

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Tinjauan Umum Tentang Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah PT. Alfa Retailindo, Tbk.

Didirikan pada tanggal 27 Agustus 1989 yaitu dengan dibukanya gerai Alfa yang pertama di jalan Lodan 80-81 Jakarta. PT. Alfa Retailindo (PT. ARI) dikenal sebagai salah satu pionir dalam industri retail modern di Indonesia. Perseroan berfokus pada bidang usaha jaringan ritel dan grosir dengan didukung oleh anak perusahaan yang bergerak di bidang industri.

Pada tanggal 18 Januari 2000 Perseroan menjadi perusahaan publik melalui pernyataan penawaran umum perdana kepada Badan Pengawas Pasar Modal serta pendaftaran saham di Bursa Efek Jakarta (sekarang BEI).

Selama hampir dua dekade sejak didirikan, PT. ARI telah mengalami beberapa kali perubahan kepemilikan utama, dimana yang terakhir adalah pada tanggal 21 Januari 2008 yaitu akuisisi saham yang dikuasai Prime Horison dan PT Sigmantara Alfindo oleh PT. Carrefour Indonesia. Dengan akuisisi tersebut PT. Carrefour Indonesia menjadi pemegang saham utama PT. ARI.

Pada tahun tersebut Perseroan juga mengambil beberapa langkah penting untuk mengkhususkan diri pada bidang usaha ritel. Untuk itu Perseroan mengambil beberapa langkah strategis dimana yang utama adalah menutup divisi grosir berikut gerai-gerai grosir.

Kini dengan PT.Carrefour Indonesia sebagai pemegang saham utama. Manajemen Perseroan telah menata ulang gerai-gerainya berdasarkan tema, tata letak, dan merek baru yaitu Carrefour dan Carrefour Express.

Saat ini, termasuk gerai yang baru dibuka di Makasar, Perseroan mengelola 30 gerai, 16 diantaranya mengusung merek Carrefour dan 14 lainnya dengan merek Carrefour Express.

4.1.1.2 Kekuatan Baru di Industri Ritel Indonesia

Dalam beberapa tahun terakhir industri ritel Indonesia telah melalui suatu evolusi yang dramatis. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan, para pelaku industri ritel menyadari bahwa bekerja menggabungkan kekuatan dengan sesama pelaku industri adalah pendekatan yang logis dalam upaya mencapai kelangsungan usaha jangka panjang. Pada kenyataannya, para pelaku industri kini telah mulai bekerjasama dalam berbagai skema, termasuk akuisisi kepemilikan mayoritas.

Salah satu perkembangan penting adalah akuisisi saham PT.ARI baru-baru ini oleh PT.Carrefour Indonesia pada tanggal 21 Januari 2008. Dengan basis keuangan yang kuat, manajemen yang profesional dan keunggulan kompetitif PT.CI. PT.ARI kini terus berupaya melayani para pelanggan setianya dengan pilihan produk-produk berkualitas yang lebih lengkap dengan harga yang kompetitif, layanan yang bersahabat, serta kenyamanan berbelanja.

Gerai-gerai PT.ARI kini tampil dengan desain tata letak baru yang memudahkan mobilitas pelanggan serta proses pencarian produk. Melalui sinergi

tersebut pelanggan juga memiliki kesempatan untuk menikmati program-program pemasaran dan promosi yang sama seperti yang ditawarkan di gerai-gerai Carrefour reguler.

Gerai-gerai PT.ARI kini mengusung merek “Carrefour” khususnya bagi yang memiliki area penjualan di atas 2000m² dan Carrefour Express yaitu gerai-gerai dengan wilayah penjualan di bawah 2000m². Namun demikian secara resmi PT.ARI tetap beroperasi dengan karyawannya yang telah ada saat ini sebagai entitas usaha yang berbeda dengan PT.CI.

4.1.1.3 Operasi PT.Alfa Retailindo,Tbk

Perubahan yang pertama dilakukan adalah penataan ulang semua gerai menjadi 2 bentuk berdasarkan merek – Carrefour, dengan area penjualan di atas 2000m² dan Carrefour Express untuk gerai yang area penjualannya di bawah 2000m². Selain ukuran area penjualan, perbedaan utama antara Carrefour Express dan Carrefour adalah jenis dan kuantitas produk yang ditawarkan. Carrefour Express lebih menonjolkan makan segar dan barang-barang kebutuhan pokok, tepatnya sembako, namun para pengunjung tetap dapat membeli peralatan rumah tangga dan pakaian, yang pada dasarnya juga merupakan produk-produk yang sering dikonsumsi. Sementara Carrefour beroperasi sebagai hipermarket dengan menawarkan berbagai jenis produk dalam kategori yang ekstensif.

Penataan ulang mencakup semua aspek yang membentuk suatu gerai, termasuk faktor-faktor yang tidak nyata seperti kebersihan, kemudahan,

kenyamanan, tingkat pelayanan, dan penampilan karyawan, disamping aspek-aspek dasar seperti tata letak gerai dan dekorasi.

