



**ANALISIS TINGKAT PERBEDAAN PENJUALAN *PREMIUM* DAN
PERTAMAX SEBELUM DAN SESUDAH ADANYA *PERTALITE*
PADA PT. PERTAMINA RETAIL SPBU COCO YOS
SUDARSO 11.201.101 MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

KRISTIANA GEA

1615100435

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : KRISTIANA GEA
NPM : 1615100435
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS TINGKAT PERBEDAAN PENJUALAN *PREMIUM*
DAN *PERTAMAX* SEBELUM DAN SESUDAH ADANYA
PERTALITE PADA PT. PERTAMINA RETAIL SPBU COCO
YOS SUDARSO 11.201.101 MEDAN

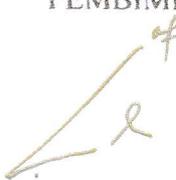
MEDAN, JULI 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(Dr. OKTARINI KHAMILAH SIREGAR, S.E., M.Si)

DEKAN

(Dr. ONNY MEDALINE, S.H., M.Kn)

PEMBIMBING I

(AULIA, SE. M.M)

PEMBIMBING II

(RUSYDA NAZHIRAH YUNUS, SS. M.Si)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : KRISTIANA GEA
NPM : 1615100435
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS TINGKAT PERBEDAAN PENJUALAN *PREMIUM*
DAN *PERTAMAX* SEBELUM DAN SESUDAH ADANYA
PERTALITE PADA PT. PERTAMINA RETAIL SPBU COCO
YOS SUDARSO 11.201.101 MEDAN

MEDAN, JULI 2021

KETUA

(Dr. OKTARINI KHAMILAH SIREGAR, S.E., M.Si)

ANGGOTA - I

(AULIA, SE. M.M)

ANGGOTA - II

(RUSYDA NAZHIRAH YUNUS, SS. M.Si)

ANGGOTA - III

(WAN FACHRUDDIN, SE, M.Si Ak., AC)

ANGGOTA-IV

(Drs NADJIB, Ak., MM)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : KRISTIANA GEA
NPM : 1615100435
Fakultas/program studi : SOSIAL SAINS / AKUNTANSI
Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT PERBEDAAN PENJUALAN *PREMIUM*
DAN *PERTAMAX*, SEBELUM DAN SESUDAH ADANYA
PERTALITE PADA PT. PERTAMINA RETAIL SPBU COCO
YOS SUDARSO 11.201.101 MEDAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Juli 2021



(Kristiana Gea)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kristiana Gea
Tempat/Tanggal lahir : Dima, 24 Desember 1996
NPM : 1615100435
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Akuntansi
Alamat : Jln. Pantai Timur Gg Rukun, Kelurahan Cinta Damai Medan
Helvetia

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Juli 2021

Yang membuat pernyataan



(Kristiana Gea)

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : KRISTIANA GEA
N. P. M : 1615100435
Tempat/Tgl. Lahir : DIMA / 1996-12-24
Alamat : Jln. Pantai Timur gg Rukun Kec. Medan Helvetia
No. HP : 081362387614
Nama Orang Tua : AMANTIUS GEA/MULIATI
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Akuntansi
Judul : Analisis Tingkat Perbedaan Penjualan Premium dan Pertamina Sebelum dan Sesudah Adanya Peralite pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.

Medan, 24 Mei 2021
Membuat Pernyataan



3796CAJX194031487
KRISTIANA GEA
1615100435

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir Skripsi Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Ritonga, BA., MSc

No. Dokumen	PMU-UNIA-06-02	Revisi	00	Tgl Eff	23 Jan 2019
-------------	----------------	--------	----	---------	-------------



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 4118/PERP/BP/2021

Kepala Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan
as nama saudara/i:

Nama : KRISTIANA GEA
N.P.M. : 1615100435
Tingkat/Semester : Akhir
Fakultas : SOSIAL SAINS
Jurusan/Prodi : Akuntansi

sejak tanggal 04 Mei 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku sekaligus
tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 04 Mei 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan,

Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 24 Mei 2021
Kepada Yth : Bapak/Ibu
Fakultas SOSIAL SAINS
UNPAB Medan
Di -
Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KRISTIANA GEA
Tempat/Tgl. Lahir : DIMA / 1996-12-24
Nama Orang Tua : AMANTIUS GEA
N. P. M : 1615100435
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Akuntansi
No. HP : 081362387614
Alamat : Jln. Pantai Timur gg Rukun Kec. Medan Helvetia

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Analisis Tingkat Perbedaan Premium dan Pertamina Sebelum dan Sesudah Adanya Peralihan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201. Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercapai keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah c sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk dan warna penjiplakan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandai pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbl

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
Total Biaya	: Rp.	2,100,000

Ukuran Toga :

S

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM.
Dekan Fakultas SOSIAL SAINS

Hormat saya



KRISTIANA GEA
1615100435



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : KRISTIANA GEA
NPM : 1615100435
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Aulia, SE., MM
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Perbedaan Penjualan Premium dan Pertamina Sebelum dan Sesudah Adanya Peralite pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
16 November 2020	acc sempro	Disetujui	
26 Maret 2021	ACC sidang	Revisi	
26 Maret 2021	ACC sidang	Disetujui	
22 Februari 2022	Acc jilid	Disetujui	

Medan, 22 Februari 2022
Dosen Pembimbing,



Aulia, SE., MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : KRISTIANA GEA
NPM : 1615100435
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Rusyda Nazhirah Yunus, SS., M.SI
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Perbedaan Penjualan Premium dan Pertamina Sebelum dan Sesudah Adanya Peralihan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
02 November 2020	Acc proposal	Disetujui	
12 Maret 2021	Acc sidang skripsi	Disetujui	
26 Maret 2021	Acc meja hijau	Disetujui	
21 Februari 2022	Acc jilid	Disetujui	

Medan, 22 Februari 2022
Dosen Pembimbing,



Rusyda Nazhirah Yunus, SS., M.SI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fakultas Ekonomi UNPAB, Jl. Jend. Gatot Subroto Km, 4,5 Medan Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : KRISTIANA GEA
 Tempat/Tgl. Lahir : Dima / 24 Desember 1996
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615100435
 Program Studi : Akuntansi
 Konsentrasi : Akuntansi Sektor Bisnis
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 148 SKS, IPK 3.54
 Nomor Hp : 081362387614
 Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Analisis Tingkat Perbedaan Penjualan Premium dan Pertamina Sebelum dan Sesudah Adanya Peralihan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Catatan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

*Coret Yang Tidak Perlu


 Rektor I,
 (Cahyo Pramono, S.E., M.M.)

Medan, 22 Februari 2022

Pemohon,

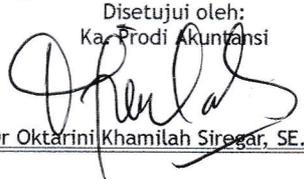
(Kristiana Gea)

Tanggal :
 Disahkan oleh :
 Dekan

 (Dr. Onny Medatine, SH., M.Kn)

Tanggal :
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :

 (Aulia, SE., MM)

Tanggal :
 Disetujui oleh:
 Ka. Prodi Akuntansi

 (Dr. Oktarini Khamilah Siregar, SE., M.Si)

Tanggal :
 Disetujui oleh:
 Dosen Pembimbing II:

 (Rasyda Nazhirah Yunus, SS., M.SI)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan produk Premium 88 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.115.806.800 dan menurun pada tahun 2016 sebesar Rp.106.616.400 sampai pada tahun 2019 sebesar 101.686.800. Pendapatan produk Pertamax 92 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.556.415.100 dan meningkat pada tahun 2016 sebesar Rp.564.924.950. Akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar Rp.178.995.350 dan meningkat lagi pada tahun 2018 sebesar Rp.581.701.600. Akan tetapi terjadi lagi penurunan pada tahun 2019 sebesar Rp.457.335.200. Pendapatan produk Pertalite 90 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.698.387.00 dan menurun pada tahun 2017 sebesar Rp.224.110.500. Akan tetapi terjadi peningkatan pada tahun 2018 sebesar Rp.742.200.600 dan menurun lagi pada tahun 2019 sebesar Rp.738.454.200. Total pendapatan Produk Premium 88 Oktan, Pertamax 92 Oktan dan Pertalite 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.1.369.928.350 dan terjadi penurunan tahun 2017 sebesar Rp.508.528.950. Pada tahun pada 2018 terjadi peningkatan sebesar Rp.1.426.128.200 sampai pada tahun 2019 sebesar Rp.1.297.467.200. Hasil ini juga menunjukkan tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* terus meningkat, dengan sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019.

Kata Kunci : Penjualan *Premium* dan *Pertamax* Sebelum dan Sesudah Adanya *Pertalite*

ABSTRACT

This study aims to determine how the level of difference in sales of premium and pertamax before and after the existence of pentalite at PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11,201,101 Medan for the period 2015 to 2019. The method of analysis used in this research is descriptive method. The results of this study indicate that the product income of Premium 88 Oktan at PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11,201,101 Medan in 2015 amounting to Rp. 115,806,800 and decreased in 2016 amounting to Rp. 106,616,400 until 2019 amounting to 101,686,800. Pertamax 92 Oktan product revenue at PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11,201,101 Medan in 2015 amounting to Rp.556,415,100 and increased in 2016 amounting to Rp.564,924,950. However, there was a decrease in 2017 amounting to Rp. 178,995,350 and increased again in 2018 amounting to Rp. 581,701,600. However, there was another decline in 2019 amounting to Rp.457,335,200. Product revenue for Pentalite 90 Oktan at PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11,201,101 Medan in 2016 amounted to Rp.698,387.00 and decreased in 2017 amounting to Rp.224,110,500. However, there was an increase in 2018 of Rp.742,200,600 and decreased again in 2019 amounting to Rp.738,454,200. Total income of Premium Products 88 Octane, Pertamax 92 Octane and Pentalite 90 Octane at PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11,201,101 Medan in 2016 amounted to Rp. 1,369,928,350 and there was a decrease in 2017 of Rp. 508,528,950. In 2018 there was an increase of Rp. 1,426,128,200 until 2019 amounting to Rp. 1,297,467,200. These results also indicate the level of differences in sales of premium and pertamax continue to increase, with before and after pentalite at PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11,201,101 Medan for the period 2015 to 2019.

Keywords : *Premium and Pertamax sales before and after Pentalite*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “**Analisis Tingkat Perbedaan Penjualan *Premium* Dan *Pertamax* Sebelum Dan Sesudah Adanya *Pertalite* Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan**” ini dengan baik, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala dukungan, pemikiran, tenaga, materi dan juga doa dari semua pihak yang telah membantu peneliti selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan SE., M.M., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Ibu Dr. Oktarini Khamilah Siregar, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Bapak Aulia, SE. M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Rusyda Nazhirah Yunus, SS. M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan mengenai ketentuan penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan rapi dan sistematis.
6. Yang tercinta kedua orang tua penulis yakni Ayahanda dan Ibunda serta seluruh keluarga yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil kepada penulis.
7. Kepada teman-temanku, terima kasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih.

Medan, Juli 2021
Penulis

Kristiana Gea
1615100435

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.5 Keaslian Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Volume Penjualan	6
2.1.2 Persediaan Barang Dagang	9
2.1.3 Premium	28
2.1.4 Pertamina	29
2.1.5 Pertalite	31
2.1.6 Harga Jual	32
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	38
2.3 Kerangka Konseptual	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.4 Jenis dan Sumber Data	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.1 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45

4.1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan	46
4.1.3	Analisis Penjualan PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan	52
4.2	Pembahasan.....	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan <i>Premium</i> , <i>Pertalite</i> dan <i>Pertamax</i> 2014 sebelum ada <i>Pertalite</i> dan 2019 Setelah Ada <i>Pertalite</i> 2
Tabel 2.1	Mapping Penelitian Sebelumnya 38
Tabel 3.1	Skedul Proses Penelitian 41
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel 42
Tabel 4.1	Pendapatan Produk <i>Premium</i> 88 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019 52
Tabel 4.2	Pendapatan Produk <i>Pertamax</i> 92 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019 53
Tabel 4.3	Pendapatan Produk <i>Pertalite</i> 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019..... 53
Tabel 4.4	Total Pendapatan Produk <i>Premium</i> 88 Oktan, <i>Pertamax</i> 92 Oktan dan <i>Pertalite</i> 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019..... 54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin tahun volume kendaraan bermotor semakin meningkat, salah satu satunya di Indonesia. Dengan adanya fakta tersebut menunjukkan bahwa kendaraan bermotor, terutama kendaraan pribadi menjadi suatu kebutuhan penting bagi setiap orang. Setiap kendaraan bermotor pasti membutuhkan Bahan Bakar Minyak (BBM) karena merupakan salah satu komponen penting yang berguna untuk menggerakkan mesin pada kendaraan tersebut. PT Pertamina /Persero sebagai lokomotif perekonomian bangsa yang merupakan perusahaan milik Negara atau BUMN yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energy baru dan terbarukan. Pertamina menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola korporasi yang baik sehingga dapat berdaya saing yang tinggi di dalam era globalisasi.

