

## PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP PENJUALAN PADA PT. PT SHINDENGEN INDONESIA

**Hartanti**

Program Studi Manajemen Perpajakan  
Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta  
[hartanti.hti@bsi.ac.id](mailto:hartanti.hti@bsi.ac.id)

### ABSTRACT

*Sales is the main thing in the company, because the main source of income comes from the sale. This study aimed to determine the effect of the cost of production to sales at PT. Shindengen Indonesia. This study used quantitative analysis techniques, which are becoming variable  $x$  is a variable  $y$ , while production costs are the result of the sale. Data in the form of time series data is data production costs and sales results from January 2013 to December 2015. Penulis using correlation analysis, regression and determination, and the data were processed using SPSS version 21. The results showed that there is a very strong relationship of 0.998 between production costs with sales and coefficient of determination shows R Square of 99.6% where the results of sales at PT Shindengen Indonesia affected by the cost of production amounted to 99.6%, remaining at 0.4% influenced by other variables that are not analyzed in this study. Based on hypothesis testing by  $t$  test obtained  $t$  count  $>$   $t$  table ( $87\ 945 > 2.032$ ), then  $H_0$  is rejected, it means that there are significant effect between production costs with sales results. To suppress the increase in production costs as a result of failure cost PT Shindengen Indonesia should provide guidance to employees to keep concentration at work and always adhere to the intruction work or work instructions so as to reduce production costs and profits can be increased.*

*Key words: Costs of production, sales*

### I. PENDAHULUAN

Penjualan adalah merupakan hal utama dalam perusahaan, karena sumber pendapatan yang utama berasal dari penjualan. Perusahaan melakukan strategi untuk mendapatkan hasil penjualan yang maksimal. Salah satunya dengan memperhatikan proses pembuatan produk dengan sebaik mungkin sehingga menghasilkan produk yang berkualitas. PT Shindengen Indonesia perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang otomotif yaitu memproduksi regulator untuk kendaraan roda dua. Dalam memproduksi produk tersebut PT Shindengen Indonesia sangat memperhatikan proses pembuatan produk, membuatnya sesuai dengan intruksi kerja yang sudah tertera pada proses tersebut. Hal ini diharapkan memperkecil kemungkinan terjadinya salah dalam pemakaian bahan atau salah proses dalam merakit dan tentunya dapat memperkecil biaya produksi.

Seiring pergantian tahun harga barang mentah melonjak naik, maka biaya produksi pun semakin naik seiring dengan bertambah mahal nya barang barang material yang akan diolah dan hal ini akan mempengaruhi penjualan yang dilakukan. Untuk itu perusahaan melakukan langkah dengan menomor satu kan kualitas agar customer atau pelanggan tetap percaya dengan produk yang kita hasilkan itu adalah salah satu cara agar hasil

penjualan setiap bulannya tidak ada penurunan.

Dengan begitu ketika perusahaan ingin menaikkan harga jual terhadap produk *77customer* atau pelanggan tidak keberatan dengan harga yang kita tawarkan, karena *customer* atau pelanggan telah menegetahui kualitas produk yang kita hasilkan. Hasil penjualan sangatlah berpengaruh terhadap keuangan perusahaan, semakin hasil nya meningkat semakin besar kemungkinan laba yang diperoleh apabila perusahaan tersebut dapat menstabilkan biaya produksi.

### II. TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Biaya Produksi

##### A. Pengertian Biaya Produksi

Mulyadi (2009:14) mendefinisikan biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual.

Karyana (2008:81) mendefinisikan biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi atau semua beban yang ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu barang atau jasa.

Berdasarkan pengertian tersebut yang dimaksud dengan biaya produksi adalah semua biaya yang disebabkan karena adanya proses produksi. Biaya produksi dalam suatu perusahaan

(khususnya manufaktur) merupakan bagian terpenting dalam proses produksi, hal ini dikarenakan biaya produksi dalam perusahaan tersebut merupakan pengeluaran yang paling besar diantara biaya-biaya yang lain dan terjadi terus menerus selama proses produksi terus berjalan.

#### B. Unsur-Unsur Biaya Produksi

Carter (2009:40) menyatakan bahwa unsur-unsur biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. **Biaya bahan baku langsung**  
Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri. Didalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolahan lain. Timbul masalah unsur biaya apa saja yang diperhitungkan sebagai harga pokok bahan baku yang dibeli. Transaksi pembelian lokal bahan baku melibatkan bagian-bagian produksi, gudang, pembelian, penerimaan barang, dan asuransi. Dokumen sumber dan dokumen pendukung yang dibuat dalam transaksi pembelian lokal bahan baku terdiri dari prosedur permintaan pembelian lain, prosedur order pembelian, prosedur penerimaan barang digudang dan prosedur pencatatan hutang.  
Biaya bahan baku langsung adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Contoh dari bahan baku langsung adalah kayu yang digunakan untuk membuat furniture dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin. Kemudahan penelusuran item bahan bakutersebut ke produk final merupakan pertimbangan utama dalam mengklasifikasikan suatu biaya sebagai bahan baku langsung. Misalnya saja, jumlah paku di furnitur merupakan bagian integral dari barang jadi, tetapi karena biaya dari paku yang diperlukan untuk setiap furnitur tidak signifikan, maka paku diklasifikasikan sebagai bahan baku tidak langsung.
2. **Biaya tenaga kerja langsung**  
Tenaga kerja langsung merupakan pelaku utama dalam produksi, pengeluaran biaya-biaya untuk gaji atau upah tenaga kerja juga sangat besar. Menurut Halim (2010:73) "biaya tenaga kerja langsung didefinisikan sebagai pembayaran-pembayaran kepada para pekerja yang didasarkan pada jam kerja atau atas dasar unit yang diproduksi.

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu. Di pabrik yang sangat terotomatisasi, dua masalah sering muncul ketika dilakukan usaha untuk mengidentifikasi tenaga kerja langsung sebagai elemen biaya yang terpisah. Pertama, pekerja yang sama melakukan berbagai tugas. Mereka dapat bergantian mengerjakan tugas tenaga kerja langsung kemudian tugas tenaga kerja tidak langsung secara cepat dan sering, sehingga biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung menjadi samga sulit atau bahkan tidak mungkin untuk dipisahkan. Kedua, tenaga kerja langsung mungkin merupakan bagian yang tidak signifikan dari total biaya produksi, sehingga sulit untuk menjustifikasi identifikasi biaya tenaga kerja langsung sebagai elemen biaya yang terpisah. Dalam situasi dimana satu atau kedua situasi tersebut ada, satu klasifikasi biaya konversi adalah memadai, sehingga bahan baku langsung menjadi satu-satunya elemen biaya yang ditelusuri secara langsung ke produk.