Merchandising difokuskan pada keanekaragaman dari penempatan produk secara efisien untuk meningkatkan layanan dan pengalaman berbelanja yang optimal. Dengan demikian gerai-gerai PT.ARI saat ini menawarkan produk-produk yang lebih banyak dan beranekaragam, sementara stok barang di gudang disusun berdasarkan konfigurasi sedemikian rupa untuk memudahkan proses keluar masuknya barang. Disamping itu PT.ARI dapat menekan biaya yang muncul dari proses pengadaan barang-barang impor, sebab kini semua pembelian harus melalui PT.CI. Manfaat ini juga dirasakan oleh para pemasok sebab dengan menggabungkan pesanan PT.ARI dan PT.CI para pemasok dimungkinkan untuk meningkatkan penjualan dan basis pelanggan.

4.1.1.4 Pemasaran dan Promosi PT.Alfa Retailindo, Tbk.

Berkonsentrasi pada peningkatan layanan konsumen dan penjualan pada tahun 2008 PT.ARI menerapkan beberapa taktik di bidang pemasaran. Katalog dan pamflet secara reguler dievaluasi untuk memperkirakan tingkat efektivitasnya serta relevansi konsep dan isinya terhadap situasi pasar dan tren konsumen yang sedang berlangsung. Pada saat yang sama peta distribusi disusun ulang sehingga katalog dan pamflet yang didistribusikan dapat mencapai penerima secara efisien dan tepat waktu.

Di dalam gerai sendiri penempatan *banner*, *billboard* dan papan petunjuk ditata ulang serta diseragamkan untuk menciptakan suasana yang komunikatif

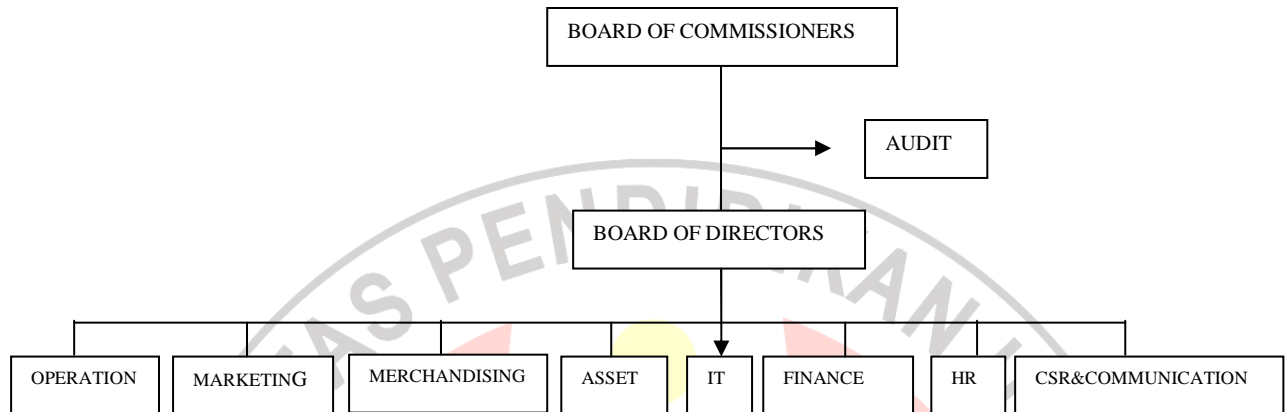
sehingga memudahkan proses pencarian produk, namun tetap dapat menarik konsumen untuk mendorong *impulse buying*. Mengingat bahwa desain pada dasarnya sama dari satu gerai ke gerai yang lain, para pelanggan tentunya dapat menikmati pengalaman berbelanja yang serupa di setiap toko PT.ARI.

Dalam hal harga, PT.ARI mengadakan survei perbandingan harga secara reguler sehingga tetap dapat menawarkan harga yang menarik secara konsisten kepada pelanggan. Komitmen tersebut didukung oleh produk-produk label privat yang berkualitas dengan harga yang kompetitif.

Kegiatan promosi yang menawarkan diskon besar-besaran tetap memegang peran penting dalam strategi pemasaran. Berbagai jenis produk mulai dari makanan segar dan roti *homemade* hingga barang-barang elektronik ditawarkan dengan harga yang jauh lebih murah untuk periode terbatas tentunya dengan komunikasi yang agresif dan provokatif.

Secara lebih intelijen, survei kepuasan pelanggan diadakan untuk memperoleh masukan atas aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dan juga yang telah cukup baik, dalam upaya memperbaiki pelayanan kepada para pelanggan yang setia. Hasilnya kemudian diterapkan ke dalam program kepuasan pelanggan untuk memperkuat loyalitas. Salah satu yang cukup populer adalah jaminan harga termurah. Bahkan kami juga mengadakan acara-acara yang menarik dan bersifat edukatif secara berkala dimana pelanggan terlibat secara aktif. Pada tahun 2008 PT.ARI bersama dengan salah satu bank pemerintah terbesar mengadakan beberapa acara promosi gabungan, yang hasilnya cukup memuaskan.

4.1.1.5 Struktur Organisasi PT.Alfa Retailindo,Tbk.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT.Alfa Retailindo,Tbk.