PT Pertamina/Persero memiliki beberapa pemasaran regional dan dalam penelitian ini penulis memilih PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan. Dimana PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan bertanggung jawab untuk mengawasi 395 SPBU/stasiun pengisian bahan bakar yang berada di kota Medan yang mana memberikan pengawasan dalam hal penyaluran bahan bakar minyak ke setiap SPBU. Bahan bakar minyak yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *premium*, *pertamax* dan *pertalite*. Premium dan pertamax merupakan bahan bakar minyak yang telah

baku di pasaran dan menjadi bahan bakar yang sering di gunakan oleh masyarakat.

Tabel 1.1 Data Penjualan *Premium*, *Pertalite* dan *Pertamax* 2014 sebelum ada *Pertalite* dan 2019 Setelah Ada *Pertalite*

Tahun	<i>Premium</i> (88 Oktan)	<i>Pertamax</i> (92 Oktan)	<i>Pertalite</i> (90 Oktan)
2014	7.100	9.800	-
2015	7.300	9.700	8.500
2016	6.950	8.450	7.950
2017	6.550	8.400	7.500
2018	6.500	10.400	7.800
2019	6.450	9.000	7.650

Premium yang memiliki nilai oktan 88 dan harga jual pada bulan september dan Oktober 2015 adalah Rp 7.300,- per liter yang relatif lebih murah di bandingkan dengan *pertamax*, harga jual tersebut yang membuat *premium* lebih laku di pasaran. Sedangkan *pertamax* memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan *premium* dengan kandungan oktan 92 dan harga jual pada bulan September dan Oktober 2015 adalah Rp.9.800 per liter yang relatif lebih mahal di bandingkan dengan *premium*. Produk bahan bakar *pertalite* diluncurkan oleh Pertamina pada bulan Juli 2015 dan mulai di pasarkan di kota Medan bulan Oktober 2015 memiliki kandungan oktan 90 dan harga relatif lebih murah jika dibandingkan dengan *pertamax* dan lebih mahal jika dibandingkan dengan *premium* yaitu Rp.8.500 per liter. *Pertalite* dan *Pertamax* merupakan bahan bakar minyak yang tidak mendapatkan subsidi dari pemerintah, sedangkan *premium* merupakan bahan bakar minyak yang mendapatkan subsidi dari pemerintah, sehingga harga jualnya di tentukan oleh pemerintah.

Pertamina meluncurkan produk *pertalite* di pasaran dengan harapan agar masyarakat dapat mengurangi pemakaian bahan bakar jenis *premium*. Penjualan merupakan pendapatan lazim dalam perusahaan merupakan jumlah kotor yang

dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa. Munculnya produk *pertalite* di pasaran, kemungkinan dapat merubah tingkat penjualan produk premium dan pertamax. Adanya perubahan tersebut dapat diketahui dengan melakukan analisis pada tingkat penjualan dari masing-masing produk.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tingkat Perbedaan Penjualan *Premium* Dan *Pertamax* Sebelum Dan Sesudah Adanya *Pertalite* Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan”**.

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas serta untuk memperoleh kejelasan terhadap masalah yang akan dibahas, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu produk *pertalite* tidak mampu mengurangi minat konsumen terhadap *premium*.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi agar pembahasannya lebih fokus dan terarah serta tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah hanya pada analisis tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, identifikasi masalah dan batasan masalah yang penulis rumuskan yaitu bagaimana tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

a. Bagi peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan mengenai analisis tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan.

b. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini berguna agar perusahaan dapat mengambil keputusan mengenai analisis tingkat perbedaan penjualan

premium dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan jika nantinya menghadapi masalah yang serupa, sehingga kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan lebih disempurnakan.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Mointi (2018), dengan judul: “analisis perbedaan tingkat penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region VII Sulawesi. Sedangkan penelitian ini berjudul: “analisis tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan”.

Perbedaan penelitian terletak pada:

- 1. Jumlah Data (n) :** penelitian terdahulu menggunakan pada tahun 2015. Sedangkan penelitian ini menggunakan data dari tahun 2015 sampai 2019.
- 2. Waktu Penelitian :** penelitian terdahulu dilakukan tahun 2018 sedangkan penelitian ini tahun 2021.
- 3. Lokasi Penelitian :** lokasi penelitian terdahulu di PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region VII Sulawesi, sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Volume Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Penjualan

Menurut Engel (2014:5) “penjualan adalah sebagai kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”. Menurut Cravens (2016:1) “menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan”. Menurut Arnould (2013:3) “penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran”. Dari definisi para ahli diatas sudah jelas bahwa penjualan bukan hanya perihal kegiatan menjual barang maupun jasa tapi lebih jauh dari hal itu, bahwa penjualan menyangkut bagaimana kegiatan sebelum dan sesudah kegiatan itu berjalan.

Dengan demikian, disimpulkan bahwa penjualan adalah aktivitas maupun kegiatan yang dilakukan manusia yang saling menguntungkan satu sama lain, dimana penjual menawarkan produk yang dimiliki pada konsumen sehingga mampu menarik kecenderungan konsumen tersebut untuk sedia mengeluarkan uang guna membeli suatu produk yang telah ditawarkan oleh penjual.

2.1.1.2 Konsep Penjualan

Tindakan mendorong minat seorang pembeli (konsumen) untuk berkenan membeli produk perusahaan, baik barang maupun jasa yang telah dihasilkan dapat

diasumsikan sebuah konsep penjualan. Serta dapat juga diartikan bila perusahaan memiliki siasat dan strategi promosi penjualan yang berhasil untuk menstimulus atau menarik lebih banyak minat beli oleh konsumen. Konsep penjualan ini sendiri lebih mengutamakan pada penjualan. Karena itu, konsep ini lebih mengedepankan produk yang dibuat sebaik-baiknya, lalu setelah itu baru memikirkan bagaimana cara menjual produk yang dihasilkan. Teori yang melandasi dari konsep ini adalah :

- 1) Konsumen harus didorong untuk membeli karena konsumen sering berpikir untuk tidak membeli barang yang tidak penting.
- 2) Dengan stimulasi promosi konsumen dapat untuk dipengaruhi.
- 3) Untuk menaikkan tingkat penjualan merupakan tugas produsen.

2.1.1.3 Volume Penjualan

Volume Penjualan merupakan perolehan yang didapatkan perusahaan dengan cara *salesman* yang telah berhasil menjual produk yang dihasilkan. Berdasarkan dari target yang telah diperkirakan dengan realisasi yang diraih merupakan cara perhitungan volume penjualan. Menurut Muller (2013:68) “volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik”.

Tujuan utama yang ingin diperoleh perusahaan dari penjualan antara lain :

- 1) Memperoleh nilai suatu penjualan
- 2) Memperoleh keuntungan
- 3) Menyokong pertumbuhan suatu perusahaan

Melalui pernyataan diatas ditarik kesimpulan maka volume penjualan ialah keseluruhan penjualan yang dinilai perusahaan pada waktu tertentu guna

mendapatkan keuntungan (laba) secara maksimal, maka bila keuntungan (laba) yang dihasilkan maksimal dapat menyokong pertumbuhan suatu perusahaan.

2.1.1.4 Faktor yang mempengaruhi volume penjualan

Menurut Oemi (2015:22) “faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut” :

1) Produk

Desain produk adalah mereka diharuskan bekerja layaknya “mata” di perusahaan dan secara konstan menyampaikan saran perbaikan yang dibutuhkan desain produk. Itu adalah salah satu tugas utama manajemen penjualan.

2) Harga

Jumlah nominal uang atau dapat dengan alat tukar lainnya sesuai dengan ketentuan dari produsen yang wajib dibayarkan oleh pembeli (konsumen) guna memperoleh kebutuhannya. Salah satu cara produsen guna dapat menarik minat pembeli agar bersedia membeli dengan jumlah banyak adalah menetapkan harga pada produk yang telah dihasilkan.

3) Penyaluran (Distribusi)

Penyaluran atau yang sering disebut dengan distribusi merupakan pengiriman barang kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat. Semakin luas jangkauan penyaluran maka semakin memengaruhi penjualan.

4) Promosi

Kegiatan komunikasi oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Berbagai maca promosi yang ada antara lain dengan periklanan, pameran, demonsrasi, dan usaha lain yang bersifat membujuk.

2.1.2 Persediaan Barang Dagang

2.1.2.1 Pengertian Persediaan

Persediaan merupakan salah satu aktiva yang paling aktif dalam operasi kegiatan perusahaan dagang. Sebagian besar sumber daya perusahaan acap kali diinvestasikan dalam bentuk barang-barang yang dibeli atau diproduksi. Biaya barang-barang ini harus dicatat, dikelompokkan, dan diikhtisarkan selama periode akuntansi. Pada akhir periode, biaya dialokasikan di antara aktifitas periode berjalan dan aktifitas periode mendatang, yaitu di antara barang-barang yang dijual dalam periode berjalan dan barang-barang yang berada dalam persediaan untuk dijual periode mendatang.

Persediaan juga merupakan aktiva lancar terbesar dari perusahaan manufaktur maupun perusahaan dagang. Pengaruh persediaan terhadap laba lebih mudah terlihat ketika kegiatan bisnis berfluktuasi. Selama iklim usaha baik, penjualan menjadi tinggi dan persediaan bergerak lebih cepat dari pembelian ke penjualan. Namun ketika kondisi ekonomi menurun, tingkat penjualan juga menjadi turun, persediaan bertumpuk dan perlu dilakukan penjualan meskipun mengalami kerugian. Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai persediaan, pada bagian ini diberikan batasan maupun kriteria mengenai

pengertian persediaan. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 14 (2012 : 14.3), Persediaan adalah aset :

1. Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal
2. Dalam proses produksi dan atau dalam perjalanan
3. Dalam bentuk bahan atau perlengkapan (*supplies*) untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

Menurut Hery (2011), contoh dalam perusahaan tertentu seperti perusahaan pembuat mobil atau *dealer* mobil, maka mobil adalah suatu persediaan yang akan dijual kembali sedangkan untuk perusahaan lain yang kegiatan bisnisnya di bidang yang lain maka mobil diperlakukan bukan sebagai persediaan. Bagi perumahan real estate yang kegiatannya membangun rumah untuk dijual, maka rumah yang belum terjual merupakan persediaan baginya. Sedangkan bagi pihak lain yang membelinya untuk dihuni atau digunakan untuk kegiatan bisnis lain rumah tersebut adalah suatu aktiva tetap.

Menurut Stice (2015 : 653), “Persediaan ditujukan untuk barang-barang yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan bisnis normal, dan dalam kasus perusahaan manufaktur, maka kata ini ditujukan untuk barang dalam proses produksi atau yang ditempatkan dalam kegiatan produksi.” Gondodiyoto (2014 : 443), “Persediaan (*inventory*) adalah pos-pos aktiva yang dimiliki untuk dijual dalam operasi bisnis normal atau barang yang akan digunakan atau dikonsumsi dalam memproduksi barang yang akan dijual.” Pendapat Warren (2015:440) mengatakan bahwa persediaan adalah “ (1) barang dagang yang disimpan untuk kemudian dijual dalam operasi bisnis perusahaan, dan (2) bahan yang digunakan dalam proses produksi atau yang disimpan untuk tujuan itu”.