#### 3. Biaya Overhead Pabrik

Halim (2010:90) mendefinisikan biaya overhead pabrik adalah seluruh biaya produksi yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya bahan baku langsung atau biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik dapat pula didefinisikan sebagai seluruh biaya produksi yang tidak dilacak atau tidak perlu dilacak ke unit produksi secara individual. Jadi, biaya overhead pabrik merupakan seluruh biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang tidak diklasifikasikan kedalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya overhead pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara penggolongan yaitu:

- a. **Penggolongan menurut sifatnya**  
Perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Penggolongan biaya overhead pabrik menurut sifatnya adalah:
  - Biaya bahan penolong
  - Biaya reparasi dan pemeliharaan
  - Biaya tenaga kerja tidak langsung
  - Biaya yang timbul sebagai penilaian terhadap aktiva tetap
  - Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu
  - Biaya overhead lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.

- b. Penggolongan menurut prilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
- Biaya overhead pabrik tetap adalah biaya overhead pabrik yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan, seperti gaji, tunjangan perusahaan, transport, penyusutan, pajak dan asuransi.
  - Biaya overhead pabrik variabel adalah biaya overhead pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, seperti bahan pembantu, listrik, air dan gas, bahan bakar, pemeliharaan dan perbaikan mesin.
  - Biaya overhead pabrik semivariabel adalah biaya overhead pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- c. Penggolongan menurut hubungannya dengan departemen
- Biaya overhead pabrik langsung departemen adalah biaya overhead pabrik yang terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya hanya dinikmati oleh departemen tersebut.
  - Biaya overhead pabrik tidak langsung departemen adalah biaya overhead pabrik yang manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.

### C. Macam-Macam Biaya Produksi

Secara sederhana biaya produksi dapat dicerminkan oleh jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan sejumlah input. Jenis-jenis biaya produksi menurut Sugianto (2000:313) dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu biaya produksi jangka pendek dan biaya produksi jangka panjang.

1. Biaya produksi jangka pendek  
Biaya produksi jangka pendek diturunkan dari fungsi produksi jangka pendek. Dengan demikian biaya produksi jangka pendek juga dicirikan oleh adanya biaya tetap.
2. Biaya produksi jangka panjang  
Biaya produksi jangka panjang biaya yang dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu. Sebagai contoh jika capital atau mesin-mesin tidak dapat diubah sesuai dengan perubahan produksi maka dikatakan biaya jangka pendek dan sebaliknya jika mesin dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu maka dikatakan biaya jangka panjang

### D. Aspek Umum Biaya Produksi

Aspek umum biaya produksi dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Yang menyangkut harta fisik
  - a. Pemilihan dan penentuan letak bangunan, mesin dan peralatan lainnya
  - b. Pemilihan peralatan dan fasilitas.
2. Yang menyangkut perencanaan
  - a. Perencanaan dan perancangan produk yang harus dihasilkan
  - b. Pengembangan dan pemilihan proses teknis
  - c. Pengembangan metode dan standar
  - d. Perencanaan dan pengendalian kegiatan produksi.
3. Yang menyangkut produksi
  - a. Pengadaan dan pengangkatan karyawan, latihan dan pengendalian tenaga kerja
  - b. Pemilihan, penanganan dan penetapan aliran bahan
  - c. Pengarahan umum terhadap kegiatan-kegiatan produksi dan koordinasi dengan bagian-bagian lainnya.

## 2.2. Penjualan

### A. Pengertian Penjualan

Mulyadi (2009:202), mendefinisikan penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli."

Kotler (2006:457), mendefinisikan penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan."

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa penjualan adalah proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar tercapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak dan diharapkan nantinya didapat insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dimana pembelian diharapkan dilakukan sekarang juga melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

### B. Jenis-Jenis Penjualan

Jenis- jenis penjualan menurut Swasta dan irawan (2008:11) adalah:

1. *Trade Selling*  
Penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperhasilkan

pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk yang baru, jadi titik beratnya adalah para penjual melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.

2. *Missionary Selling*  
Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
3. *Technical Selling*  
Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
4. *New Business Selling*  
Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
5. *Responsive Selling*  
Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

Midjan (2010:170) menjelaskan bahwa terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penjualan secara tunai  
Penjualan yang bersifat cash and carry dimana penjualan setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, pembeli langsung menyerahkan pembayaran secara tunai dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.
2. Penjualan kredit  
Penjualan *non cash* dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.
3. Penjualan secara tender  
Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.
4. Penjualan ekspor  
Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit*.
5. Penjualan secara konsinyasi  
Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjualan apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.
6. Penjualan secara grosir  
Penjualan yang dilakukan tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang

perantara yang menjadi perantara pabrik atau importer dengan pedagang eceran.

#### C. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Swasta dan Irawan (2008:129) mengatakan bahwa dalam kenyataannya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun luar, beberapa faktor tersebut antara lain:

1. Kondisi dan kemampuan penjual  
Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu:
    - a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
    - b. Harga pokok
    - c. Syarat penjualan seperti pembayaran, perantaraan garansi dan sebagainya.
  2. Kondisi pasar  
Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat juga mempengaruhi penjualan. Beberapa faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu jenis pasar, kelompok pembeli dan segmennya, daya beli masyarakat, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan konsumen.
  3. Modal  
Perbedaan ketersediaan modal yang dimiliki juga sangat mempengaruhi penjualan perusahaan. Perusahaan dengan modal besar akan cenderung memiliki penjualan yang lebih tinggi karena terkait dengan biaya produksi yang dibebankan kepada produk semakin kecil, berbeda dengan perusahaan dengan modal kecil yang mau tidak mau seluruh beban produksi yang dimiliki dan mark up keuntungan yang diharapkan secara keseluruhan dibebankan kepada produk.
  4. Kondisi organisasi perusahaan
  5. Faktor lain (periklanan, peragaan, kampanye dan pemberian hadiah)
- #### D. Langkah-langkah dalam Proses Penjualan
- Kotler (2006) menjelaskan langkah-langkah dalam proses penjualan meliputi:
1. Memilih Prospek dan Menilai  
Langkah pertama dalam proses penjualan adalah memilih prospek (*prospecting*), yaitu mencari siapa yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial. Tenaga penjual perlu mengetahui cara menilai prospek (*qualify*) artinya cara mengenali calon yang baik dan menyisihkan calon yang jelek. Prospek dapat dinilai dengan meneliti kemampuan