Board of Commissioners

Komisaris mengawasi kegiatan usaha manajemen dengan menggunakan parameter-parameter yang telah dirumuskan. Parameter tersebut mengkaji dan mengawasi penerapan kebijakan, prinsip, tata nilai, strategi, tujuan, dan target kinerja perusahaan. Parameter tersebut juga memantau efektivitas pelaksanaan tata kelola perusahaan. Selain dari tugas pokoknya yaitu melakukan pengawasan, Dewan Komisaris juga memberikan masukan-masukan kepada Direksi Perseroan tentang: arahan strategi usaha, pembentukan kebijakan, transaksi-transaksi utama, dan tindakan-tindakan korporat, serta pelaksanaan pengelolaan perusahaan yang baik (Good Corporate Governance).

Audit

Audit membantu Komisaris dengan memberikan pendapat profesional yang independen atas laporan-laporan yang dibuat Direksi, serta membantu mengidentifikasi isu-isu yang memerlukan perhatian Komisaris. Dalam pelaksanaan tugasnya, Komite Audit memiliki akses penuh terhadap laporan audit internal dan laporan sejenisnya jika diperlukan, mengawasi proses pelaporan keuangan, dan mereview serta mengundang manajemen dan auditor eksternal untuk membahas isu-isu penting terkait dengan penyajian informasi keuangan dan perusahaan.

Board of Directors

Presiden Direktur bertanggung jawab untuk mengembangkan praktik tata kelola perusahaan yang baik di perusahaan. Direksi menerima berbagai pelatihan secara berkala dan terstruktur serta penjelasan dari para pejabat senior sesuai dengan bidang tanggung jawabnya, juga menghadiri berbagai kursus eksekutif eksternal yang relevan. Selain itu, Direksi juga memperoleh penjelasan mengenai peraturan-peraturan baru, perkembangan teknologi informasi, hal-hal baru dalam pengelolaan risiko, dan perubahan-perubahan dalam standar Akuntansi.

Direksi bertanggung jawab dalam pengelolaan kegiatan perusahaan setiap harinya, termasuk penerapan kebijakan, prinsip, tata nilai, strategi, tujuan, dan target kinerja yang dikaji dan disetujui oleh Komisaris. Selain itu Direksi juga menjamin keberlangsungan usaha jangka panjang perusahaan, pencapaian tingkat kinerja yang sesuai dengan target usaha, dan pengelolaan.

Operation

Memberikan dukungan kepada pimpinan dalam merencanakan, mengembangkan serta mengelola bidang pelayanan dan operasional. Membina hubungan kerja yang baik dengan semua pihak baik intern maupun ektern, yang dapat menunjang kelancaran tugas pelayanan dan operasi.

Marketing

Divisi ini bertanggung jawab melakukan promosi perusahaan dan barang yang dijual melalui media, hubungan kemasyarakatan maupun *display* di toko.

Merchandising

Merchandising merupakan kunci dari kegiatan operasional ritel, yaitu dalam hal pembelian dan penjualan barang. Penempatan produk secara efisien untuk meningkatkan layanan dan pengalaman berbelanja yang optimal. Dengan demikian gerai-gerai PT.ARI saat ini menawarkan produk-produk yang lebih banyak dan beranekaragam, sementara stok barang di gudang disusun berdasarkan konfigurasi sedemikian rupa untuk memudahkan proses keluar masuknya barang.

IT (Information Technology)

IT ini merupakan bagian dari perusahaan yang bertugas membuat sebuah perancangan, perencanaan dan implementasi sistem informasi pada perusahaan yaitu dengan cara membuat aplikasi perangkat lunak khusus bagi perusahaan dalam membuat informasi yang berguna bagi perusahaan.

Finance

Finance ini merupakan organisasi intern yang berfungsi sebagai pengelola keuangan perusahaan. Finance ini memberikan dukungan fungsional kepada seluruh unit bisnis/unit organisasi PT.ARI.

Finance Center sebagai unit *Corporate Service* yang dibentuk untuk menjalankan peran sebagai berikut :

- Penyelenggara pengelolaan fungsi keuangan di seluruh unit organisasi PT.ARI.
- Penyelenggara implementasi kebijakan keuangan, khususnya yang bersifat transaksional untuk dukungan aktivitas operasional, serta aktivitas keuangan yang bersifat operasional.
- Untuk mendukung peran pengelolaan fungsi keuangan finance center mengelola aktivitas-aktivitas utama.

HR (*Human Resources*)

HR ini bertugas untuk mengelola sumber daya manusia dalam perusahaan. Tugas-tugasnya antara lain:

- Merencanakan, mengembangkan dan mengimplementasikan strategi di bidang pengelolaan dan pengembangan SDM.
- Menetapkan dan memelihara sistem yang sesuai untuk mengukur aspek penting dari HR.
- Memonitor, mengukur dan melaporkan tentang permasalahan, peluang, rencana pengembangan yang berhubungan dengan SDM.

CSR (*Corporate Social Responsibility*)

CSR ini merupakan unit yang dibuat perusahaan dalam rangka memberikan kontribusi dari perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan akan mengadakan

program-program yang sifatnya guna membantu masyarakat diantaranya berupa uang, makanan ataupun barang.

4.1.1.6 Tata Kelola Perusahaan yang Baik

PT.Alfa Retailindo,Tbk. Berkomitmen terhadap implementasi standar tertinggi Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance*). Kebijakan dan praktik GCG di Perseroan didasarkan pada peraturan yang berlaku dan kebijakan internal yang sesuai dengan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan kewajaran.