Persediaan yang diperoleh perusahaan dan langsung dijual kembali tanpa mengalami proses produksi selanjutnya disebut persediaan barang dagang.

2.1.2.2 Fungsi Persediaan

Sitce (2015 : 15) mengatakan bahwa fungsi persediaan adalah sebagai berikut:

1. Fungsi *Decoupling*

Persediaan yang memungkinkan perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa tergantung pada *supplier*. Persediaan barang mentah diadakan agar perusahaan tidak akan sepenuhnya tergantung pada pengadaannya dalam hal kuantitas dan waktu pengiriman. Persediaan barang dalam proses diadakan agar departemen-departemen dan proses-proses individual perusahaan terjaga “kebebasannya”. Persediaan barang jadi diperlukan untuk memenuhi permintaan produk yang tidak pasti dari para pelanggan. Persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan konsumen yang tidak dapat diperkirakan atau diramalkan disebut *fluctuation stock*.

2. Fungsi *Economic Lot Sizing*

Persediaan *lot size* ini perlu mempertimbangkan penghematan atau potongan pembelian, biaya pengangkutan per unit menjadi lebih murah dan sebagainya. Hal ini disebabkan perusahaan melakukan pembelian dalam kuantitas yang lebih besar dibandingkan biayabiaya yang timbul karena besarnya persediaan (biaya sewa gudang, investasi, risiko, dan sebagainya).

3. Fungsi Antisipasi

Apabila perusahaan menghadapi fluktuasi permintaan yang dapat diperkirakan dan diramalkan berdasar pengalaman atau data-data masa lalu, yaitu permintaan musiman. Dalam hal ini perusahaan dapat mengadakan persediaan musiman (*seasonal inventories*). Di samping itu perusahaan juga sering menghadapi ketidakpastian jangka waktu pengiriman dan permintaan barang-barang selama periode tertentu. Dalam hal ini perusahaan memerlukan persediaan ekstra yang disebut persediaan pengaman (*safety stock / inventories*).

2.1.2.3 Jenis-Jenis Persediaan

Menurut Arens (2013), karakteristik dari barang yang diklasifikasikan sebagai persediaan sangat bervariasi terhadap jenis usaha. Secara umum perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu perusahaan jasa, perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur. Oleh sebab itu, jenis-jenis persediaan pada ketiga perusahaan tersebut berbeda.

1. Jenis-jenis Persediaan menurut Fungsinya seperti yang dinyatakan oleh Stice (2015) :

- a. *Batch Stock / Lot Size Inventory*)

Persediaan yang diadakan karena kita membeli atau membuat bahan-bahan atau barang-barang dalam jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang dibutuhkan pada saat itu. Keuntungannya :

- 1) Potongan harga pada harga pembelian.
- 2) Efisiensi produksi.
- 3) Penghematan biaya angkutan.

b. *Fluctuation Stock*

Persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan konsumen yang tidak dapat diramalkan.

c. *Anticipation Stock* Persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan yang dapat diramalkan, berdasarkan pola musiman yang terdapat dalam satu tahun dan untuk menghadapi penggunaan, penjualan, atau permintaan yang meningkat.

2. Jenis-jenis Persediaan menurut Jenis dan Posisi Barang :

a. Persediaan barang dagangan (*merchandise inventory*)

Barang yang ada di gudang (*goods on hand*) dibeli oleh pengecer atau perusahaan perdagangan seperti importer atau eksportir untuk dijual kembali. Biasanya, barang yang diperoleh untuk dijual kembali secara fisik tidak diubah oleh perusahaan pembeli; barang-barang tersebut tetap dalam bentuk yang telah jadi ketika meninggalkan pabrik pembuatnya. Dalam beberapa hal, dapat terjadi beberapa komponen dibeli untuk kemudian dirakit menjadi barang jadi. Misalnya, sepeda yang dirakit dari kerangka, roda, gir, dan sebagainya serta dijual oleh pengecer sepeda adalah salah satu contoh.

b. Persediaan manufaktur (*manufacturing inventory*)

Persediaan gabungan dari entitas manufaktur, yang terdiri dari :

1) Persediaan bahan baku

Barang berwujud yang dibeli atau diperoleh dengan cara lain (misalnya, dengan menambang) dan disimpan untuk penggunaan langsung dalam membuat barang untuk dijual kembali. Bagian atau

suku cadang yang diproduksi sebelum digunakan kadang-kadang diklasifikasikan sebagai persediaan komponen suku cadang.

2) Persediaan barang dalam proses

Barang-barang yang membutuhkan pemrosesan lebih lanjut sebelum penyelesaian dan penjualan. Barang dalam proses, juga disebut persediaan barang dalam proses, meliputi biaya bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan alokasi biaya overhead pabrik yang terjadi sampai tanggal tersebut.

c. Persediaan barang jadi

Barang-barang manufaktur yang telah diselesaikan dan disimpan untuk dijual. Biaya persediaan barang jadi meliputi biaya bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan alokasi biaya overhead pabrik yang berkaitan dengan manufaktur.

d. Persediaan perlengkapan

Barang-barang seperti minyak pelumas untuk mesinmesin, bahan pembersih, dan barang lainnya yang merupakan bagian yang kurang penting dari produk jadi.

e. Persediaan rupa-rupa

Barang-barang seperti perlengkapan kantor, kebersihan, dan pengiriman. Persediaan jenis ini biasanya digunakan segera dan biasanya dicatat sebagai beban penjualan atau umum (*selling or general expenses*) ketika dibeli.

2.1.2.4 Metode Pencatatan Persediaan

Menurut Belkaoui (2016), pada dasarnya ada dua alternatif cara dapat digunakan dalam menentukan volume, kuantitas, atau fisik barang terdapat dalam persediaan pada saat tertentu, tergantung pada apakah perusahaan menggunakan (a) sistem periodik atau (b) sistem perpetual sebagai sistem akuntansi persediaannya.

1. Sistem persediaan periodik

Dalam sistem persediaan periodik (*periodic inventory system*), rincian catatan persediaan barang yang dimiliki tidak disesuaikan secara terus-menerus dalam satu periode. Harga pokok penjualan barang ditentukan hanya pada akhir periode akuntansi (secara periodik). Pada saat itu, dilakukan perhitungan persediaan secara fisik untuk menentukan harga pokok barang yang tersedia (persediaan barang dagang). Untuk menentukan harga pokok penjualan dalam sistem persediaan periodik, anda harus:

- a. Menentukan harga pokok barang yang tersedia (*cost of goods on hand*) pada awal periode akuntansi.
- b. Menambahkannya pada harga pokok barang yang dibeli (*cost of goods purchased*).
- c. Mengurangkannya dengan harga pokok barang yang tersedia pada akhir periode akuntansi.

Dalam sistem periodik, harga pokok penjualan tidak diketahui (atau paling tidak, tidak dicatat) pada saat penjualan terjadi. Kedua, dengan sistem periodik, debit untuk pembelian persediaan adalah ke akun Pembelian dan bukannya ke akun Persediaan. Akun Pembelian adalah tempat penyimpanan sementara untuk biaya

persediaan yang akan dialokasikan ke Persediaan dan Harga Pokok Penjualan di akhir periode.

Menurut Mulyadi (2015 : 381) mengatakan bahwa : Dalam sistem persediaan periodik, perhitungan fisik actual atas barang-barang yang ada di tangan diadakan pada akhir setiap periode akuntansi ketika menyiapkan laporan keuangan. Barang-barang dihitung, ditimbang, atau jika tidak diukur, dan jumlahnya dikalikan dengan unit biaya untuk memberi nilai persediaan. Sebuah catatan yang terus berlangsung atas persediaan bisa, tetapi tidak harus, dibuat untuk unit-unit dan jumlah yang dibeli dan dijual (atau dikeluarkan) serta saldo di tangan. Harga pokok penjualan (*cost of sales*) dihitung sebagai jumlah residu (persediaan awal ditambah pembelian bersih dikurangi persediaan akhir).

2. Sistem persediaan Perpetual

Menurut Warren (2015 : 366) : Dalam sistem persediaan perpetual, semua kenaikan dan penurunan barang dagang dicatat dengan cara yang sama seperti mencatat kenaikan dan penurunan kas. Akun persediaan barang dagang pada awal periode akuntansi mengindikasikan stok pada tanggal tersebut. Pembelian dicatat dengan mendebit Persediaan Barang Dagang dan mengkredit Kas atau Utang Usaha. Pada tanggal penjualan, harga pokok barang yang terjual dicatat dengan mendebit Harga Pokok Penjualan dan mengkredit Persediaan Barang Dagang.

Sistem persediaan perpetual dapat diselenggarakan hanya dengan mencatat kuantitas saja atau dengan mencatat kuantitas dan harga. Penggunaan sistem ini untuk barang dagang memberikan sarana pengendalian yang paling efektif atas aktiva yang penting tersebut. Dalam sistem perpetual, adanya kekurangan dapat ditentukan dengan mengadakan perhitungan fisik barang dan membandingkan

perhitungan tersebut dengan saldo buku tambahan. Pemesanan kembali barang secara tepat waktu dan pencegahan kelebihan persediaan dapat dicapai dengan membandingkan saldo buku tambahan dengan tingkat persediaan maksimum dan minimum yang ditentukan terlebih dahulu.

Hansen (2014 : 383) mengatakan bahwa, “Apabila sistem persediaan perpetual digunakan, catatan persediaan perpetual yang terinci, sebagai tambahan atas akun buku besar biasa, dibuat untuk setiap item persediaan, dan akun pengendali persediaan dibuat dalam buku besar atas dasar lancar”.

Catatan persediaan perpetual untuk setiap barang harus memberikan informasi penerimaan, pengeluaran, dan saldo ditangan. Dengan informasi ini, kuantitas fisik dan penilaian barang yang ada di tangan tersedia setiap waktu. Jadi, perhitungan persediaan fisik tidak diperlukan kecuali untuk memverifikasi jumlah persediaan. Perhitungan fisik biasanya dilakukan secara tahunan untuk tujuan audit yang membandingkan persediaan di tangan dengan catatan perpetual dan menyatakan data untuk setiap jurnal penyesuaian yang dibutuhkan (misalnya kesalahan dan kerugian). Catatan persediaan harus disesuaikan ke perhitungan fisik apabila terdapat perbedaan pencatatan.

Menurut Donald (2012) untuk memperbaiki manajemen persediaan, sistem persediaan perpetual secara khusus berguna apabila persediaan terdiri dari item-item dengan nilai unit tinggi atau apabila hal itu penting untuk memiliki tingkat persediaan yang wajar tetapi tidak berlebihan. Meskipun sistem persediaan perpetual lebih baik untuk manajemen persediaan, namun permasalahan tetap ada. Menurut Donald (2012) mengatakan permasalahan itu misalnya :

1. Pengendalian informasi akuntansi dan pengendalian *property* fisik

Akibat munculnya robot dan teknologi komputer, saat ini ada sistem persediaan otomatis yang tidak hanya mengelola persediaan tetapi juga mengelola pergudangan (*stocking*) dan penanganan (*handling*) barang-barang serta bahan persediaan. Namun, dengan sistem otomatisipun, beberapa aspek dari manajemen dan pengendalian persediaan fisik tetap menjadi masalah. Praktek-praktek pencurian dan perampokan, pembobolan dan kerusakan fisik lainnya, kesalahan pesanan dan kesalahan pengisian, serta pengawasan persediaan yang kurang memadai harus diperhatikan tanpa melihat jenis sistem akuntansi persediaan yang digunakan.

2. Biaya yang lebih besar berkaitan dengan sistem persediaan perpetual

Penerapan sistem persediaan perpetual, yang melibatkan catatan akuntansi yang terinci, cenderung lebih mahal (setidaknya pada awalnya) dibandingkan sistem periodik, yang cenderung kurang kompleks. Di sini sekali lagi, komputer membuat sistem persediaan perpetual lebih populer saat ini daripada sebelumnya.