- keuangan, volume bisnis, kebutuhan spesial, lokasi dan kemungkinan untuk tumbuh.
2. Prapendekatan. Sebelum mengunjungi seorang calon pembeli, tenaga penjual sebaiknya mempelajari sebanyak mungkin mengenai organisasi (apa yang dibutuhkan, siapa yang terlibat dalam pembelian) dan pembelinya (karakteristik dan gaya membeli). Langkah-langkah ini dikenal dengan istilah prapendekatan. Wiraniaga sebaiknya menetapkan tujuan kunjungan yang mungkin untuk menilai calon, mengumpulkan informasi, atau membuat penjualan langsung.
  3. Pendekatan. Dalam langkah ini, wiraniaga sebaiknya mengetahui caranya bertemu dan menyapa pembeli serta menjalin hubungan menjadi awal yang baik. Langkah ini mencakup penampilan wiraniaga, kata-kata pembukaan, dan tindak lanjut.
  4. Presentasi dan Demonstrasi. Dalam langkah presentasi dari proses penjualan, tenaga penjual menceritakan "riwayat" produk kepada pembeli, menunjukkan bagaimana produk akan menghasilkan dan menghemat uang. Presentasi penjualan dapat diperbaiki dengan alat bantu demonstrasi, seperti buku kecil, pita video, dan sampel produk.
  5. Mengatasi Keberatan. Pelanggan hampir selalu mempunyai keberatan selama presentasi atau ketika diminta untuk memesan. Dalam mengatasi keberatan wiraniaga harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan tersembunyi, meminta pembeli untuk menjelaskan keberatan, menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak dan mengubah keberatan menjadi alasan untuk membeli.
  6. Menutup. Menutup merupakan langkah dalam proses penjualan ketika wiraniaga meminta pelanggan untuk memesan. Tenaga penjual harus mengetahui cara mengenali tanda-tanda penutupan dari pembeli termasuk gerakan fisik, komentar dan pertanyaan.
  7. Tindak Lanjut. Merupakan langkah terakhir dalam proses penjualan ketika wiraniaga melakukan tindak lanjut setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan bisnis berulang.

### III. METODE PENELITIAN

Didalam penelitian ini menggunakan teknik analisa kuantitatif dimana yang menjadi variabel x adalah biaya produksi sedangkan variabel y adalah hasil penjualan. Data berupa data time series yaitu data biaya produksi dan hasil penjualan dari bulan Januari 2013 sampai dengan Desember 2015. Untuk memudahkan dalam pengolahan data, peneliti memperkecil data dengan meloankan data terlebih dahulu. Penulis menggunakan analisa korelasi, regresi serta determinasi, dan data diolah menggunakan SPSS versi 21.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Data

Berikut ini adalah data biaya produksi dan penjualan selama Januari s/d Desember 2015 yang telah disederhanakan (Ln)

Tabel 1 : Data biaya produksi dan hasil penjualan Januari 2013 s/d Desember 2015

Bulan	Biaya Produksi			Hasil Penjualan		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Januari	21,92	22,44	23,85	22,86	23,67	25,40
Februari	21,91	22,44	23,85	22,85	23,67	25,39
Maret	21,90	22,44	23,85	22,83	23,67	25,39
April	21,90	22,41	23,85	22,83	23,64	25,39
Mei	21,90	22,40	23,83	22,83	23,64	25,39
Juni	21,90	22,38	23,83	22,84	23,63	25,39
Juli	21,99	22,41	23,83	22,92	23,64	25,39
Agustus	21,98	22,39	23,84	22,91	23,63	25,39
September	21,98	22,38	23,86	22,91	23,64	25,41
Oktober	21,97	22,26	23,86	22,90	23,45	25,41
November	21,97	22,31	23,86	22,90	23,52	25,41
Desember	21,98	22,27	23,87	22,90	23,40	25,41

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 1, terlihat bahwabertambahnya biaya produksi semakin meningkat pula hasil penjualan. Dikarenakan bertambahnya jumlah barang yang diproduksi pada PT. Shindengen Indonesia.

A. Uji Koefisien Korelasi

Berdasarkan data pada tabel 1. maka hasil pengolahan untuk koefisien korelasi, sebagai berikut:

4.2. Analisis Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Tabel 2. Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Biaya Produksi	Hasil Penjualan
Biaya Produksi	<i>Pearson Correlation</i>	1	.998**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	<i>N</i>	36	36
Hasil Penjualan	<i>Pearson Correlation</i>	.998**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	<i>N</i>	36	36

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 2. Hasil pengolahan SPSS di peroleh nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai pearson correlation sebesar 0,998 menunjukkan adanya hubungan sangat kuat antara biaya produksi terhadap hasil penjualan.

B. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3 ; Koefisien Regresi

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-5.485	.335		-16.373	.000
	Biaya Produksi	1.296	.015	.998	87.945	.000

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 3, Model yang terbentuk dalam persamaansederhana pengaruh biaya Produksi terhadap Penjualan adalah:

$$Y = -5.485 + 1.296 X$$

Persamaan tersebut mengandung arti Konstanta -5.485 jika biaya produksi (X) nilainya 0, maka hasil penjualan (Y) nilainya negatif yaitu sebesar -5.485. Koefisien regresi variabel X

sebesar 1.296, artinya jika biaya produksi mengalami kenaikan 1, maka hasil penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1.296. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya produksi dengan hasil penjualan, semakin naik biaya produksi maka semakin meningkatkan hasil penjualan.

Tabel 4 : Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.998 <sup>a</sup>	.996	.995	.07229

a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai R Square sebesar 0,996, yang menunjukkan bahwa hasil penjualan pada PT Shindengen Indonesia

dipengaruhi oleh biaya produksi sebesar 99,6 % , sisanya yaitu 0,4 % dipengaruhi variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

## C. Uji Hipotesa

Tabel 5. Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-5.485	.335			-16.373	.000
Biaya Produksi	1.296	.015	.998		87.945	.000

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 5. diperoleh hasil :

1. Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan tabel III.8 diperoleh t hitung sebesar 87.945.
2. Menentukan t tabel. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $36-1-1$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,032 [=tin(0,05;34)]  
 $H_0$  : Besarnya biaya produksi tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan  
 $H_a$  : Adanya pengaruh antara besarnya biaya produksi terhadap hasil penjualan  
 Kriteria :
  - Jika t hitung > t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - Jika t hitung < t tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
 Oleh karena t hitung > dari t tabel (87.945 > 2.032) maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara biaya produksi dengan hasil penjualan.

## V. PENUTUP

## 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis terhadap variabel-variabel yang diamati dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat hubungan/korelasi yang sangat kuat antara biaya produksi terhadap penjualan sebesar 0,998
2. Persamaan regresi antara biaya produksi dan penjualan  $Y = -5.485 + 1.296 X$ , Persamaan tersebut mengandung arti Konstanta -5.485 jika biaya produksi (X) nilainya 0, maka hasil penjualan (Y) nilainya negatif yaitu sebesar -5.485. Koefisien regresi variabel X sebesar 1.296, artinya jika biaya produksi mengalami kenaikan Rp 1, maka hasil penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 1.296. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya produksi dengan hasil penjualan, semakin

naik biaya produksi maka semakin meningkatkan hasil penjualan.