Kami percaya bahwa penerapan GCG secara konsisten akan menghasilkan beberapa manfaat penting bagi PT.ARI dan juga pemangku kepentingan yaitu memastikan komitmen Manajemen terhadap penerapan prinsip-prinsip keterbukaan, akuntabilitas, tanggungjawab, kemandirian, kewajaran dan kehati-hatian dalam mengelola Perseroan; meningkatkan kinerja, efisiensi dan layanan Perseroan kepada pemangku kepentingan; meningkatkan kemampuan untuk memperoleh pendanaan yang fleksibel dan berbiaya rendah.

Bidang usaha ritel PT.ARI menghadapi beberapa risiko. Ancaman kompetisi dari para pendatang baru dan pesaing yang telah ada adalah perkemabangan yang alami sejalan dengan bertumbuhnya populasi dan kemakmuran Indonesia. Pada tahun 2008 saja terdapat 24 gerai pesaing baru yang dibuka atau mengalami perubahan merek, 17 gerai dengan konsep supermarket dan 7 gerai dengan fokus sebagai hipermarket. Hal yang menarik adalah lokasi para pesaing tersebut tidak jauh dari gerai-gerai PT.ARI.

Untuk menghadapi persaingan, kami akan terus menerapkan Tata Kelola Perusahaan secara menyeluruh, seperti dijelaskan di bagian Tata Kelola Perusahaan dari Laporan Tahunan ini, untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dan efisien.

Risiko-risiko adalah yang terkait dengan ketersediaan merchandise dan kekurangan pasokan yang dapat mengakibatkan kehilangan penjualan. Oleh sebab itu PT.ARI berkomitmen untuk menjaga hubungan timbal balik dengan para pemasok, sambil pada saat yang sama meningkatkan manajemen penyimpanan dengan konsep *merchandising flow*.

Untuk menyikapi risiko tersebut PT.ARI memanfaatkan beberapa produk private label yang berkualitas. Dengan menawarkan nilai lebih untuk harga yang dibayar, produk-produk tersebut membantu kami menjaga momentum dalam menghadapi perubahan pasar global sambil memperkuat loyalitas konsumen.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.2.1 Perputaran Persediaan Barang Dagangan

Turn over persediaan adalah merupakan ratio antara jumlah harga pokok barang yang dijual dengan nilai rata-rata persediaan yang dimiliki oleh perusahaan. Turn over ini menunjukkan beberapa kali jumlah persediaan barang dagangan diganti dalam satu tahun. Tingkat perputaran persediaan yang rendah menunjukkan adanya persediaan yang sudah usang atau investasi yang terlalu besar dalam persediaan barang. Sebaliknya tingkat persediaan barang yang tinggi menunjukkan makin pendek waktu terikatnya modal dalam persediaan barang

pada suatu periode tertentu. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan perkembangan tingkat perputaran persediaan barang dagangan pada PT. Alfa Retailindo, Tbk. periode tahun 2002-2008, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Perputaran Persediaan Barang Dagangan PT. Alfa Retailindo, Tbk. Periode Tahun 2002-2008 (Dalam Rupiah)

| Tahun | HPP | Rata-rata Persediaan Barang Dagangan | Perputaran Persediaan Barang Dagangan | Lamanya Perputaran | Kenaikan (Penurunan) |
|---|-------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------|----------------------|
| 2002 | 3,082,321,707,869 | 278,792,084,792 | 11.06 | 33 | - |
| 2003 | 3,404,601,052,426 | 316,314,593,341 | 10.76 | 33 | -0.29 |
| 2004 | 3,051,386,011,095 | 335,382,342,735 | 9.10 | 40 | -1.67 |
| 2005 | 3,165,325,273,747 | 317,813,899,716 | 9.80 | 36 | 0.71 |
| 2006 | 3,396,527,958,443 | 286,881,072,847 | 11.84 | 30 | 2.03 |
| 2007 | 2,873,567,000,000 | 209,461,000,000 | 14.05 | 26 | 2.21 |
| 2008 | 1,665,355,000,000 | 196,481,863,344 | 14.63 | 43 | 0.58 |
| Rata-rata perputaran persediaan barang dagangan | | | 11,60 | - | - |

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT. Alfa Retailindo, Tbk. (data diolah kembali)

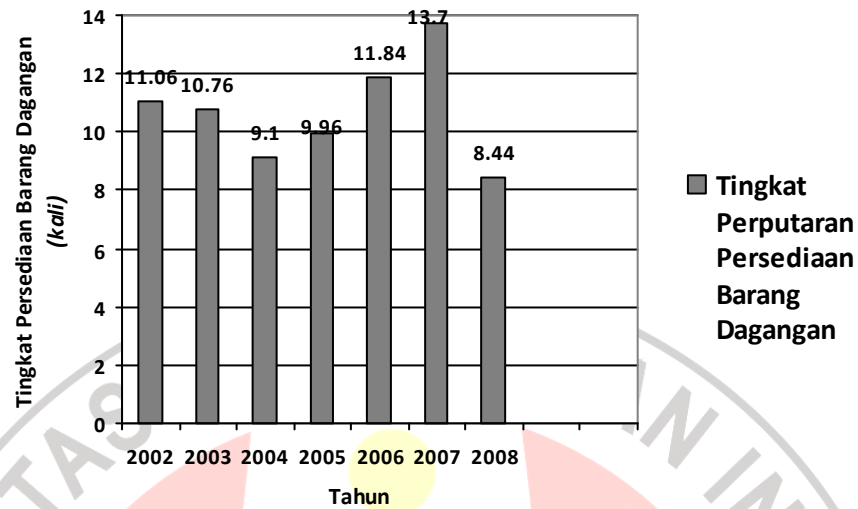
Berdasarkan data dari tabel 4.1 terlihat bahwa perkembangan tingkat perputaran persediaan barang dagangan selama tahun 2002 sampai dengan tahun 2008 mengalami peningkatan dan penurunan (*fluktuasi*).