2.1.2.5 Metode Penilaian Persediaan

1. Penilaian Nilai Persediaan – Berdasarkan Harga Pokok

Penentuan harga pokok persediaan sangat bergantung dari metode penilaian yang dipakai yaitu metode identifikasi khusus, FIFO, LIFO dan metode *weighted average*.

a. Metode Identifikasi Khusus (*Specific Identification*)

Hansen (2014 : 392) mengatakan bahwa, “Metode identifikasi biaya khusus mensyaratkan bahwa setiap barang yang disimpan harus

ditandai secara khusus sehingga biaya per unitnya dapat diidentifikasi setiap waktu”. Jika barang yang terlibat berjumlah besar atau mahal atau hanya dalam jumlah kecil yang ditangani, mungkin bisa dilaksanakan penandaan atau penomoran setiap barang ketika dibeli atau diproses. Metode ini memungkinkan dilakukannya identifikasi biaya per unit khusus untuk setiap barang yang terjual pada tanggal penjualan dan tiap barang yang tetap ada di persediaan.

Dengan demikian, metode identifikasi biaya khusus menghubungkan arus biaya secara langsung dengan arus biaya secara fisik. Dari sudut pandang teoritis, metode identifikasi khusus sangat menarik, khususnya ketika setiap unsur persediaan unik dan memiliki biaya yang tinggi. Namun ketika persediaan terdiri dari berbagai unsur atau unsur-unsur identik yang dibeli pada saat berlainan dengan harga berbeda, maka identifikasi khusus akan menjadi lamban, membebani, dan memakan biaya. Oleh karena itu, metode ini sangat jarang digunakan oleh perusahaan dagang.

b. Metode LIFO (*Last In First Out*)

Ikatan Akuntan Indonesia (2012 : 14.21) merumuskan metode LIFO sebagai berikut, “Rumus MTKP/LIFO mengasumsikan barang yang dibeli atau diproduksi terakhir dijual atau digunakan terlebih dahulu, sehingga yang termasuk dalam persediaan akhir adalah yang dibeli atau diproduksi terdahulu”. Hansen (2014 : 396) mengatakan bahwa, “Metode LIFO untuk kalkulasi biaya persediaan menandingkan persediaan yang dinilai pada biaya per unit akuisisi terbaru dengan

pendapatan penjuala periode berjalan”. Unit-unit yang tetap ada di persediaan akhir dibebankan pada biaya per unit terlama yang terjadi, dan unit-unit tersebut termasuk harga pokok penjualan yang dibebankan pada biaya per unit terbaru yang muncul. Metode LIFO atau MTKP terdiri dari dua macam, yaitu :

1) Sistem fisik

Metode LIFO sistem fisik adalah penilaian persediaan yang ditentukan dengan cara saldo fisik yang ada dikalikan harga pokok per unit barang yang masuk pada awal periode. Bila saldo fisik ternyata lebih besar dari barang yang masuk pada awal periode, diambilkan dari harga pokok per unit yang masuk berikutnya.

2) Sistem perpetual

Metode LIFO - Perpetual adalah suatu metode penilaian persediaan yang pencatatan persediaanya dilakukan secara terus menerus dalam kartu persediaan. Setiap kali ada transaksi, baik pembelian maupun penjualan (pemasukan dan pengeluaran), langsung dicatat dalam kartu persediaan. Harga pokok penjualan dicatat berdasarkan harga pokok barang pertama kali masuk. Jumlah yang masih tersisa merupakan nilai persediaan akhir.

Selama periode inflasi, penggunaan metode LIFO akan menghasilkan kemungkinan laba bersih yang terendah. Alasannya adalah karena harga pokok barang-barang yang diperoleh terakhir akan mendekati nilai ganti barang yang dijual. Dengan demikian metode ini memberikan perbandingan yang lebih sesuai antara

harga pokok dan laba. Keuntungan lain metode ini adalah penghematan pajak, karena laba yang dihasilkan adalah yang paling rendah, sehingga akan menghasilkan pajak penghasilan yang lebih rendah bila dibandingkan dengan metode FIFO ataupun metode rata-rata.

Dalam periode deflasi, pengaruh yang terjadi adalah kebalikannya. Metode LIFO akan menghasilkan kemungkinan laba bersih yang tertinggi. Alasan utama bagi mereka yang membela metode ini adalah adanya kecenderungan untuk mengurangi pengaruh perkembangan harga pada laba bersih. Kritik terhadap penggunaan metode ini adalah nilai persediaan barang dagang yang ditetapkan di neraca dapat jauh berbeda dengan nilai gantinya. Tetapi hal ini dapat diungkapkan dalam catatan yang menyertai laporan keuangan.

c. Metode FIFO (*First In First Out*)

Menurut Mulyadi (2015 : 200), “Dengan metode FIFO, biaya persediaan dihitung berdasarkan asumsi bahwa barang akan dijual atau dipakai sendiri dan sisa dalam persediaan menunjukkan pembelian atau produksi yang terakhir”. Ikatan Akuntan Indonesia (2012 : 14.21) merumuskan metode FIFO sebagai berikut, “Formula MPKP/FIFO mengasumsikan barang dalam persediaan yang pertama dibeli akan dijual atau digunakan terlebih dahulu sehingga yang tertinggal dalam persediaan akhir adalah yang dibeli atau diproduksi kemudian”.

Sebagian besar perusahaan mengeluarkan barang sesuai dengan urutan pembeliannya. Hal ini terutama untuk barang-barang yang tidak tahan lama dan produk-produk yang modelnya cepat berubah. Sebagai contoh, toko bahan pangan menyusun produk-produk susu dalam rak-rak berdasarkan tanggal kadaluwarsanya. Begitu juga toko pakaian memajang pakaian sesuai dengan musim. Pada akhir musim, toko ini biasanya memberikan diskon untuk menjual pakaian yang musimnya sudah lewat atau ketinggalan mode. Jadi, metode FIFO dapat dikatakan konsisten dengan arus fisik atau pergerakan barang. Metode FIFO/MPKP dibagi atas dua bagian yakni :

1) Sistem fisik

Menurut sistem FIFO yang didasarkan atas metode fisik, nilai persediaan akhir ditentukan dengan cara saldo fisik yang ada dikalikan dengan harga pokok per unit barang yang terakhir kali masuk. Bila saldo fisik ternyata lebih besar dari jumlah unit terakhir masuk, sisanya dipergunakan harga pokok per unit yang masuk sebelumnya.

2) Sistem perpetual

Metode FIFO Perpetual adalah suatu metode penilaian persediaan yang pencatatan persediannya dilakukan terus menerus dalam kartu persediaan. Setiap kali ada transaksi, baik pembelian maupun penjualan (pemasukan dan pengeluaran) barang, langsung dicatat dalam kartu persediaan. Harga pokok penjualan dicatat berdasarkan harga pokok barang pertama kali masuk. Jumlah yang

masih tersisa merupakan nilai persediaan akhir. Selama periode inflasi atau kenaikan harga terus menerus, penggunaan metode FIFO akan menghasilkan kemungkinan laba tertinggi dibandingkan dengan metode-metode yang lain, karena perusahaan cenderung untuk menaikkan harga jualnya sesuai dengan perkembangan pasar tanpa memperhatikan kenyataan bahwa barang yang terdapat dalam persediaan telah diperoleh sebelum terjadinya kenaikan harga. Kenaikan laba karena naiknya harga persediaan ini sering disebut sebagai laba persediaan (*inventory profit*) atau laba semu (*illusory profit*)

Dalam periode deflasi dimana terjadi penurunan harga, pengaruh yang terjadi adalah kebalikannya. Metode FIFO akan menghasilkan kemungkinan laba bersih yang terendah. Kritik utama terhadap metode ini adalah adanya kecenderungan untuk lebih menambah pengaruh kenaikan/penurunan harga pada laba yang dilaporkan. Namun jumlah yang dilaporkan sebagai persediaan dalam neraca akan sangat mendekati nilai gantinya.

d. Metode Rata-Rata Tertimbang (*Weighted Average*)

Ikatan Akuntan Indonesia (2012 : 14.21) merumuskan metode rata-rata sebagai berikut : Dengan rumus biaya rata-rata tertimbang, biaya setiap barang ditentukan berdasarkan biaya rata-rata tertimbang dari barang serupa pada awal periode dan biaya barang serupa yang dibeli atau diproduksi selama periode. Perhitungan rata-rata dapat dilakukan secara berkala, atau pada setiap penerimaan kiriman, bergantung pada

keadaan perusahaan. Asumsi metode ini adalah unit dijual tanpa memperhatikan urutan pembeliannya dan menghitung harga pokok penjualan serta persediaan akhir. Biaya per unit rata-rata tertimbang dihitung dengan membagi jumlah biaya persediaan awal dan biaya pembelian periode berjalan. Biaya rata-rata tertimbang per unit yang sama digunakan dalam menentukan biaya persediaan barang pada akhir periode.

Mulyadi (2015 : 393) mengatakan bahwa, “Biaya per unit rata-rata tertimbang dihitung dengan membagi jumlah biaya persediaan awal dan biaya pembelian periode berjalan dengan jumlah unit persediaan awal ditambah unit pembelian selama periode tersebut”. Pengaruh perkembangan harga berjalan secara rata-rata dalam hal dalam penetapan laba bersih maupun dalam penetapan harga pokok persediaan. Untuk suatu pembelian tertentu harga pokok rata-ratanya akan sama, tanpa memperhatikan arah dari perkembangan harga. Misalnya apabila urutan serta harga pokok per unit barang yang tersedia untuk dijual adalah kebalikan dari urutan, maka hal ini tidak akan mempunyai pengaruh apa-apa terhadap laba bersih maupun harga pokok persediaan. Waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan data dalam metode rata-rata tertimbang biasanya akan lebih banyak dibandingkan dengan metode-metode lain. Biaya tambahan yang harus dikeluarkan mungkin akan besar apabila pembelian dilakukan berkali-kali dan jenis barangnya banyak.

2. Penilaian Persediaan Selain Dari Harga Pokok

Dalam beberapa kasus, persediaan dapat dinilai selain dari harga pokok. Warren (2015 : 456) mengatakan bahwa situasi semacam itu timbul apabila “(1) biaya penggantian barang-barang persediaan lebih rendah daripada biaya yang tercatat dan (2) persediaan tidak dapat dijual pada harga jual normal karena cacat, usang, perubahan gaya, atau penyebab lainnya”.

a. Nilai terendah antara Harga Pokok atau Harga Pasar

Jika biaya penggantian suatu persediaan lebih rendah daripada biaya pembeliannya maka metode nilai terendah antara harga pokok atau harga pasar (*lower-of-cost-or-market method-LCM*) digunakan untuk menilai persediaan. Harga pasar, yang digunakan dalam LCM, adalah biaya untuk mengganti barang dagang pada tanggal persediaan. Nilai pasar ini didasarkan pada jumlah yang biasanya dibeli dari sumber pemasok yang biasa. Dalam bisnis yang sering dilanda inflasi, harga pasar jarang turun. Namun, dalam bisnis yang teknologinya berubah cepat (misalnya, televisi, dan komputer), penurunan harga sering terjadi.

Keunggulan utama dari metode LCM adalah bahwa laba kotor (dan laba bersih) akan berkurang dalam periode terjadinya penurunan nilai pasar. Stice (2015 : 395) mengatakan dasar pedoman dalam menerapkan aturan ini adalah :

- 1) Menetapkan nilai pasar sebagai berikut :
 - a) Biaya penggantian jika jatuh di antara harga tertinggi dan harga terendah

- b) Harga terendah, jika biaya penggantian lebih kecil dari harga terendah
 - c) Harga tertinggi, jika biaya penggantian lebih tinggi daripada harga tertinggi. (Seperti dalam praktik, pada saat biaya penggantian, harga tertinggi dan harga terendah dibandingkan nilai pasar selalu nilai ditengahahtengah)
- 2) Membandingkan nilai pasar dengan harga pertama-tama dan memilih jumlah yang lebih rendah.

b. Penilaian pada Nilai Realisasi Bersih

Barang dagang yang telah usang, rusak, cacat atau yang hanya bisa dijual dengan harga di bawah harga pokok harus diturunkan nilainya. Barang dagang semacam itu harus dinilai dengan nilai realisasi bersih. Warren (2015 : 457) mengatakan bahwa, “Nilai realisasi bersih (*net realizable*) adalah estimasi harga jual dikurangi biaya pelepasan langsung, seperti komisi penjualan”.