3. Hasil penelitian menunjukkan *R Square* sebesar 0,996, yang menunjukkan bahwa hasil penjualan pada PT Shindengen Indonesia dipengaruhi oleh biaya produksi sebesar 99,6 % , sisanya yaitu 0,4 % dipengaruhi variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan uji hipotesa dengan uji t diperoleh t hitung > dari t tabel (87.945 > 2.032) maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara biaya produksi dengan hasil penjualan.

## 5.2. Saran

Pertambahan biaya produksi pada PT. Shindengen Indonesia disebabkan oleh bertambahnya jumlah produk yang diproduksi disamping itu disebabkan juga karena adanya failure cost. Untuk menekan bertambahnya biaya produksi akibat dari failure cost sebaiknya PT Shindengen Indonesia memberikan pengarahan kepada pegawai agar selalu konsentrasi dalam bekerja dan selalu mematuhi *work intruction* atau intruksi kerja sehingga dapat menekan biaya produksi dan laba yang diperoleh bisa bertambah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. 2009. Akuntansi biaya. Edisi 5. AMP YKPN. Yogyakarta
- Karyana, Y. 2008. Teori Ringkas Latihan Soal & Pembahasan Ekonomi SMA. Intersolusi Pressindo. Yogyakarta.
- Carter, William K dan Milton F. Usry. 2009. *Cost Accounting*. Terjemahan Krista. 2009. Akuntansi Biaya. Jakarta. Salemba Empat.
- Halim, Abdul. 2010. Akuntansi Keuangan Daerah. Jakarta. Salemba Empat
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua. Cetakan ketigabelas. Yogyakarta. Liberty Offset.

Kotler, Philip, 2006. *Marketing Management*. Dalam Benyamin Molan. Jilid satu. Edisi kesebelas. Jakarta. Indeks.

Midjan, La. 2010. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta. Salemba Empat

Sugianto, dkk. 2000. Ekonomi Mikro. Jakarta. Salemba Empat.



**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERBANKAN BUMN  
PERIODE 2010 – 2015**

**Fazhar Sumantri**

Program Studi Manajemen Informatika  
AMIK BSI Jakarta  
[fazhar.fzs@bsi.ac.id](mailto:fazhar.fzs@bsi.ac.id)

**Susanti**

Program Studi Manajemen Informatika  
AMIK BSI Jakarta  
[susanti1111@bsi.ac.id](mailto:susanti1111@bsi.ac.id)

**ABSTRACT**

*BUMN bank is a groups the most influential banks in the Indonesian banking industry. fourth the BUMN Bank namely BRI, Mandiri, BNI, and BTN successively is the largest bank number one, two, four, and Six of a total of 118 banks in Indonesia. The purpose of this study was to analyze the comparisons financial performance BUMN banking consisting of PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT Bank Mandiri Tbk, PT Bank Negara Indonesia Tbk and PT Bank Tabungan Negara Tbk period 2010 - 2015 using financial ratios. This research is using secondary data, namely in the form of annual financial statements of companies banking BUMN listed on the Indonesia Stock Exchange period 2010 - 2015. Based on the financial performance analyzed include four ratios as measured, this is EPS, PER, PBV and DER, seen that the financial performance PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT Bank Mandiri Tbk, PT Bank Negara Indonesia Tbk are very dominating and better when compared with PT Bank Tabungan Negara Tbk Testing were performed using One-Way ANOVA test in partially seen that there are differences in the average financial performance of the four companies based EPS, PBV and DER. Whereas in simultaneous, Statistical test results in this study shows the difference in financial performance between the four companies. This result indicates that the portfolio formation that consists of four types of shares will delivers optimal yield considering the fourth these stocks have a different characteristic views of its financial performance.*

*Keywords : Financial Performance, EPS, PER, PBV and DER.*

**I. PENDAHULUAN**

Institusi perbankan merupakan institusi yang sangat menarik untuk diamati. Keberadaan institusi perbankan sebagai tempat untuk menghimpun dana dan mengalokasikan dana menjadi daya tarik tertentu karena hanya perbankan yang memiliki fungsi itu. Di samping itu, kinerja institusi perbankan sangat dapat dipersandingkan dengan kinerja suatu pemerintah-

an karena institusi ini melaksanakan fungsi sebagai fasilitator keuangan.(Sipahutar,2007:11).

Bank BUMN merupakan kelompok bank paling berpengaruh dalam industri perbankan Indonesia. Keempat bank BUMN yakni Bank BRI, Mandiri, BNI, dan BTN berturut – turut merupakan bank terbesar nomor satu, dua, empat, dan enam dari total 118 bank di Indonesia. (Kompas.com, 2016)

Tabel 1 : Perkembangan Laba/Rugi Bersih Bank Umum (Milliar Rupiah)

	Oktober 2014	Oktober 2015	Pertumbuhan
Bank Persero	Rp 44,46	Rp 44,65	0,42%
Bank BUMN Devisa	Rp 27,81	Rp 25,27	-9,13%
Bank BUMN Non Devisa	Rp 1,99	Rp 1,84	-7,53%
BPD	Rp 8,82	Rp 8,11	-8,04%
Bank Campuran	Rp 3,56	Rp 1,60	-55,05%
Bank Asing	Rp 7,47	Rp 5,14	-31,19%

Sumber : Hasil Penelitian (2015)

Berdasarkan tabel di atas terlihat jelas bahwa Bank Persero merupakan perbankan yang memiliki pertumbuhan yang sangat baik, namun untuk menilai sebuah perbankan baik atau tidak bukan hanya dilihat dari pertumbuhan laba/ruginya, salah satu alat yang dapat digunakan untuk menilai perbankan adalah rasio keuangan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Rasio Keuangan

Arifin (2007:32) mendefinisikan rasio keuangan sebagai alat analisis yang dinyatakan dalam artian relatif maupun absolut untuk menjelaskan hubungan tertentu antara elemen yang satu dengan elemen yang lain dalam suatu laporan keuangan. Rasio – rasio keuangan yang buruk pada umumnya memiliki *financing cost* yang tinggi. Sedangkan menurut Tambunan (2007:128) rasio – rasio keuangan yang baik umumnya akan membangkitkan gairah para investor untuk menanamkan modalnya.

### 2.2. Analisis Rasio

Wahyudiono (2014:11) mengatakan bahwa analisis digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dengan membandingkan ke tahun - tahun sebelumnya. Tujuan analisis laporan keuangan sendiri pada hakikatnya adalah untuk membantu pemakai dalam memperkirakan masa depan perusahaan dengan cara membandingkan, mengevaluasi, dan menganalisis kecenderungan dari aspek keuangan perusahaan.