Tingkat perputaran persediaan barang dagangan pada tahun 2002 yakni sebesar 11 kali. Pada tahun 2003 perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,29. Pada tahun ini padahal perusahaan mengalami peningkatan harga pokok penjualan namun diiringi juga dengan peningkatan persediaan barang dagangan. Begitupun pada tahun 2004 perusahaan mengalami penurunan kembali sebesar 1,67 kali. Pada tahun 2005 perusahaan mengalami kenaikan perputaran persediaan sebesar

0,71. Pada tahun 2006 dan 2007 juga perusahaan mengalami kenaikan sebesar 2,03 dan 2,21 kali. Begitupun pada tahun 2008 perputaran persediaan barang dagangan mengalami kenaikan sebesar 0,58 kali menjadi 14,63 kali.

Perputaran persediaan barang dagangan tertinggi terjadi pada tahun 2008, dengan perputaran mencapai 14,63 kali. Angka ini menunjukkan bahwa barang jadi rata-rata baru dapat terjual setelah tersimpan dalam gudang selama 25 hari ($360:14,6$). Pada tahun ini perusahaan dapat mengelola persediaannya dengan baik, dikarenakan pada tahun tersebut perbandingan HPP dan rata-rata persediaan cukup besar yakni harga pokok penjualan mencapai Rp. 2,873,567,000,000 sedangkan rata-rata persediaan barang dagangan sebesar Rp. 196,481,863,344. Sementara itu untuk tingkat perputaran persediaan barang dagangan terendah yang dicapai PT Alfa Retailindo, Tbk. terjadi pada tahun 2004 dengan perputaran mencapai 9,10 kali. Angka ini menunjukkan bahwa barang jadi rata-rata baru dapat terjual setelah tersimpan dalam gudang selama 39 hari ($360:9,1$) dengan HPP sebesar Rp. 3,051,386,011,095 dan rata-rata persediaan barang dagangan sebesar Rp. 335,382,342,735. Nilai rata-rata tingkat perputaran persediaan barang dagangan selama periode penelitian (selama 7 tahun) yaitu sebesar 11.6 kali.

Perkembangan tingkat perputaran persediaan barang dagangan jika digambarkan dalam grafik akan tampak sebagai berikut:



Grafik 4.1
Perkembangan Tingkat Perputaran Persediaan Barang
Dagangan PT. Alfa Retailindo, Tbk.

4.1.2.2 Tingkat Rentabilitas

Rentabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dengan cara membandingkan antara laba dan dana yang dipergunakan (modal) yang dinyatakan dalam persen (%).

Rasio rentabilitas yang digunakan adalah *Return On Investment* (ROI). *Return on investment* (ROI) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas atau rentabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Analisa ROI ini merupakan teknik analisa yang lazim digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Rasio ini menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasinya

perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan.

Berikut ini merupakan data *Return On Investment* (ROI) pada PT. Alfa Retailindo, Tbk. periode tahun 2002-2008:

Tabel. 4.2
Perkembangan Rentabilitas PT. Alfa Retailindo, Tbk.
Berdasarkan *Return On Investment* (ROI) Tahun 2002 s.d 2008
(dalam Rupiah)

| Tahun | Laba Setelah Pajak | Total Aktiva | ROI (%) | Kenaikan (Penurunan) (%) |
|--------------------------------|--------------------|-----------------|---------|--------------------------|
| 2002 | 30.582.983.820 | 632.360.024.334 | 4,84 | - |
| 2003 | 7.487.128.773 | 663.014.563.447 | 1,13 | - 3,71 |
| 2004 | 5.068.479.788 | 742.486.527.423 | 0,68 | -0,45 |
| 2005 | 9.943.173.488 | 719.830.328.737 | 1,38 | 0,70 |
| 2006 | 39.074.038.014 | 744.925.795.814 | 5,25 | 3,86 |
| 2007 | 4.176.068.823 | 688.375.000.000 | 0,61 | -4,64 |
| 2008 | 16.349.000.000 | 603.647.000.000 | 2,71 | 2,10 |
| Rata-rata tingkat rentabilitas | | | 2,37 | - |

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT. Alfa Retailindo, Tbk. (data diolah kembali)