3. Mengestimasi Harga Pokok Persediaan

Perusahaan perlu mengetahui jumlah persediaan jika pencatatan persediaan perpetual tidak dilakukan dan apabila perhitungan fisik tidak praktis untuk dilakukan. Sebagai contoh, perusahaan yang menggunakan sistem persediaan periodik perlu membuat laporan laba rugi bulanan, tetapi tidak ekonomis jika melakukan perhitungan fisik persediaan setiap bulan (terlalu mahal). Selain itu jika terjadi bencana seperti kebakaran yang menghancurkan persediaan, maka jumlah kerugian harus ditentukan. Dalam kasus ini, perhitungan fisik tidak dapat dilakukan, bahkan jika catatan persediaan persediaan perpetual

ada, catatan akuntansi itu juga telah hancur. Jika hal ini terjadi, biaya persediaan dapat diestimasi dengan menggunakan (1) metode eceran atau (2) metode laba kotor.

a. Metode Eceran untuk Penentuan Harga Pokok Persediaan

Warren (2015 : 459) mengatakan, “Metode persediaan eceran (*retail inventory method*) mengestimasi biaya persediaan berdasarkan hubungan antara harga pokok barang dagang yang tersedia untuk dijual dengan harga eceran dari barang dagang yang sama”. Untuk menggunakan metode ini, harga eceran dari semua barang dagang harus ditetapkan dan dijumlahkan. Berikutnya, persediaan eceran ditentukan dengan mengurangi penjualan selama periode berjalan dari harga eceran barang yang tersedia untuk dijual selama periode bersangkutan. Estimasi biaya persediaan kemudian dihitung dengan mengalikan persediaan eceran dengan rasio biaya terhadap harga jual (eceran) barang dagang yang tersedia untuk dijual.

b. Penilaian Persediaan Berdasarkan Metode Laba Kotor

Mulyadi (2015) menyatakan bahwa, “Metode laba bruto atau metode laba kotor (*gross profit method*) : metode penetapan harga pokok persediaan secara taksiran yang didasarkan atas hubungan, yang terdapat dalam periode yang lalu, antara laba bruto dengan harga jual”. Metode laba kotor (*gross profit method*) menggunakan estimasi laba kotor yang direalisasi selama periode dimaksud untuk mengestimasi persediaan pada akhir periode. Laba kotor biasanya diestimasi dari tahun sebelumnya, disesuaikan dengan setiap perubahan yang terjadi

dengan harga pokok dan harga jual selama periode berjalan. Dengan menggunakan tingkat laba kotor, penjualan untuk suatu periode dapat dibagi ke dalam dua komponen : (1) laba kotor dan (2) harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan dapat dikurangkan dari harga pokok barang yang tersedia untuk dijual guna mendapatkan estimasi persediaan akhir barang dagang.

Metode laba kotor sangat berguna dalam mengestimasi persediaan untuk laporan keuangan bulanan atau triwulan dalam sistem persediaan periodik. Metode ini juga berguna dalam mengestimasi harga pokok barang dagang yang rusak akibat kebakaran atau bencana alam lainnya.

2.1.3 Premium

Menurut Mointi (2018:13), Bensin (premium, super) merupakan bahan bakar cair yang digunakan oleh kebanyakan motor-motor bensin. Bensin adalah bahan bakar cair yang mudah menguap, pada suhu 60 derajat celcius kurang lebih 35-60% sudah menguap dan akan menguap 100% kira-kira pada suhu diatas 100 derajat celcius. Premium adalah bahan bakar minyak jenis 13 distilat berwarna kekuningan yang jernih dan mempunyai nilai oktan 88. Bensin premium mempunyai sifat anti ketukan yang baik dan dapat dipakai pada mesin dengan batas kompresi hingga 9,0 : 1 pada semua jenis kondisi, namun tidak baik jika digunakan pada motor bensin dengan kompresi tinggi karena dapat menyebabkan knocking. Bensin premium produk Pertamina memiliki kandungan maksimum sulfur (S) 0,05%, timbal (Pb) 0,013% (jenis tanpa timbal) dan Pb 0,3% (jenis

dengan timbal), oksigen (O) 2,72%, pewarna 0,13 gr/100 l, tekanan uap 62 kPa, titik didih 215 °C, serta massa jenis (suhu 15°C). Bensin premium, mempunyai sifat anti ketukan yang lebih baik dan dapat dipakai pada mesin kompresi tinggi pada semua kondisi (Surbhakty, 1978).

Premium merupakan campuran *hidrokarbon parrafins, olefin, napthenes*, dan *aromatic*. Komposisi premium bervariasi tergantung pada sumber minyak bumi dan proses refining. Premium mempunyai temperatur nyala minimum 360 °C. Angka oktan premium RON (*Research Octan Number*) minimal 88, MON (*Motor Ocian Number*) 83-90, nilai kalor 44585 kJ/kg, (A/F)s 14.6, berat jenis 0.723 gr/cm³. Biasanya untuk meningkatkan angka oktan pada premium ditambahkan zat anti knock seperti TEL (*Tetra Ethyl Lead*) dan TML (*Tetra Methyl Lead*) yang merupakan aditif anti knock yang sangat efisien. Tetapi senyawa ini mengandung logam berat (timbal) yang sangat berbahaya bagi kesehatan manusia.

2.1.4 Pertamax

Menurut Mointi (2018:15), Pertamax merupakan jenis bahan bakar dengan angka oktan 92. Pertamax dianjurkan digunakan untuk kendaraan bahan bakar bensin yang mempunyai perbandingan kompresi tinggi (9,1 : 1 sampai 10,0 : 1). Bensin dengan bilangan oktan tinggi mempunyai periode penundaan yang panjang. Pada bahan bakar *pertamax* ditambahkan aditif sehingga mampu membersihkan mesin dari timbunan deposit pada *fuel injector* dan ruang pembakaran. Bahan bakar pertamax sudah tidak menggunakan campuran timbal sehingga dapat mengurangi racun gas buang kendaraan bermotor seperti nitrogen

oksida karbon monoksida. 14 Bensin pertamax berwarna kebiruan dan memiliki kandungan maksimum sulfur (S) 0,1%, timbal (Pb) 0,013% (jenis tanpa timbal) dan Pb 0,3% (jenis dengan timbal), oksigen (O) 2,72%, pewarna 0,13 gr/100 l, titik didih 205 °C, serta massa jenis (suhu 15°C).

Pertamax adalah motor *gasoline* tanpa timbal dengan kandungan aditif lengkap generasi mutakhir yang dapat membersihkan *Intake Valve Port Fuel Injector* dan ruang bakar dari karbon deposit. Pertamax mempunyai RON 92 (*Research Octane Number*) yang dianjurkan juga untuk kendaraan berbahan bakar bensin dengan perbandingan kompresi tinggi. Diketahui bahwa karena kadar oktan yang terkandung dalam pertamax lebih tinggi dibandingkan premium, mengakibatkan produk bensin super ini diyakini dapat memberikan prestasi mesin yang lebih bagus dan perawatan mesin lebih baik dibanding menggunakan premium. Pertamax memiliki nilai oktan 92 dengan stabilitas oksidasi yang tinggi dan kandungan *olefin*, *aromatic* dan *benzene*-nya pada level yang rendah sehingga menghasilkan pembakaran yang lebih sempurna pada mesin. Dilengkapi dengan aditif generasi 5 dengan sifat detergensi yang memastikan injector bahan bakar, karburator, *inlet valve* dan ruang bakar tetap bersih untuk menjaga kinerja mesin tetap optimal. Pertamax sudah tidak menggunakan campuran timbal dan metal lainnya yang sering digunakan pada bahan bakar lain untuk meningkatkan nilai oktan sehingga pertamax merupakan bahan bakar yang sangat bersahabat dengan lingkungan sekitar.

2.1.5 Pertalite

Menurut Mointi (2018:18), Pertalite merupakan salah satu produk bahan bakar bensin yang baru dipasarkan pada konsumen bahan bakar minyak di Indonesia. Pertalite dihasilkan dengan penambahan zat aditif dalam proses pengolahannya di kilang minyak. Pertalite varian bahan bakar dengan kualitas di atas premium, tetapi dengan harga yang lebih murah daripada pertamax, bahan bakar jenis ini menjadi penengah antara Premium dan Pertamax.

RON 90 membuat pembakaran pada mesin kendaraan dengan teknologi terkini lebih baik dibandingkan dengan Premium yang memiliki RON 88. Sehingga sesuai digunakan untuk kendaraan roda dua hingga kendaraan *multi purpose vehicle* (mobil) ukuran menengah. Komposisi utama pertalite adalah nafta yang memiliki RON 65-70, agar RON-nya menjadi RON 90 maka dicampurkan HOMC (*High Octane Mogas Component*), HOMC bisa juga disebut Pertamax, campuran HOMC yang memiliki RON 92-95, selain itu juga ditambahkan zat aditif *EcoSAVE*. Zat aditif *EcoSAVE* ini bukan untuk meningkatkan RON tetapi agar mesin menjadi bertambah halus, bersih dan irit. Nafta adalah material yang memiliki titik didih antara gasolin dan kerosin. Sedangkan HOMC yaitu merupakan produk naphtha (komponen minyak bumi) yang memiliki struktur kimia bercabang dan ring (lingkar) berangka oktan tinggi (daya bakar lebih sempurna dan instant cepat), Oktan diatas 92, bahkan ada yang 95, sampai 98 lebih. Kebanyakan merupakan hasil olah lanjut Naphtha jadi berangka oktane tinggi atau hasil perengkahan minyak berat menjadi HOMC. Terbentuknya oktane number tinggi adalah hasil perengkahan katalitik ataupun

sintesa catalityc di reaktor kimia Unit kilang RCC/FCC/RFCC atau Plat Forming atau proses polimerisasi katalitik lainnya.

2.1.6 Harga Jual

2.1.6.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual menurut Achmad merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang. Harga Jual adalah harga pada waktu menjual. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutup biaya *overhead* pabrik perusahaan. Menurut Hery (2011), harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercermin dalam daftar harga, harga eceran, dan harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau *net price*. Harga jual merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

Hery (2011) mengemukakan bahwa penetapan harga jual mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

1. Tujuan berorientasi pada laba. Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga jual yang dapat menghasilkan harga jual paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba.

Maksimisasi laba sangat sulit dicapai karena sangat sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga jual tertentu.

2. Tujuan berorientasi pada volume. Harga jual ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai volume penjualan (dalam ton, kg, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif).
3. Tujuan berorientasi pada citra. Citra (*Image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga jual. Perusahaan dapat menetapkan harga jual tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.
4. Tujuan stabilisasi harga jual. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.
5. Tujuan-tujuan lainnya. Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

2.1.6.2 Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga Jual

Hukum *The Law of Diminishing Returns* oleh Pyndicks dan Rubinfeld dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input akan meningkat sehingga harga jual produk juga akan meningkat. Demikian halnya jika satu macam input dikurangi penggunaannya sedang input lain tetap maka output yang dihasilkan dari setiap pengurangan satu unit input akan menurun sehingga harga jual produk

juga akan menurun. Berdasarkan hukum tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan biaya produksi akan berimbas pada meningkatnya harga jual sebuah produk.

Hukum *Target Costing* yang dikemukakan oleh Blocher, dkk menunjukkan bahwa laba yang diinginkan merupakan harga jual yang ditentukan oleh pasar dikurangi dengan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga *target earning* atau laba yang diharapkan berpengaruh terhadap harga jual sebuah produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu laba, biaya produksi, dan faktor ekstern. Sedangkan secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan.