#### A. *Earning Per Share (EPS)*

Salim (2010:83) mendefinisikan *EPS* adalah laba yang diperoleh oleh setiap satu lembar saham. Sebuah perusahaan yang memiliki kinerja yang baik tentunya juga memiliki kemampuan untuk mendapatkan laba dari kerjanya. Biasanya, laba ini dinyatakan dalam bentuk angka. Semakin tinggi nilai *EPS* sebuah perusahaan, perusahaan tersebut akan mendapat penilaian semakin tinggi dalam hal kemampuan menciptakan laba. Perhitungan *EPS* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$EPS = \frac{\text{Net Eaning}}{\text{Common Stock Outstanding}}$$

#### B. *Price Earning Ratio (PER)*

Wahyudiono (2014:86) mengatakan bahwa rasio ini membandingkan antara harga saham yang diperoleh dari pasar modal dan laba per saham yang diperoleh pemilik perusahaan yang disajikan dalam laporan keuangan. Perhitungan *PER* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

#### C. *Price to Book Value (PBV)*

Haryadi (2013:87) mengatakan bahwa *PBV* merupakan rasio untuk membandingkan harga wajar saham dengan harga di pasar. Semakin rendah *PBV* berarti harga saham tersebut dianggap murah. Dalam mayoritas saham di BEI (Bursa Efek Indonesia), jarang ditemukan emiten *PBV* rendah. Sebagai catatan, *PBV* hanya membandingkan harga saham dengan nilai bukunya, bukan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Perhitungan *PBV* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

#### D. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Jusuf (2007:55) menjelaskan bahwa rasio yang paling banyak dipergunakan untuk menghitung *leverage* perusahaan adalah *DER*, yaitu perbandingan antara Total Kewajiban (Total Utang) dengan Total Modal Sendiri (*Equity*). Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal sendiri menjamin seluruh utang. Rasio ini juga dapat dibaca sebagai perbandingan antara dana pihak luar dengan dana pihak pemilik perusahaan yang dimasukkan kedalam perusahaan. Perhitungan *DER* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}} \times 100$$

## III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu berupa laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 – 2015, dan menerbitkan ringkasan laporan keuangan seperti *EPS*, *PER*, *PBV*, *DER*.

### 3.1. Hipotesis

Adanya perbedaan kinerja keuangan yang diukur oleh *earning per share (EPS)*, *price earning ratio (PER)*, *price to book value (PBV)* dan *debt to equity ratio (DER)* antara PT. Bank Mandiri Tbk., PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk., PT. Bank Negara Indonesia Tbk. dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. periode 2010 – 2015 baik secara parsial maupun simultan.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Deskripsi Kinerja Keuangan Perbankan BUMN Berdasarkan Rasio *Earning Per Share (EPS)*

Semakin tinggi nilai *EPS* sebuah perusahaan, perusahaan tersebut akan mendapat penilaian semakin tinggi dalam hal kemampuan menciptakan laba. (Salim,2010:83).

Perkembangan *EPS* di perusahaan perbankan BUMN disajikan pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2 :Perkembangan (EPS) Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015

Tahun	Mandiri (%)	Perkembangan (%)	BRI (%)	Perkembangan (%)
2010	406	0	719	0
2011	558	37.44	550	-23.50
2012	675	20.97	737	34.00
2013	732	8.44	835	13.30
2014	826	12.84	981	17.49
2015	842	1.94	1,005	2.45
Rata - Rata	673	13.60	805	7.29

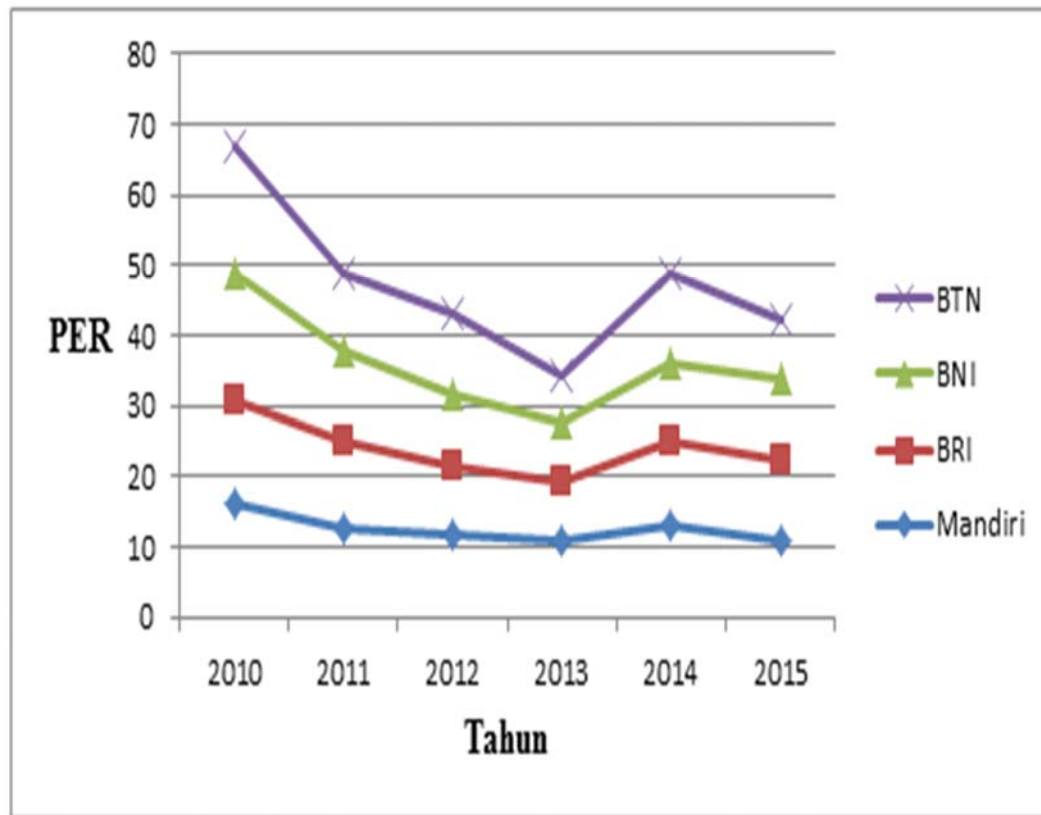
Tahun	BNI (%)	Perkembangan (%)	BTN (%)	Perkembangan (%)
2010	211	0	91	0
2011	293	38.86	109	19.78
2012	357	21.84	130	19.27
2013	467	30.81	133	2.31
2014	544	16.49	95	-28.57
2015	433	-20.40	156	64.21
Rata - Rata	384	14.60	119	12.83

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2015)