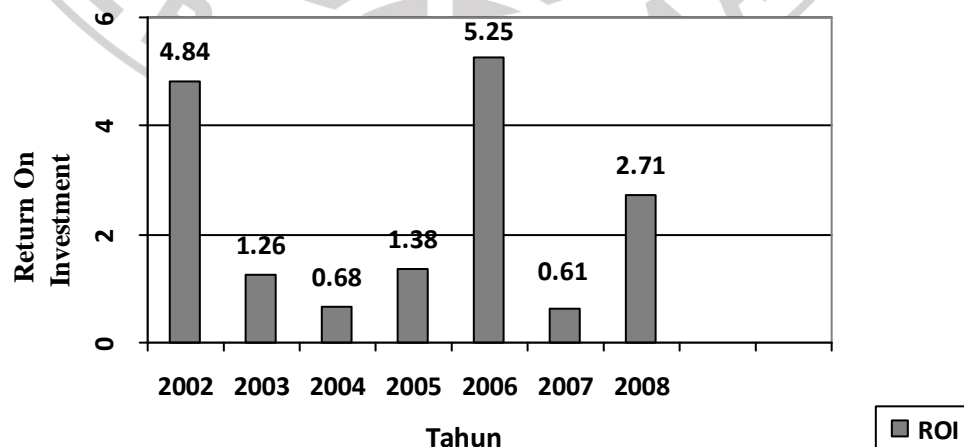
Berdasarkan tabel 4.2 terlihat jelas bahwa tingkat rentabilitas PT Alfa Retailindo yang diwakili oleh ROI selama periode penelitian menunjukkan angka yang berfluktuatif. Tingkat ROI pada tahun 2002 adalah sebesar 4,84 %. Pada tahun 2003 mengalami penurunan drastis sebesar 3,7 %. Hal ini dikarenakan adanya penurunan laba perusahaan sebesar 408%. Pada tahun 2004 kembali mengalami penurunan sebesar 0,45% karena pada tahun ini laba perusahaan mengalami penurunan sebesar 148%. Pada 2 tahun berikutnya perusahaan akhirnya mengalami kenaikan tingkat rentabilitas sebesar 0,70 % dan 3,86 %.

Pada tahun 2007 perusahaan mengalami penurunan rentabilitas sebesar 4,64 %. Perusahaan kembali mengalami kenaikan sebesar 2,10 %.

Tingkat rentabilitas tertinggi yang berhasil dicapai PT.ARI yakni sebesar 3,86% pada tahun 2006 karena pada tahun ini total aktiva dan laba perusahaan cukup tinggi dibanding tahun-tahun lainnya yakni masing-masing sebesar Rp 744.925.795.814 dan Rp 39.074.038.014. Sementara untuk perolehan rentabilitas terendah sebesar 0,61% pada tahun 2007. Hal ini disebabkan rendahnya laba perusahaan dibandingkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rata-rata perolehan nilai ROI selama periode penelitian dari tahun 2002 hingga tahun 2008 sebesar 2,37 %.

Tingkat rentabilitas yang tergolong rendah terdapat pada tahun 2004 dan tahun 2007 masing-masing sebesar 0,68% dan 0,61%. Rendahnya tingkat rentabilitas tersebut diakibatkan pengelolaan aktiva perusahaan yang belum optimum.

Berikut ini merupakan grafik yang menggambarkan perkembangan tingkat rentabilitas PT. Alfa Retailindo, Tbk. :



Grafik 4.2
Perkembangan Rentabilitas
PT. Alfa Retailindo, Tbk. Berdasarkan ROI tahun 2002-2008

4.1.2.3 Pengaruh Perputaran Persediaan Barang Dagangan (X) Terhadap Rentabilitas (Y) pada PT.ARI, Tbk.

(1) Uji Korelasi

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar variabel yang diteliti, maka digunakan analisis statistik korelasi pearson, kemudian menghitung besarnya koefisien determinasi untuk memperoleh kontribusi variabel antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Data akan diolah dengan menggunakan bantuan program aplikasi statistik *SPSS 16.0 for windows*.

Data yang digunakan untuk menghitung pengaruh tingkat perputaran persediaan barang dagangan terhadap rentabilitas (ROI) dalam analisis korelasi ini adalah data berdasarkan laporan keuangan PT. Alfa Retailindo, Tbk yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan keuangan neraca, dan catatan atas laporan keuangan selama tujuh tahun terakhir yaitu pada tahun 2002 hingga tahun 2008.

Berikut ini merupakan hasil koefisien korelasi dari perputaran persediaan barang dagangan terhadap rentabilitas berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 :

Tabel 4.3
Koefisien Korelasi Product Moment
Perputaran Persediaan Barang Dagangan terhadap Rentabilitas

| Correlations | | | |
|------------------------------------|---------------------|------------------------------------|--------------|
| | | PerputaranPersediaanBarangDagangan | Rentabilitas |
| PerputaranPersediaanBarangDagangan | Pearson Correlation | 1 | .460 |
| | Sig. (2-tailed) | | .300 |
| | N | 7 | 7 |
| Rentabilitas | Pearson Correlation | .460 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .300 | |
| | N | 7 | 7 |

Hasil perhitungan yang tergambar dalam tabel 4.3 di atas, koefisien korelasi antara perputaran persediaan barang dagangan dengan rentabilitas sebesar 0,460. Nilai koefisien korelasi ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti atau sedang antara perputaran persediaan barang dagangan terhadap rentabilitas karena $r = 0,460$ berada pada rentang 0,40 - 0,599.

Koefisien determinasi dari variabel tersebut adalah sebesar $0,460 \times 0,460 = 0,2116$, kemudian angka 0,2116 dikalikan $100\% = 21,16\%$ yang berarti perputaran persediaan barang dagangan memberikan pengaruh terhadap rentabilitas sebesar 21,16%, sedangkan sisanya sebesar 78,84% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian penulis.