1. Faktor internal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
 - a. Tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan ini bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain.
 - b. Strategi bauran pemasaran. Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.
 - c. Biaya sebagai faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu,

setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.

- d. Organisasi dalam hal ini manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.
2. Faktor eksternal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
 - a. Sifat pasar dan permintaan. Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar. Memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya akan diupayakan melalui serangkaian pertanyaan apakah pasar termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.
 - b. Persaingan, merupakan kekuatan pokok yang memengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:
 - 1) Jumlah perusahaan dalam industri
 - 2) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri
 - 3) Diferensiasi produk
 - 4) Kemudahan untuk memasuki industri tersebut
 - c. Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

2.1.6.3 Metode Penetapan Harga Jual

Ada beberapa metode penentuan harga jual tetapi yang sering dipakai adalah lima metode sebagai berikut:

1. *Gross Margin Pricing*

Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut “*Mark On Persentage*” atau *Mark up*. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. *Persentage mark up* besarnya berbeda-beda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang mempunyai resiko besar akan menentukan persentase *mark up* ini relatif lebih panjang dibanding dengan perusahaan yang risikonya tidak begitu besar. Beberapa faktor yang memengaruhi besarnya *mark up* di antaranya musiman tidaknya produksi, tinggi rendahnya biaya operasi, besar kecilnya aktiva yang digunakan, dan tajam tidaknya persaingan.

2. *Direct Cost Pricing*

Metode ini umumnya diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dari kapasitas yang menganggur) yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda, dengan syarat tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Metode ini dikenal dengan *Marginal Income Pricing* karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan

marginal income. *Marginal income* berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biayabiaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

3. *Full Cost Pricing*

Pada metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan.

4. *Time and Material Pricing*

Dalam metode ini, tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lain dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. *Time* dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja, di mana tarif tenaga kerja ini merupakan jumlah dari:

- a. Upah langsung dan premi pada karyawan
- b. Bagian laba yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja
- c. Bagian untuk laba

Material adalah semua biaya yang dimaksudkan untuk job tertentu ditambah *handling* dari material biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari *cost material*. Dengan menentukan *Time* dan *Material* tersebut maka dengan mudah perusahaan bisa menentukan harga jual suatu produk.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tingkat kesehatan perusahaan dari potensi kebangkrutan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Sebelumnya

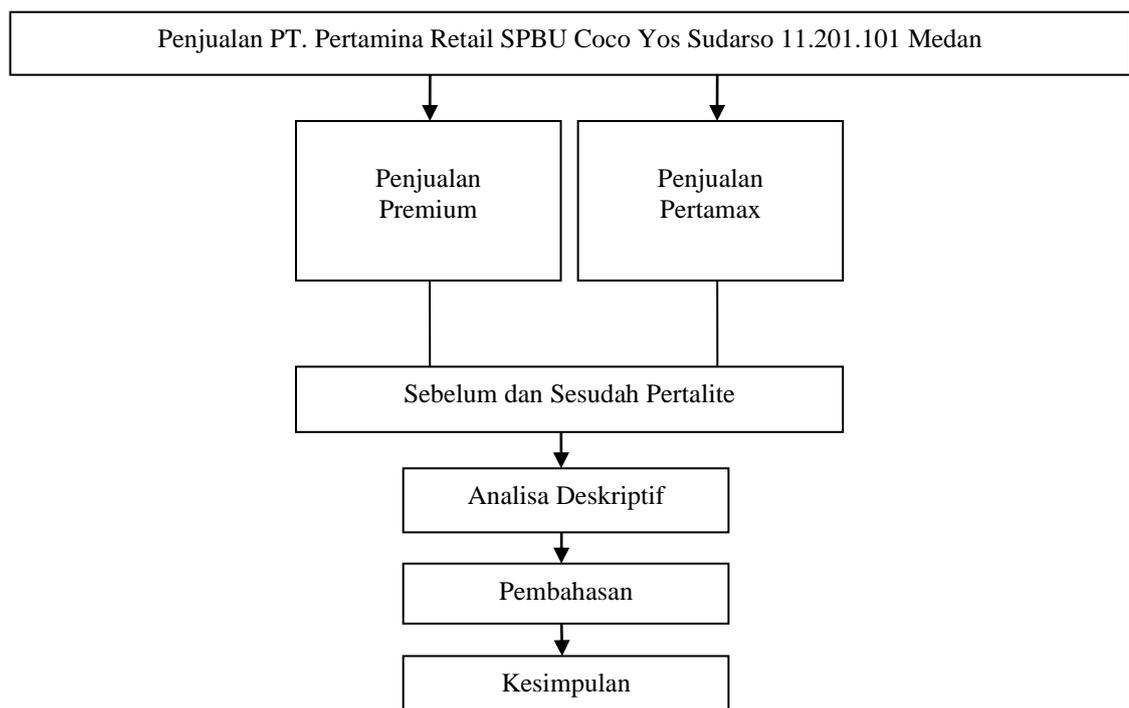
No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Model Analisis	Hasil Penelitian
1	Mointi (2018)	Analisis Perbedaan Tingkat Penjualan Premium Dan Pertamina Sebelum Dan Sesudah Adanya Peralite Pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region VII Sulawesi.	Penjualan	Deskriptif	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan tingkat penjualan premium dan pertamax sebelum dan sesudah adanya peralite pada PT Pertamina /Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi..
2	Matondang (2018)	Analisis Konsumsi Bahan Bakar Jenis Premium, Peralite Dan Pertamina Yang Terpasang Pada Sepeda Motor 125cc	Penjualan	Deskriptif	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Bahan bakar pertamax lebih unggul dari pada bahan bakar premium dan peralite. Dilihat dari torsi, daya, emisi gas buang dan konsumsi spesifik. Untuk mendapatkan analisa yang lebih lengkap masih diperlukan beberapa pengamatan, diantaranya pengujian pada jalan lintasan, jalan yang mendaki, ataupun jalan yang tidak rata.
3	Fadlan (2017)	Analisis Perbedaan Tingkat Pendapatan Pedagang Sayur Sesudah Dan Sebelum Relokasi Dari Pasar Merjosari Ke Pasar Landungsari	Penjualan	Deskriptif	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan harga jual sayur, kuantitas penjualan, total biaya dan efisiensi usaha yang signifikan yang dialami oleh pedagang sayur sesudah dan sebelum relokasi dari Pasar Merjosari ke

					Pasar Landungsari. Sehingga tidak memberikan perbedaan pendapatan yang signifikan. Perbedaan pendapatan antara sesudah dan sebelum relokasi hanya sebesar Rp. 1.855.769. Artinya, setiap pedagang rata-rata hanya mengalami kenaikan pendapatan sebesar Rp. 61.859.
4	Resmawati (2017)	Analisis Perbandingan Volume Penjualan Sebelum Dan Sesudah Mendapatkan Sertifikasi Halal (Studi Pada PT Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018)	Penjualan	Deskriptif	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa rata-rata volume penjualan sebelum sertifikasi halal adalah sebesar 33,03% dan setelah sertifikasi halal adalah 21,11%, tetapi hasil tersebut tidak dapat dibandingkan karena tahun realisasi penjualan setelah sertifikasi halal baru dua tahun berjalan sedangkan sebelum sertifikasi sudah empat tahun. Tetapi volume penjualan setelah sertifikasi mengalami kenaikan yang signifikan.
5	Waciko (2014)	Analisis Perbedaan Rata-Rata Penjualan Mobil Di Bali Berdasarkan Merek Dan Kualitas Produk (Studi Kasus pada 5 merek mobil : Toyota, Suzuki, Daihatsu, Honda dan Mitsubishi)	Penjualan	Deskriptif	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Faktor merek berpengaruh secara signifikan terhadap perbedaan rata-rata penjualan mobil yang dibandingkan sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap rata-rata perbedaan penjualan

Sumber : Diolah Penulis 2021

2.3 Kerangka Konseptual

PT Pertamina /Persero sebagai lokomotif perekonomian bangsa yang merupakan perusahaan milik Negara atau BUMN yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energy baru dan terbarukan. Pertamina menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola korporasi yang baik sehingga dapat berdaya saing yang tinggi di dalam era globalisasi. Peralite dan Pertamax merupakan bahan bakar minyak yang tidak mendapatkan subsidi dari pemerintah, sedangkan premium merupakan bahan bakar minyak yang mendapatkan subsidi dari pemerintah, sehingga harga jualnya di tentukan oleh pemerintah. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dibuat kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Diolah Penulis 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Rusiadi (2013:14), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau penghubungan dengan variabel lain.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Perusahaan PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101
Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan selesai, dengan format berikut:

Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian

No	Aktivitas	Bulan				
		Maret 2021	April 2021	Mei 2021	Juni 2021	Juli 2021
1	Riset awal/Pengajuan Judul	■				
2	Penyusunan Proposal		■			
3	Seminar Proposal			■		
4	Perbaikan Acc Proposal				■	
5	Pengolahan Data				■	
6	Penyusunan Skripsi					■
7	Bimbingan Skripsi					■
8	Meja Hijau					■

Sumber: Penulis (2021)

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti.

Penelitian ini menggunakan 1 (satu) variabel yaitu: penjualan.

3.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional di lapangan. Definisi operasional sebaiknya berasal dari konsep teori dan definisi atau gabungan keduanya, yang ada di lapangan.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
1	Penjualan	Kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. (Engel, 2014:5)	Jumlah Penjualan Per Tahun	Rasio

Sumber: Penulis (2021)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah data sekunder dalam bentuk kuantitatif yaitu data yang diukur berdasarkan skala numerik seperti nilai rasio. Data penelitian tersebut diperoleh peneliti dari laporan keuangan tahunan yang diterbitkan perusahaan secara rutin setiap periodenya pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan.

3.4.2 Sumber Data

Adapun sumber data tersebut tersedia pada laporan keuangan PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan. Periode data penelitian ini meliputi data dari tahun 2015 dan 2019.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi, yaitu dengan mempelajari, mengklasifikasikan, dan menganalisis data sekunder berupa catatan-catatan, laporan keuangan tahunan maupun informasi yang terkait dengan lingkup penelitian ini. Laporan keuangan yang digunakan adalah berupa laporan keuangan tahunan Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 dan 2019.

3.6 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan secara terus menerus dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari dokumen sampai dengan penarikan kesimpulan. Didalam melakukan analisis data peneliti mengacu kepada beberapa tahapan antara lain:

3.6.1 Reduksi data

Data yang diperoleh di lapangan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan rinci. Dalam penulisan data selalu diadakan analisis melalui reduksi, rangkuman, pemilihan pokok-pokok permasalahan yang penting, menyusunnya secara sistematis sehingga lebih mudah dikendalikan. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan serta mempermudah peneliti mencari kembali data yang diperoleh jika diperlukan, disamping itu reduksi data dapat pula membantu peneliti memberi kode pada aspek-aspek tertentu.

3.6.2 *Display data / sajian data*

Membuat perbandingan-perbandingan antara fakta yang satu dengan fakta yang lainnya, sehingga menemukan *general design* yang diperoleh dari sekumpulan data tebal, menyusunnya dalam kategori-kategori inti melalui penyeleksian data secara ketat.