Berdasarkan Tabel 2, mengenai *EPS* dari 4 perusahaan perbankan BUMN terlihat bahwa secara rata – rata *EPS* yang dapat di bentuk oleh PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Setiap tahunnya adalah sebesar 6,73%, 8,05%, 3,84% dan 1,19%, dengan kecenderungan yang setiap tahunnya berbeda. PT. Bank Mandiri Tbk. mengalami kenaikan rata – rata sebesar 13,60%, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. mengalami kenaikan rata – rata sebesar 7,29%, PT. Bank Negara Indonesia Tbk. mengalami kenaikan rata – rata sebesar 14,60% dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. mengalami kenaikan rata – rata sebesar 12,83%. Apabila keempat rasio ini dibandingkan dengan rata – rata sektor industri perbankan yaitu sebesar 1,33%, maka terlihat bahwa perusahaan perbank yang memiliki *EPS*

lebih besar dari rata – rata sektor industri perbankan ditunjukkan oleh 3 bank, dimana rata – rata *EPS* tertinggi (maksimum) ditunjukkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. sebesar 8,05%. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga perbankan tersebut memiliki kemampuan memperoleh laba bersih per lembar saham lebih tinggi dibandingkan perusahaan perbankan lainnya. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki *EPS* lebih kecil dari rata – rata sektor industri perbankan ditunjukkan oleh PT. Bank Tabungan Negara Tbk. sebesar 1,19%. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank Tabungan Negara Tbk. memiliki perolehan laba bersih per saham di bawah rata – rata perusahaan perbankan lainnya.

Berikut ini disampaikan grafik perkembangan *EPS* Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015.



Gambar 1: Grafik Perkembangan PER Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015  
 Sumber : Hasil Pengolahan Data (2015)

Berdasarkan gambar 1, terlihat bahwa *PER* PT. Bank Mandiri Tbk. berada di bawah dari 3 perusahaan perbankan lainnya, yang menunjukkan bahwa saham tersebut relatif lebih murah dan menarik untuk dijadikan investasi dibandingkan dengan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk., PT. Bank Negara Indonesia Tbk., dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.

Haryadi (2013:87) menerangkan bahwa rasio ini digunakan untuk membandingkan harga wajar saham dengan harga di pasar. Semakin rendah *PBV* berarti harga saham tersebut dianggap murah. Perkembangan *PBV* di perusahaan perbankan BUMN disajikan pada tabel 3 di bawah ini.

**4.2. Deskripsi Kinerja Keuangan Perbankan BUMN Berdasarkan Rasio Price to Book Value (PBV)**

Tabel 3 : Perkembangan Price to Book Value (PBV) BUMN Periode 2010 – 2015

Tahun	Mandiri	Perkembangan	BRI	Perkembangan
	(%)	(%)	(%)	(%)
2010	3.5	0	3.96	0
2011	2.86	-18.29	4.15	4.80
2012	2.65	-7.34	2.86	-31.08
2013	2.19	-17.36	2.43	-15.03
2014	2.54	15.98	3.14	29.22
2015	1.91	-24.80	2.62	-16.56
Rata - Rata	2.61	-8.63	3.19	-4.78

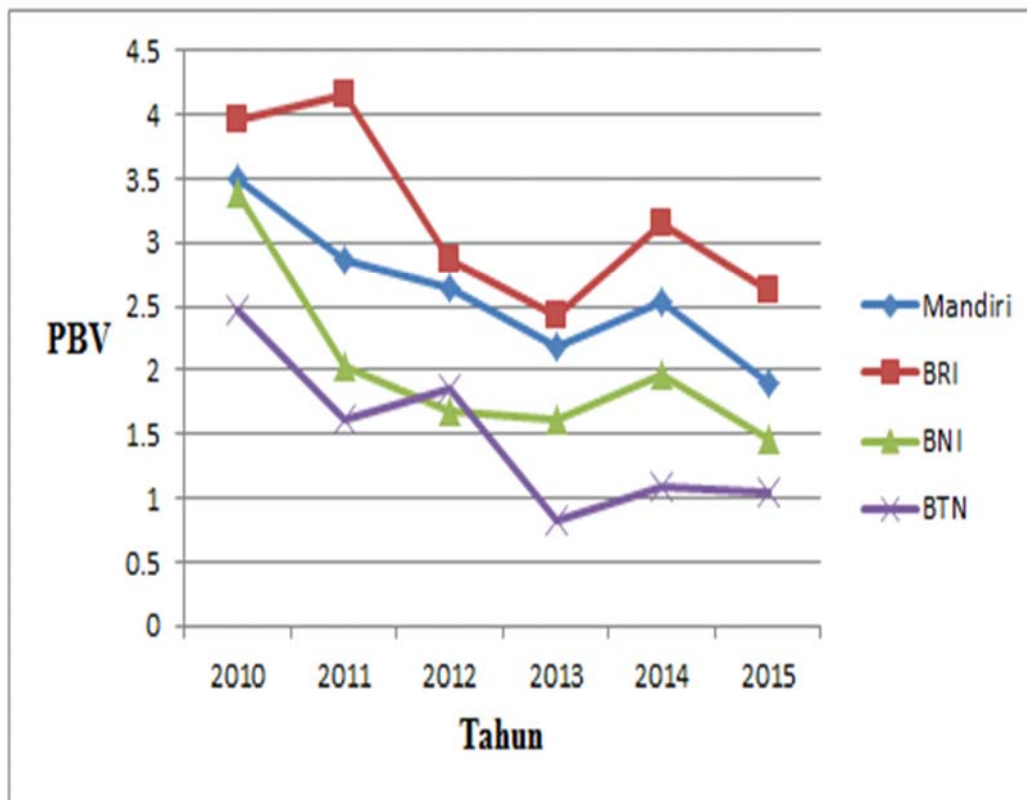
Tahun	BNI Perkembangan (%)	BTN Perkembangan (%)
2010	3.39	2.46
2011	2.03	1.62
2012	1.67	1.85
2013	1.61	0.83
2014	1.97	1.08
2015	1.46	1.04
Rata - Rata	2.02	1.48

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2015)

Berdasarkan tabel 3. mengenai *price to book value (PBV)* dari 4 perusahaan perbankan BUMN terlihat bahwa secara rata – rata *PBV* yang dapat dibentuk oleh PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk, setiap tahunnya adalah sebesar 2,61 kali, 3,19 kali, 2,02 kali dan 1,48 kali, dengan kecenderungan setiap tahunnya mengalami penurunan rata – rata sebesar 8,63%, 4,78%, 10,83% dan 8,11%. Apabila keempat nilai rasio tersebut dibandingkan dengan rata – rata sektor industri perbankan yaitu sebesar 1,89 kali, maka terlihat bahwa perusahaan perbankan yang memiliki *PBV* lebih besar dari rata – rata industri perbankan ditunjukkan oleh 3

bank dimana rata – rata *PBV* tertinggi (maksimum) ditunjukkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. sebesar 3,19 kali. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki *PBV* lebih kecil dari rata – rata sektor industri perbankan ditunjukkan oleh PT. Bank Tabungan Negara Tbk. sebesar 1,48 kali. Hasil ini menunjukkan bahwa respon pasar terhadap perkembangan PT. Bank Mandiri Tbk., PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk. sangat tinggi apabila dibandingkan dengan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.

