
- Lutfia, N. D. 2022. Pengaruh Kenaikan PPN Bagi Masyarakat Indonesia Ditinjau Dari Tiga Sudut Pandang Serta Dampak Perubahan NIK Menjadi NPWP. 2022. [pengaruh-kenaikan-ppn-bagi-masyarakat-indonesia-ditinjau-dari-tiga-sudut-pandang-serta-dampak-perubahan-nik-menjadi-npwp/](https://www.pengaruh-kenaikan-ppn-bagi-masyarakat-indonesia-ditinjau-dari-tiga-sudut-pandang-serta-dampak-perubahan-nik-menjadi-npwp/) Diunduh 8 Januari 2022.
- Maulana Ramadan, 2022, Tarif PPN Naik 11 Persen, Apa Saja Dampaknya? Kompas.com - 02/04/2022, <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/04/02/084500781/tarif-ppn-naik-11-persen-apa-saja-dampaknya-?page=all>. Di unduh pada tanggal 7 Januari 2022.



- Novialita, W. and Ferdiansyah R. 2019. "Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2018)." *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 1-28.
- Nurhidayah, H. 2021. Dampak Kenaikan PPN pada Masyarakat dan Pengusaha, <https://www.pajak.com/komunitas/opini-pajak/dampak-kenaikan-ppn-pada-masyarakat-dan-pengusaha/> Diunduh pada 7 Januari 2022.
- Siswanto, D. 2022. Kenaikan Tarif PPN 11% Dorong Penerimaan Pajak, Tapi Menyumbang Inflasi. <https://nasional.kontan.co.id/news/ekonom-kenaikan-tarif-ppn-11-dorong-penerimaan-pajak-tapi-menyumbang-inflasi>. Diunduh 7 Januari 2022.
- Subramanyam, K. R., & Wild, J. J. (2013). *Analisis Laporan Keuangan* (10th ed., Jld. I). Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Putri Gerhana Veni, Agus Subandoro, 2022, Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% Terhadap Penjualan Pada PT.X, E-journal akuntansi STIE Mahardhika Surabaya. <https://google.com/search?q=Vol.+3%2C+No.+1%2C+Agustus+2022+p-ISSN%3A+2723-6498+e-ISSN%3A+2723-6501+DOI+Issue+%3A>.
- Purdiansyah, Andi, and Nurasik Nurasik. 2018. "Pengaruh Biaya Operasional Dan Beban Pajak Terhadap Kemampuan Laba Bersih Dengan Persediaan Sebagai Variabel Moderasi Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016." *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 1(2): 1-12. <https://doi.org/10.21070/ijler.v1i2.3106>.<sup>[1]</sup><sub>[SEP]</sub>
- Wahyuni, Sri. 2019. Pengaruh Penjualan, Beban Operasional, Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Bahan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Universitas Pembangunan Pasca Budi Medan. <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/3322>.