3.6.3 *Verifikasi data*

Dalam proses verifikasi data selalu diupayakan mencari makna, mencari pola, tema, hubungan dan persamaan dari setiap data yang diperoleh. Data dari lapangan kemudian disajikan melalui reduksi data maupun verifikasi yang bersifat sementara. Kemudian diperbandingkan antara data yang satu dengan data yang lain dan dilakukan distorsi sehingga menghasilkan proposi-proposisi yang merupakan konsep-konsep sebagai embrio terbentuknya teori.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso

11.201.101 Medan

PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan yang beralamat di Jl. K. L. Yos Sudarso No. 6 Medan adalah salah satu SPBU milik PT. Pertamina (Persero) yang dikelola atau dioperasikan oleh anak perusahaannya yaitu PT. Pertamina Retail. SPBU ini adalah SPBU Coco pertama di Indonesia yang menjadi pelopor SPBU Coco lainnya. Berdiri pada tanggal 09 September 2002, SPBU ini diharapkan dapat menjadi SPBU percontohan untuk SPBU Coco atau swasta yang sudah ada sebelumnya. Hal ini dikarenakan pada saat itu citra SPBU dalam pandangan masyarakat sudah buruk dan cenderung merugikan pelanggan SPBU. Sebelum ada PT. Pertamina Retail, SPBU Coco Yos Sudarso berada dalam struktur organisasi PT. Pertamina (Persero) Region I Medan khususnya dibawah supervisi *Sales Representative Fuel Retail* Pertamina Region I Medan (dahulu disebut Kepala Penjualan Pertamina UPMS-I Medan). Terhitung mulai tanggal 1 Maret 2006. SPBU Coco Yos Sudarso dan SPBU Coco dialihkan kedalam manajemen anak perusahaan PT. Pertamina (Persero) yaitu PT. Pertamina Retail yang diharapkan mampu meningkatkan citra PT. Pertamina (Persero) dalam pasar retail yang semakin kompetitif dengan memberikan

perspektif baru, untuk itu PT. Pertamina Retail harus dikelola secara profesional dan menguntungkan.

2. Visi dan Misi PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso

11.201.101 Medan

a. Visi

Dalam operasionalnya perusahaan mempunyai visi tertentu. Adapun visi perusahaan yaitu menjadi perusahaan retail yang profesional, unggul dan mandiri

b. Misi

- 1) Mendukung usaha PT. Pertamina (Persero) dalam mempertahankan posisi *Market Leader* Usaha Retail di pasar domestik.
- 2) Meningkatkan citra PT. Pertamina (Persero) melalui jaringan retail SPBU milik PT. Pertamina (Persero).
- 3) Menjadi salah satu kontributor perolehan laba PT. Pertamina (Persero).
- 4) Mengembangkan usaha retail Pertamina dan Niaga BBM dipasar domestik dan internasional dengan optimalisasi jaringan retail.

4.1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan

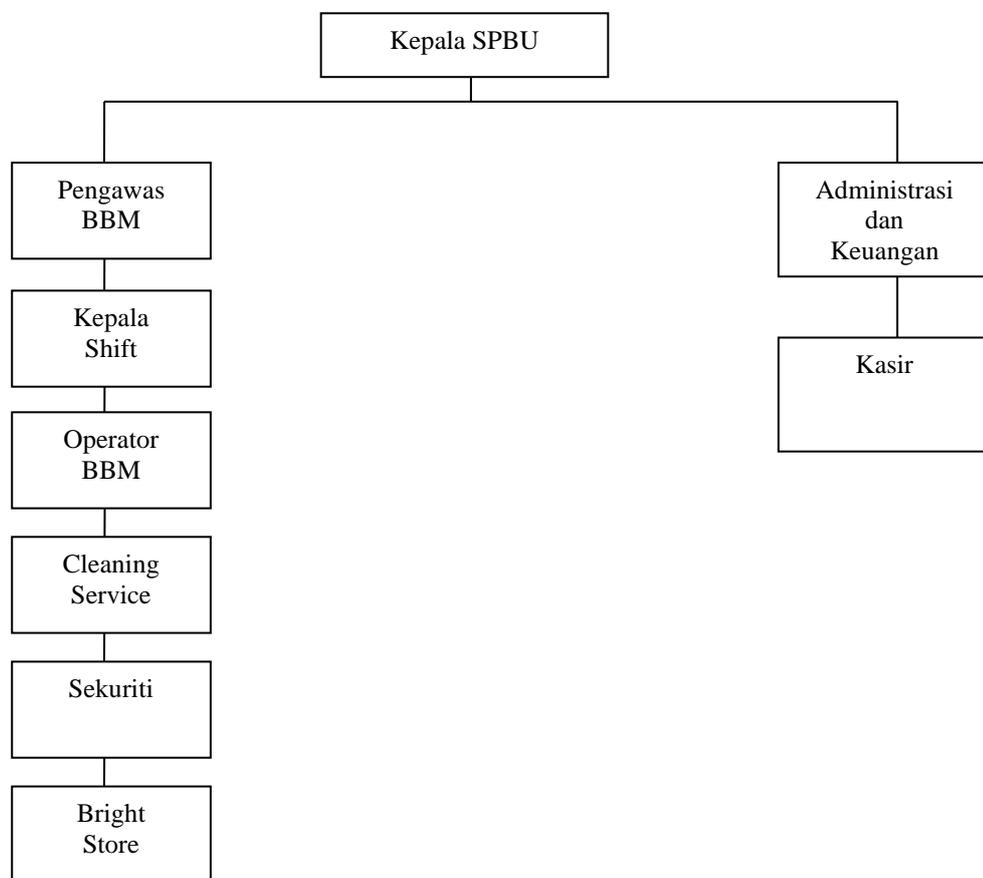
antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan dikerjakan. Organisasi merupakan wadah dalam sekelompok orang yang berkerjasama untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Struktur organisasi suatu sistem dari aktivitas kerjasama yang disusun untuk mencapai tujuan organisasi yang lebih memadai. Jadi struktur organisasi merupakan kerangka susunan perwujudan pola tetap hubungan, fungsi, bagian atau posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Agar manajemen dalam suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik, maka perlu suatu struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Struktur organisasi adalah susunan dari setiap jabatan dan hubungannya antara jabatan-jabatan yang sudah stabil dan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi orang yang bergabung dalam organisasi.

Agar manajemen dalam suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik, maka perlu suatu struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Struktur organisasi adalah susunan dari setiap jabatan dan hubungannya antara jabatan-jabatan yang sudah stabil dan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi orang yang bergabung dalam organisasi.

Struktur organisasi bagi perusahaan tidak selalu sama dengan perusahaan lainnya walaupun sejenis, karena organisasi perusahaan harus disesuaikan dengan

bentuk dan seluruh kegiatan perusahaan. Dalam menjalankan roda organisasi, SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan mempunyai struktur organisasi berbentuk garis dan staf. Dalam struktur organisasi ini dikenal satu garis komando dimana masing-masing bawahan melaksanakan tugas-tugasnya dan bertanggung jawab kepada atasannya.

Struktur organisasi pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan adalah sebagai berikut:



Sumber : PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan (2021)

Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Berikut ini adalah uraian tugas setiap posisi jabatan yang ada di PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan, yaitu:

1. Kepala SPBU

Tugas : Memastikan manajemen operasional SPBU, pengelolaan pelanggan deposit BBM dan koordinasi bisnis diselenggarakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan. Wewenang :

- a. Memastikan efektifitas penyelenggaraan kerjasama atau kemitraan dengan pihak eksternal (*vendor*) yang ada di SPBU.
- b. Memastikan hubungan perusahaan dengan lingkungan eksternal di area bisnisnya terbina dengan efektif (PT. Pertamina Persero, Instalasi Medan Group dan Perusahaan transportir BBM).
- c. Memastikan kebijakan informasi penting dipahami dan dijalankan oleh karyawan di jajaran organisasinya.
- d. Memastikan kepatuhan dan konsistensi serta mengevaluasi implementasi sistem laporan-laporan operasional SPBU (laporan harian, bulanan dan keuangan) *update* secara kontinu dan tepat waktu.
- e. Memastikan seluruh sumber daya dibawah supervisinya bekerja secara optimal dan proporsional untuk mendukung bisnis perusahaan.

2. Pengawas Bahan Bakar Minyak

Tugas : Memastikan kelancaran operasional penjualan BBM di SPBU sesuai sistem manajemen stok yang diselenggarakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan. Wewenang :

- a. Memastikan ketersediaan pasokan BBM di SPBU melalui koordinasi yang efektif dengan PT. Pertamina Persero, Instalasi Medan Group dan Perusahaan transportir BBM.
- b. Memastikan kualitas dan kuantitas BBM yang diterima dari mobil tangki sesuai standarisasi Pertamina Way dan Sistem manajemen keselamatan, kesehatan kerja dan lingkungan lingkungan.
- c. Memastikan kesiapan dan kehandalan semua peralatan yang berhubungan dengan penjualan BBM.
- d. Memastikan kepatuhan dan konsistensi serta mengevaluasi semua pekerja SPBU terhadap implementasi standarisasi Pertamina Way.
- e. Memastikan semua laporan-laporan yang berhubungan dengan BBM *terupdate* dan tepat waktu.
- f. Memastikan koordinasi perusahaan dengan pihak eksternal (pihak Perbankan dan beberapa *vendor* yang ada) di area SPBU terbina dengan efektif serta saling menguntungkan.
- g. Memastikan ketersediaan peralatan-peralatan pendukung operasional SPBU sesuai kebutuhan dan dipahami oleh pekerja terkait dalam penggunaannya.
- h. Memastikan kegiatan operasional *Bright Store* terkoordinir sesuai tujuan bisnis perusahaan.
- i. Memastikan peralatan-peralatan pendukung operasional SPBU dan fasilitas SPBU lainnya terawat dengan baik sesuai jadwal *maintenance*.

- j. Memastikan potensi pengembangan bisnis *Non Fuel Retail* yang lain di SPBU untuk mendukung tujuan bisnis perusahaan.

3. Administrasi Dan Keuangan

Tugas : Memastikan terlaksananya strategi dan kebijakan *money plan* serta upaya konsistensi sistem pelaporan keuangan SPBU ke *Head Office* dengan *update* dan tepat waktu. Wewenang :

- a. Memastikan pengaturan keuangan SPBU sesuai rencana dan anggaran yang ditentukan perusahaan.
- b. Memastikan semua laporan keuangan SPBU (Laporan harian, *Back Office System*, Perbankan, Pelanggan *Radio Frequency Identification*, dan lain-lain) ke *Head Office* terupdate dan tepat waktu.
- c. Memastikan ketersediaan *Voucher* BBM untuk pelanggan *corporate* serta merecord data calon pelanggan baru untuk disampaikan ke pimpinan.
- d. Memastikan uang hasil penjualan BBM sesuai dengan laporan penjualan dan disetorkan ke rekening perusahaan sesuai batas waktu yang ditentukan.
- e. Memastikan koordinasi perusahaan (dalam hal retribusi atau iuran) dengan pihak eksternal (Pemda setempat, Kepolisian dan Ormas) terbina dengan efektif dan seefisien mungkin.

4. Kasir

Tugas : Memastikan uang hasil penjualan BBM sesuai dengan laporan penjualan dan disetorkan ke rekening perusahaan. Wewenang :

- a. Menghitung uang hasil penjualan dari Operator BBM.

- b. Menyiapkan uang untuk disetorkan ke Bank.
- c. Membuat rincian total uang didalam brankas setiap *stock opname* (perbulan).
- d. Menyiapkan kuitansi *voucher* deposit bagi pelanggan yang membeli *Voucher*.
- e. Mencatat ketidakhadiran pekerja SPBU kedalam buku.
- f. Membuat rincian gaji pekerja SPBU perbulan.
- g. Membuat tagihan bagi pelanggan kredit SPBU.

4.1.3 Analisis Penjualan PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Tabel 4.1 Pendapatan Produk Premium 88 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019

Tahun	Nama Produk	Penjualan (Liter)	Harga Jual (Rp/Liter)	Total Pendapatan	Selisih Pendapatan
2015	Premium	556.030	7.300	4.059.019.000	115.806.800
2016	Premium	599.372	6.950	4.165.635.400	106.616.400
2017	Premium	652.070	6.550	4.271.058.500	105.423.100
2018	Premium	672.813	6.500	4.373.284.500	102.226.000
2019	Premium	693.794	6.450	4.474.971.300	101.686.800

Sumber: PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan produk Premium 88 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.115.806.800 dan menurun pada tahun 2016 sebesar Rp.106.616.400 sampai pada tahun 2019 sebesar 101.686.800.