Berikut ini disampaikan grafik perkembangan *PBV* Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015



Gambar 2 : Grafik Perkembangan *PBV* Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2015)

Berdasarkan gambar3., terlihat bahwa *PBV* PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk. jauh di atas PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Hasil ini menunjukkan bahwa respon pasar terhadap PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk. jauh lebih baik dibandingkan dengan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.

#### 4.3. Deskripsi Kinerja Keuangan Perbankan BUMN Berdasarkan Rasio *Debt to Equity Ratio (DER)*

Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal sendiri menjamin seluruh utang. Rasio ini juga dapat dibaca sebagai perbandingan antara dana pihak luar dengan dana pihak pemilik perusahaan yang dimasukkan kedalam perusahaan (Jusuf, 2007:55).

Perkembangan *DER* perbankan BUMN di sajikan pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4 : Perkembangan *Debt to Equity Ratio (DER)* Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015

Tahun	Mandiri (%)	Perkembangan (%)	BRI (%)	Perkembangan (%)
2010	3.5	0	3.96	0
2011	2.86	-18.29	4.15	4.80
2012	2.65	-7.34	2.86	-31.08
2013	2.19	-17.36	2.43	-15.03
2014	2.54	15.98	3.14	29.22
2015	1.91	-24.80	2.62	-16.56
Rata - Rata	2.61	-8.63	3.19	-4.78

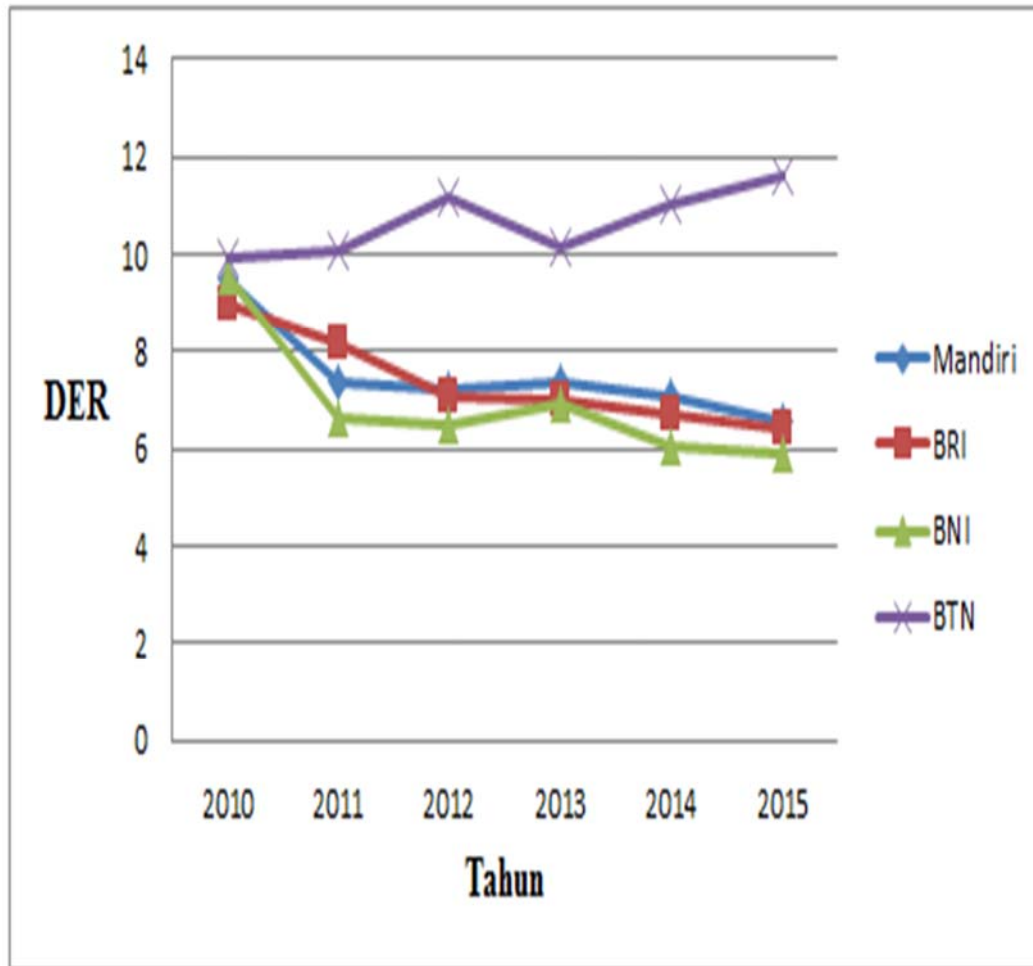
Tahun	BNI (%)	Perkembangan (%)	BTN (%)	Perkembangan (%)
2010	3.39	0	2.46	0
2011	2.03	-40.12	1.62	-34.15
2012	1.67	-17.73	1.85	14.20
2013	1.61	-3.59	0.83	-55.14
2014	1.97	22.36	1.08	30.12
2015	1.46	-25.89	1.04	-3.70
Rata - Rata	2.02	-10.83	1.48	-8.11

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2015)

Berdasarkan tabel 4 mengenai *debt to equity ratio (DER)* dari 4 perusahaan perbankan BUMN terlihat bahwa secara rata – rata *DER* yang dapat dibentuk oleh PT. Bank Mandiri Tbk., PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk, setiap tahunnya adalah sebesar 7,51%, 7,39%, 6,39% dan 10,67%, dengan kecenderungan setiap tahunnya yang berbeda. Apabila PT. Bank Mandiri Tbk. mengalami penurunan rata – rata sebesar 5,64%, PT. Bank Rakyat Indonesia mengalami penurunan rata – rata sebesar 5,21% dan PT. Bank Negara Indonesia mengalami penurunan sebesar 6,86%, sedangkan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. mengalami kenaikan rata – rata sebesar 2,83%. Apabila keempat rasio *DER* ini dibandingkan dengan rata – rata sektor industri perbankan yaitu sebesar 8,08%, maka terlihat

bahwa perusahaan perbankan yang memiliki *DER* lebih besar dari rata – rata sektor industri perbankan ditunjukkan oleh PT. Bank Tabungan Negara Tbk. sebesar 10,67%. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki *DER* lebih kecil dari rata – rata sektor industri perbankan ditunjukkan oleh 3 bank, dimana rata – rata *DER* terendah (*minimum*) ditunjukkan oleh PT. Bank Negara Indonesia Tbk. sebesar 6,93%. Hasil ini menunjukkan bahwa kepemilikan utang PT. Bank Tabungan Negara Tbk. lebih mendominasi dibandingkan posisi utang PT. Bank Mandiri Tbk., PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk.