(2) Uji Regresi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perputaran persediaan barang dagangan terhadap rentabilitas, maka dapat di gunakan analisis regresi. Persamaan regresi yang di gunakan adalah $Y = a + bX$. Analisis regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan secara fungsional secara linier antara kedua variabel tersebut. Analisis ini dapat di gunakan untuk memperkirakan berapa tingkat perubahan rentabilitas apabila perputaran persediaan barang berubah. Berikut ini adalah hasil dari penghitungan analisis regresi dengan menggunakan program SPSS 16.0 :

Tabel 4.4
Analisis Regresi Linier
Pengaruh Perputaran Persediaan Barang Dagangann Terhadap Rentabilitas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -1.917 | 4.133 | | -.464 | .662 |
| | PerputaranPersediaanBa rangDagangan | .406 | .351 | .460 | 1.157 | .300 |

a. Dependent Variable: Rentabilitas

Dari perhitungan di atas dapat di peroleh persamaan regresi antar perputaran persediaan barang dengan rentabilitas sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = -1.917 + 0.406X$$

Arti persamaan :

Intersep atau konstanta sebesar -1.917, nilai ini mengandung pengertian bahwa regresi memotong sumbu Y pada titik -1.917 dan merupakan nilai variabel dependen taksiran pada saat X sama dengan nol atau dapat di artikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X) maka tingkat rentabilitas (Y) sebesar -1.917. Dapat diartikan pula bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari perputaran persediaan barang dagangan maka nilai rentabilitas akan berkurang sebesar -1.917.

Arah hubungan, dari persamaan "+" yang menggambarkan hubungan positif ini berarti bahwa peningkatan perubahan perputaran persediaan barang dagangan akan menaikkan tingkat rentabilitas.

Koefisien regresi sebesar 0.406, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor atau nilai pada perputaran persediaan barang maka akan menaikkan tingkat rentabilitas sebesar Rp 0.406.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Perputaran Persediaan Barang Dagangan PT.Alfa Retailindo,Tbk.

Turn over persediaan adalah merupakan ratio antara jumlah harga pokok barang yang dijual dengan nilai rata-rata persediaan yang dimiliki oleh perusahaan. Turn over ini menunjukkan beberapa kali jumlah persediaan barang dagangan diganti dalam satu tahun. Berdasarkan data dari tabel 4.2 terlihat bahwa perkembangan tingkat perputaran persediaan barang dagangan selama tahun 2002 sampai dengan tahun 2008 mengalami peningkatan dan penurunan (*fluktuasi*).

Tingkat perputaran persediaan barang dagangan pada tahun 2002 yakni sebesar 11 kali. Pada tahun 2003 perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,29. Pada tahun ini padahal perusahaan mengalami peningkatan harga pokok penjualan namun diiringi juga dengan peningkatan persediaan barang dagangan. Begitupun pada tahun 2004 perusahaan mengalami penurunan kembali sebesar 1,67 kali. Pada tahun 2005 perusahaan mengalami kenaikan perputaran persediaan sebesar 0,71. Pada tahun 2006 dan 2007 juga perusahaan mengalami kenaikan sebesar 2,03 dan 2,21 kali. Begitupun pada tahun 2008 PT.ARI mengalami kenaikan perputaran persediaan barang sebesar 0,58 kali.

Perputaran persediaan barang dagangan tertinggi terjadi pada tahun 2008, dengan perputaran mencapai 14,63 kali. Angka ini menunjukkan bahwa barang jadi rata-rata baru dapat terjual setelah tersimpan dalam gudang selama 25 hari ($360:14,63$). Pada tahun ini perusahaan dapat mengelola persediaannya dengan baik, dikarenakan pada tahun tersebut perbandingan HPP dan rata-rata persediaan cukup besar yakni harga pokok penjualan mencapai Rp. 2,873,567,000,000 sedangkan rata-rata persediaan barang dagangan sebesar Rp. 196,481,863,344. Sementara itu untuk tingkat perputaran persediaan barang dagangan terendah yang dicapai PT Alfa Retailindo,Tbk. terjadi pada tahun 2004 dengan perputaran mencapai 9,1 kali. Angka ini menunjukkan bahwa barang jadi rata-rata baru dapat terjual setelah tersimpan dalam gudang selama 39 hari ($360:9,1$) dengan HPP sebesar Rp. 3,051,386,011,095 dan rata-rata persediaan barang dagangan sebesar Rp. 335,382,342,735. Nilai rata-rata tingkat perputaran persediaan barang dagangan selama periode penelitian (selama 7 tahun) yaitu sebesar 11.6 kali.