Tabel 4.2 Pendapatan Produk Pertamina 92 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019

Tahun	Nama Produk	Penjualan (Liter)	Harga Jual (Rp/Liter)	Total Pendapatan	Selisih Pendapatan
2015	Pertamax	2.278.397	9.700	22.100.450.900	556.415.100
2016	Pertamax	2.682.293	8.450	22.665.375.850	564.924.950
2017	Pertamax	2.719.568	8.400	22.844.371.200	178.995.350
2018	Pertamax	2.252.507	10.400	23.426.072.800	581.701.600
2019	Pertamax	2.653.712	9.000	23.883.408.000	457.335.200

Sumber: PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan produk Pertamina 92 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.556.415.100 dan meningkat pada tahun 2016 sebesar Rp.564.924.950. Akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar Rp.178.995.350 dan meningkat lagi pada tahun 2018 sebesar Rp.581.701.600. Akan tetapi terjadi lagi penurunan pada tahun 2019 sebesar Rp.457.335.200.

Tabel 4.3 Pendapatan Produk Peralite 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019

Tahun	Nama Produk	Penjualan (Liter)	Harga Jual (Rp/Liter)	Total Pendapatan	Selisih Pendapatan
2015	Pertalie	5.889.325	8.500	50.059.262.500	-
2016	Pertalie	6.384.610	7.950	50.757.649.500	698.387.000
2017	Pertalie	6.797.568	7.500	50.981.760.000	224.110.500
2018	Pertalie	6.631.277	7.800	51.723.960.600	742.200.600
2019	Pertalie	6.857.832	7.650	52.462.414.800	738.454.200

Sumber: PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan produk Peralite 90 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.698.387.00 dan menurun pada tahun 2017 sebesar Rp.224.110.500. Akan tetapi terjadi peningkatan pada tahun 2018 sebesar Rp.742.200.600 dan menurun lagi pada tahun 2019 sebesar Rp.738.454.200.

Tabel 4.4 Total Pendapatan Produk Premium 88 Oktan, Pertamina 92 Oktan dan Peralite 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan Periode 2015 sampai 2019

Tahun	Nama Produk			Total	Selisih Total
	Premium 88 Oktan	Pertamax 92 Oktan	Peralite 90 Oktan		
2015	4.059.019.000	22.100.450.900	50.059.262.500	76.218.732.400	-
2016	4.165.635.400	22.665.375.850	50.757.649.500	77.588.660.750	1.369.928.350
2017	4.271.058.500	22.844.371.200	50.981.760.000	78.097.189.700	508.528.950
2018	4.373.284.500	23.426.072.800	51.723.960.600	79.523.317.900	1.426.128.200
2019	4.474.971.300	23.883.408.000	52.462.414.800	80.820.794.100	1.297.476.200
Total	21.343.968.700	114.919.678.750	255.985.047.400		

Sumber: PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa total pendapatan Produk Premium 88 Oktan, Pertamina 92 Oktan dan Peralite 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.1.369.928.350 dan terjadi penurunan tahun 2017 sebesar Rp.508.528.950. Pada tahun pada 2018 terjadi peningkatan sebesar Rp.1.426.128.200 sampai pada tahun 2019 sebesar Rp.1.297.467.200. Hasil ini juga menunjukkan tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* terus meningkat, dengan sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan penjualan *premium* sebelum dan sesudah ada *pertalite* mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai 2019, akan tetapi penjualan *pertamax* sebelum dan sesudah ada *pertalite* mengalami penurunan pada tahun 2018.

Pendapatan produk Premium 88 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.115.806.800

dan menurun pada tahun 2016 sebesar Rp.106.616.400 sampai pada tahun 2019 sebesar 101.686.800.

Pendapatan produk Pertamina 92 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.556.415.100 dan meningkat pada tahun 2016 sebesar Rp.564.924.950. Akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar Rp.178.995.350 dan meningkat lagi pada tahun 2018 sebesar Rp.581.701.600. Akan tetapi terjadi lagi penurunan pada tahun 2019 sebesar Rp.457.335.200.

Pendapatan produk Pertamina 90 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.698.387.00 dan menurun pada tahun 2017 sebesar Rp.224.110.500. Akan tetapi terjadi peningkatan pada tahun 2018 sebesar Rp.742.200.600 dan menurun lagi pada tahun 2019 sebesar Rp.738.454.200.

Total pendapatan Produk Premium 88 Oktan, Pertamina 92 Oktan dan Pertamina 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.1.369.928.350 dan terjadi penurunan tahun 2017 sebesar Rp.508.528.950. Pada tahun pada 2018 terjadi peningkatan sebesar Rp.1.426.128.200 sampai pada tahun 2019 sebesar Rp.1.297.467.200. Hasil ini juga menunjukkan tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* terus meningkat, dengan sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan yang didapat PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan antara lain:

1. Stok bahan bakar tidak boleh kosong, apabila kosong akan mengakibatkan menurunnya penjualan dan konsumen beralih ke SPBU lain untuk mengisi bahan bakar.
2. Kualitas bahan bakar yang dijual harus terjamin serta terjaga mutu dan kualitasnya.
3. Naik turunnya harga minyak dunia yang mempengaruhi harga jual bahan bakar menjadi tidak tetap atau tidak stabil di setiap periodenya.
4. Persaingan antara sesama SPBU Coco atau SPBU swasta lainnya yang mempengaruhi margin serta pertumbuhan laba yang diperoleh PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan.
5. Pelayanan pekerja yang mempengaruhi penjualan.
6. Alat pembayaran non tunai juga mempengaruhi penjualan di SPBU Coco, karena sudah semakin banyak para konsumen menggunakan pembayaran non tunai. Seperti menggunakan Atm Kredit. Jika tidak ada alat transaksi maka konsumen pindah ke SPBU lain.
7. Terjadinya kerusakan pada pompa juga mempengaruhi penjualan. Karena jika terjadi kerusakan maka pompa tersebut akan ditutup sampai pompa tersebut dapat beroperasi kembali. Dan ini juga mempengaruhi pendapatan penjualan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah didapatkan, maka dapat ditarik kesimpulan adalah penjualan *premium* sebelum dan sesudah ada pertalite mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai 2019, akan tetapi penjualan *pertamax* sebelum dan sesudah ada pertalite mengalami penurunan pada tahun 2018.

Pendapatan produk Premium 88 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.115.806.800 dan menurun pada tahun 2016 sebesar Rp.106.616.400 sampai pada tahun 2019 sebesar 101.686.800.

Pendapatan produk Pertamax 92 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2015 sebesar Rp.556.415.100 dan meningkat pada tahun 2016 sebesar Rp.564.924.950. Akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar Rp.178.995.350 dan meningkat lagi pada tahun 2018 sebesar Rp.581.701.600. Akan tetapi terjadi lagi penurunan pada tahun 2019 sebesar Rp.457.335.200.

Pendapatan produk Peralite 90 Oktan pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.698.387.00 dan menurun pada tahun 2017 sebesar Rp.224.110.500. Akan tetapi terjadi peningkatan pada tahun 2018 sebesar Rp.742.200.600 dan menurun lagi pada tahun 2019 sebesar Rp.738.454.200.

Total pendapatan Produk Premium 88 Oktan, Pertamina 92 Oktan dan Peralite 90 Oktan Pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan pada tahun 2016 sebesar Rp.1.369.928.350 dan terjadi penurunan tahun 2017 sebesar Rp.508.528.950. Pada tahun pada 2018 terjadi peningkatan sebesar Rp.1.426.128.200 sampai pada tahun 2019 sebesar Rp.1.297.467.200. Hasil ini juga menunjukkan tingkat perbedaan penjualan *premium* dan *pertamax* terus meningkat, dengan sebelum dan sesudah adanya *pertalite* pada PT. Pertamina Retail SPBU Coco Yos Sudarso 11.201.101 Medan periode tahun 2015 sampai 2019.

5.2 Saran

Dari beberapa keterbatasan penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya diantaranya adalah:

1. Selalu memperhatikan stock bahan bakar supaya tidak kehabisan pada saat pemesanan.
2. Tetap menjaga mutu dan kualitas bahan bakar tersebut sehingga dapat konsumen dapat bertambah dan pendapatan dapat meningkat.
3. Kepada pekerja khususnya operator harus lebih meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan dapat menangani masalah dan keluhan konsumen mengenai bahan bakar.
4. Jangan sampai melakukan kecurangan pada literan pompa yang mengakibatkan konsumen dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, Alvin A, Elder. (2013). *Auditing Dan Jasa Assurance*. Jakarta: Erlangga.
- Arnould, E. (2013). *Consumers*. New York : Mcgraw-Hill Companies, Inc Belkaoui,
- Ahmed Riahi. (2016). *Accounting Theory: Teori Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Barus, M. D. B., & Azzahra, A. S. (2020). Analisis Aplikasi Dan Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi Fungsi Permintaan Dan Penawaran. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 11(1), 103-114.
- Cravens, D. W. (2016). *Pemasaran Strategis*. Alih Bahasa: Lina Salim. Jakarta: Erlangga
- Donald E. Kieso, Dkk. (2012). *Akuntansi Intermediate*. Jakarta: Erlangga.
- Engel, J. F. R. (2014). *Consumer Behavior*. Eight Edition. Orlando: The Dryden Press.
- Fadlan. (2017). *Analisis Perbedaan Tingkat Pendapatan Pedagang Sayur Sesudah Dan Sebelum Relokasi Dari Pasar Merjosari Ke Pasar Landungsari. Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang. Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 1 Jilid 3/Tahun 2017 Hal. 297 – 309. Universitas Muhammadiyah Malang.*
- Gondodiyoto, Sanyoto. (2014). *Audit Sistem Informasi*, Edisi Revisi, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Hansen, Don R Dan Marynne M. Mowen. (2014). *Akuntansi Manajemen*, Edisi Tujuh, Salemba Empat, Jakarta.
- Hery. 2011. *Auditing I, Dasar-Dasar Pemeriksaan Auditing*, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2012). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Irawan, I. (2020). Perencanaan Keuangan Dan Manajemen Biaya Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Di Desa Timbang Jaya Kecamatan Bahorok Langkat Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 278-289.
- Matondang, Irpan Suheri. (2018). *Analisis Konsumsi Bahan Bakar Jenis Premium, Pertalite Dan Pertamina Yang Terpasang Pada Sepeda Motor 125cc. Skripsi Universitas Medan Area Medan*. Skripsi Universitas Medan Area.

- Mointi, Renny. (2018). *Analisis Perbedaan Tingkat Penjualan Premium Dan Pertamina Sebelum Dan Sesudah Adanya Pertalite Pada Pt Pertamina (Persero) Marketing Operation Region Vii Sulawesi. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia (Stim Lpi) Makassar. Jurnal Dosen Stim Lpi Jln Bung No 32 Tamalanrea Makassar.*
- Mulyadi. (2015). *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Salemba Empat, Jakarta
- Muller, H. (2013). *Customer Behavior In Research Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Nasution, N. A., & Oktari, A. (2021). Pengaruh Cash Flow, Account Receivable Turnover, Modal Kerja Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Likuiditas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 11(2), 91-115.
- Oemi. (2015). *Measuring Customer Satisfaction; Survey Design, Use And Statistical Analysis Methods*. Usa: Asq Quality Press, Wisconsin.
- Resmawati, Resi. (2017). *Analisis Perbandingan Volume Penjualan Sebelum Dan Sesudah Mendapatkan Sertifikasi Halal (Studi Pada Pt Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018)*. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom Bandung*.
- Rusiadi, Et Al, (2013). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi Pembangunan*. Medan : Usu Press.
- Sari, A. K., Saputra, H., & Nainggolan, W. G. (2019). Pengaruh Praktik Perataan Laba Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(1), 60-70.
- Stice Dan Skousen. (2015). *Akuntansi Intermediate*. Edisi Keenam Belas, Buku I. Salemba Empat, Jakarta.
- Waciko, Kadek Jemmy. (2014). *Analisis Perbedaan Rata-Rata Penjualan Mobil Di Bali Berdasarkan Merek Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada 5 Merek Mobil : Toyota, Suzuki, Daihatsu, Honda Dan Mitsubishi)*. *Jurnal Politeknik Negeri Bali. Jurnal Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali*.
- Warren Carl. S, James M. Reevedan Philip E. Fees. (2015). *Pengantar Akuntansi*. Edisi 21. Salemba Empat, Jakarta.