Berikut ini disampaikan grafik perkembangan *DER* Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015.



Gambar 3 : Grafik Perkembangan *DER* Perbankan BUMN Periode 2010 – 2015  
 Sumber : Hasil Pengolahan Data (2015)

Berdasarkan gambar 3, terlihat bahwa *DER* PT. Bank Tabungan Negara Tbk. selalu berada di atas 3 perusahaan perbankan lainnya, yang menunjukkan bahwa arti kepemilikan utang PT. Bank Tabungan Negara Tbk. lebih dominan dibandingkan PT. Bank Mandiri Tbk., PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk.

#### 4.4. Kinerja Keuangan Secara Keseluruhan

Keseluruhan kinerja keuangan yang dianalisis meliputi empat rasio yang diukur, yaitu Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk dan PT. Bank Negara dengan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.

#### 4.5. Uji One-Way ANOVA

Pengujian tahap selanjutnya adalah dengan menggunakan *One-Way ANOVA*. Melalui uji *One-*

*EPS*, *PER*, *PBV* dan *DER* terlihat bahwa kinerja keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. lebih unggul dalam perolehan laba bersih per lembar saham (*EPS*), PT. Bank Mandiri Tbk. memiliki nilai saham yang lebih rendah (*PER*), PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk. menunjukkan respon pasar yang baik (*PBV*) dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. mendominasi kepemilikan utang (*DER*).

*Way ANOVA* ini dapat diketahui apakah *EPS*, *PER*, *PBV* dan *DER* PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk. dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. berbeda satu sama lain atau tidak. Uji *One-Way ANOVA* dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel baik secara parsial maupun simultan.

#### 4.6. Pengujian Variabel Secara Parsial

Berdasarkan tabel 4 berikut dapat dilihat hasil uji beda secara parsial berdasarkan uji *One-Way ANOVA* untuk setiap variabel yang digunakan.

Tabel 5 : Uji *One-Way ANOVA* Secara Parsial

ANOVA						
		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
EPS	<i>Between Groups</i>	1687160.792	3	562386.931	30.743	.000
	<i>Within Groups</i>	365863.167	20	18293.158		
	<i>Total</i>	2053023.958	23			
PER	<i>Between Groups</i>	5.000	3	1.667	.185	.905
	<i>Within Groups</i>	180.333	20	9.017		
	<i>Total</i>	185.333	23			
PBV	<i>Between Groups</i>	10.458	3	3.486	7.606	.001
	<i>Within Groups</i>	9.167	20	.458		
	<i>Total</i>	19.625	23			
DER	<i>Between Groups</i>	51.792	3	17.264	15.122	.000
	<i>Within Groups</i>	22.833	20	1.142		
	<i>Total</i>	74.625	23			

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa kecuali *PER*, rasio lainnya yaitu *EPS*, *PBV* dan *DER* memiliki *F* hitung > *F* tabel untuk signifikansi  $\alpha = 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan kinerja yang diproksi oleh rasio tersebut di atas antara PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara

Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.

#### 4.7. Pengujian Variabel Secara Simultan

Tabel 6 berikut ini menyajikan hasil uji *One-Way ANOVA* secara simultan dari semua variabel yang digunakan.

Tabel 6 : Uji *One-Way ANOVA* Secara Simultan

ANOVA						
		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
	<i>Between Groups</i>	4283535.198	3	1427845.066	63.976	.000
	<i>Within Groups</i>	2053303.542	92	22318.517		
	<i>Total</i>	6336838.740	95			

Sumber : Hasil Penelitian, 2016 ( data diolah )

Berdasarkan hasil uji pada tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai uji *F* secara simultan terhadap penelitian ini adalah sebesar 63,976 dengan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Dengan kata lain,  $H_0$  penelitian ini ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara simultan terdapat perbedaan kinerja keuangan antara PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. selama periode 2010 – 2015. Dengan karakteristik yang sama dari kinerja keuangannya, maka kedua saham perusahaan tersebut akan optimal apabila akan dibentuk portofolio dalam strategi investasinya.

#### V. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis perbandingan kinerja keuangan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara menyeluruh kinerja keuangan PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk, yang diproksi oleh 4 rasio, yaitu *EPS*, *PER*, *PBV* dan *DER* sangat mendominasi dan lebih baik apabila dibandingkan dengan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.
2. Pengujian variabel secara parsial menunjukkan adanya perbedaan kinerja keuangan antara PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk, selama periode 2010 – 2015. Perbedaan ini memiliki arti bahwa para investor yang mempertimbangkan rasio keuangan secara parsial dapat memilih PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat



Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk sebagai perusahaan perbankan yang memiliki kinerja keuangan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Sedangkan secara simultan, hasil uji statistik dalam penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan kinerja keuangan antara PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk, PT. Bank Tabungan Negara Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk, yang diukur dengan menggunakan 4 (empat) rasio keuangan selama periode 2010 – 2015. Hasil ini mengindikasikan bahwa pembentukan portofolio yang terdiri dari keempat jenis saham tersebut yaitu PT. Bank Mandiri Tbk, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk, akan memberikan hasil yang optimal mengingat keempat saham tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dilihat dari kinerja keuangannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar. 2007. Cara Cerdas Menilai Kinerja Perusahaan Berbasis Komputer. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Bursa Efek Indonesia. 2016. Annual Report Perbankan 2010 – 2015 [internet]. [diunduh pada 16 Maret 2016]. Tersedia pada: <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/publikasi/statistik.aspx>
- Haryadi, Robin. 2013. Jangan Jadi Trader Sebelum Baca Buku Ini!. Jakarta. Transmedia Pustaka.
- Jusuf, Jopie. 2007. Analisis Kredit Untuk Account Officer. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Kompas. 2016. Kinerja Bank BUMN : Laba Stagnan, Kredit Bermasalah Melonjak [internet]. [diunduh pada 10 Mei 2016]. Tersedia pada: <http://www.kompas.com>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Statistik Perbankan Indonesia [internet]. [diunduh pada 1 Mei 2016]. Tersedia pada: <http://www.ojk.go.id>
- Salim, Joko. 2010. Cara Gampang Bermain Saham. Jakarta. Transmedia Pustaka.
- Sipahutar, Mangasa Augustinus. 2007. Persoalan - Persoalan Perbankan Indonesia. Jakarta. Gorga Media.
- Tambunan, Andi Porman. 2007. Menilai Harga Saham Wajar. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Wahyudiono, Bambang. 2014. Mudah Membaca Laporan Keuangan. Jakarta. Penebar Swadaya Group