4.2.2 Tingkat Rentabilitas PT. Alfa Retailindo, Tbk.

Rentabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dengan cara membandingkan antara laba dan dana yang dipergunakan (modal) yang dinyatakan dalam persen (%). Berdasarkan tabel 4.3 terlihat jelas bahwa tingkat rentabilitas PT Alfa Retailindo yang diwakili oleh ROI selama periode penelitian menunjukkan angka yang berfluktuatif. Tingkat ROI pada tahun 2002 adalah sebesar 4,84 %. Pada tahun 2003 mengalami penurunan drastis sebesar 3,71 %. Hal ini dikarenakan adanya penurunan laba perusahaan sebesar 408%. Pada tahun 2004 kembali mengalami penurunan sebesar 0,45% karena pada tahun ini laba perusahaan mengalami penurunan sebesar 148%. Pada 2 tahun berikutnya perusahaan akhirnya mengalami kenaikan tingkat rentabilitas sebesar 0,70 % dan 3,86 %. Pada tahun 2007 perusahaan mengalami penurunan rentabilitas sebesar 4,64 %. Perusahaan kembali mengalami kenaikan sebesar 2,10 %.

Tingkat rentabilitas tertinggi yang berhasil dicapai PT. ARI yakni sebesar 5,25% pada tahun 2006 karena pada tahun ini total aktiva dan laba perusahaan cukup tinggi dibanding tahun-tahun lainnya yakni masing-masing sebesar Rp 744.925.795.814 dan Rp 39.074.038.014. Sementara untuk perolehan tingkat rentabilitas terendah sebesar 0,61% pada tahun 2007. Hal ini disebabkan rendahnya laba perusahaan dibandingkan total aktiva yang dimiliki perusahaan.

Rata-rata perolehan tingkat rentabilitas selama periode penelitian dari tahun 2002 hingga tahun 2008 sebesar 2,37 %.

Tingkat rentabilitas yang tergolong rendah terdapat pada tahun 2004 dan tahun 2007 masing-masing sebesar 0,68% dan 0,61%. Rendahnya tingkat rentabilitas tersebut diakibatkan pengelolaan aktiva perusahaan yang belum optimum.

4.2.3 Pengaruh Perputaran Persediaan Barang Dagangan terhadap Rentabilitas.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi dari perputaran persediaan barang dagangan terhadap rentabilitas adalah sebesar 0,460 dan koefisien determinasi sebesar 21,16%. Hal ini menunjukkan bahwa perputaran persediaan barang dagangan memiliki pengaruh yang cukup berarti atau sedang terhadap rentabilitas. Hal ini dapat diketahui bahwa setiap perubahan perputaran persediaan barang dagangan akan diikuti oleh perubahan rentabilitas dengan arah yang sama, yaitu jika perputaran persediaan barang dagangan mengalami kenaikan maka rentabilitas akan mengalami kenaikan, sebaliknya jika perputaran persediaan barang dagangan mengalami penurunan maka rentabilitas akan mengalami penurunan. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini yaitu perputaran persediaan barang dagangan memiliki pengaruh terhadap rentabilitas pada PT. Alfa Retailindo, Tbk. **dapat diterima.** Berdasarkan hasil penelitian bahwa perputaran persediaan barang dagangan memiliki pengaruh sedang terhadap rentabilitas dikarenakan terlalu besarnya

investasi yang dilakukan perusahaan pada persediaan barang dagangan karena dalam banyak hal persediaan lebih sensitif terhadap fluktuasi bisnis umum dibanding aktiva-aktiva lainnya. Dalam periode yang baik, persediaan dapat segera terjual dan jumlah persediaan di gudang tidak berlebihan, tetapi jika ada penurunan sedikit saja dalam siklus bisnis, banyak jenis persediaan mulai menumpuk di gudang. Pengelolaan persediaan barang dagang sangat penting untuk menjaga agar persediaan barang yang ada tidak terlalu banyak tapi juga tidak terlalu sedikit. Persediaan barang yang terlalu banyak akan memerlukan biaya-biaya penyelenggaraan, risiko-risiko dan investasi yang sangat tinggi. Sebaliknya tingkat persediaan yang tidak memadai mungkin akan menimbulkan kerugian karena adanya permintaan penjualan dan produksi yang tidak terpenuhi segera. Besarnya pengaruh perputaran persediaan barang dagangan terhadap rentabilitas perusahaan hanya sebesar 21,16% sedangkan sisanya sebesar 78,84 % dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang turut mempengaruhi rentabilitas yakni profit margin. Profit margin ini merupakan perbandingan antara laba usaha dengan penjualan bersih yang dinyatakan dalam persentase. Faktor lain yang mempengaruhi rentabilitas yakni biaya. Biaya merupakan faktor yang berpengaruh dalam memperoleh laba bagi perusahaan. Sehingga biaya juga akan berpengaruh terhadap tingkat rentabilitas. Faktor biaya juga sering digunakan sebagai ukuran efisiensi yang telah dilakukan oleh sebuah perusahaan. Biaya-biaya yang berpengaruh terhadap besarnya tingkat rentabilitas pada perusahaan meliputi antara lain biaya sewa, biaya untuk pengelolaan (operasional) perusahaan seperti gaji karyawan, biaya promosi. Biaya-biaya ini tentu akan mengurangi laba yang

akan diperoleh perusahaan. Dengan menurunnya laba berarti tingkat rentabilitas akan mengalami penurunan juga. Sehingga para manajer diharapkan dapat menekan besarnya jumlah biaya yang akan dikeluarkan perusahaan agar laba yang diperoleh dapat menjadi lebih besar dan tingkat rentabilitas perusahaan juga menjadi tinggi. Selain itu juga faktor-faktor lain yang mempengaruhi rentabilitas yakni perputaran dari aktiva lancar lainnya seperti *cash turnover*.

