SKRIPSI

PENGARUH ASET LANCAR TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA PT.UNILEVER TBK MAKASSAR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

REGITA CAHYANI
NIM : 1560302108

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2019

SKRIPSI

PENGARUH ASET LANCAR TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA PT.UNILEVER TBK MAKASSAR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

REGITA CAHYANI
NIM : 1560302108

Kepada

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:**"Pengaruh Aset Lancar Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Unilever Tbk. Makassar yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia"**
Nama Mahasiswa	: Regita Cahyani
Nomor Induk Mahasiswa	: 1560302108
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Keuangan

Telah diperiksa dan setuju untuk diujikan.

Maros, 10 Juli 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Dahlan, SE., MM	**Sarnawiah, SE., M.Si**

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muslim Maros

Dr. Dahlan SE, MM
Nip. 19581231 197907 1038

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH ASET LANCAR TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA PT. UNILEVER TBK MAKASSAR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.

disusun oleh:

Regita Cahyani

1560302108

Telah diujikan dan diseminarkan

pada tanggal 30 Juli 2019

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Dr. Dahlan, S.E.,M.M.	Ketua	
Nurlaela, S.E.,M.M.	Anggota	
Sarnawiah, S.E.,M.Si.	Anggota	
Ummul Chair, S.E.,M.M.	Anggota	

Maros, 24 Agustus 2019
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan,

Dr. Dahlan, S.E., M.M.
NIDN. 0931125807

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya senhingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktu yang direncanakan. Salam dan taslim senantiasa penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan dalam melaksanakan peribadatan kepada Allah SWT.

Rampungnya skripsi ini sesungguhnya tak lepas dari berbagai hambatan dan kendala, akan tetapi berkat adanya bantuan dan masukan kerja sama dari berbagai pihak, semua kendala dan hambatan tersebut dapat diatasi. Sehubungan dengan hal tersebut, merupakan suatu kewajaran dan tidak berlebihan apabila pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat Bapak Dr.Dahlan, SE.MM selaku pembimbing I dan Ibu Sarnawiah, SE.M.SI selaku pembimbing II, dimana dalam penyempurnaan skripsi ini memberi petunjuk yang sangat berharga demi penyelesaian skripsi ini.

Selain daripada itu, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.H.M. Ikram Idrus, SE,.MS. Selaku Ketua Yayasan Perguruan Islam Maros.
2. Ibu Prof. Nurul Ilmi Idrus, M.Sc.,Ph.D Selaku Rektor Universitas Muslim Maros.
3. Bapak Dr. Dahlan, S.E.,MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros sekaligus selaku pembimbing I.
4. Ibu Sarnawiah S.E.,M.Si., selaku pembimbing II yang selalu memberi arahan, bantuan, nasehat dan semangat yang tak henti-hentinya diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Nur Pratiwi,S.E.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan Pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan
7. Teristimewa Ayahanda dan Ibunda tercinta yang tiada hentinya memberikan semangat.
8. Segenap keluarga yang tiada henti-henti nya memberi semangat mulai dari awal masuk kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman seangkatan khususnya sahabat-sahabat penulis yang tiada henti-hentinya memberi semangat dan mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.

Akhirnya kepada Allah SWT jugalah penulis kembalikan semua amal baik yang diterima penulis selama ini, semoga skripsi ini dapat

memberikan manfaat bagi para pembaca. Sehingga dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan. Amin Ya Robbal Alamin…

Maros juni 2019

Penulis

(Regita Cahyani)

ABSTRAK

REGITA CAHYANI.2019. *Pengaruh Aset Lancar terhadap Nilai Penjualan pada PT.Unilever Tbk yang terdaftar di BEI.*(dibimbing oleh Dahlan dan Sarnawiah).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Pengaruh Aset Lancar terhadap Nilai Penjualan pada PT.Unilever Tbk Makassar yang terdaftar di BEI*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data-data keuangan dari perusahaan. Sementara data primer berupa data-data mengenai sejarah perkembangan perusahaan beserta struktur-strukturnya.

Metode analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t (uji parsial) dengan perhitungan melalui SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana diperoleh persamaan regresi, Y = 18090591,870 + 2,893X, dimana a = 18090591,870, merupakan nilai konstanta,dan b = 2,893 merupakan nilai koefisien regresi. Hasil koefisien korelasi dapat diketahui bahwa nilai r sebesar 0,825, maka ini menunjukkan bahwa hubungan antara aset lancar dan nilai penjualan sangat kuat. berdasarkan pengujian determinasi yaitu sekitar 68% Aset lancar dipengaruhi oleh nilai penjualan sedangkan 32% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian maka dapat diketahui t_{hitung} = 2,525 ini berarti hipotesis diterima karena t_{hitung} = 2,525 > t_{tabel} = 2,35336 tingkat signifikan antara aset lancar dan nilai penjualan pada PT. Unilever Tbk adalah 0,086 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan yang terjadi diantara aset lancar dan nilai penjualan karena tingkat signifikannya lebih besar dibandingkan standar signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 atau sama dengan 5%.

Kata Kunci Nilai penjualan dan aset lancar.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN SYARAT ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
PERNYATAAN KEASLIAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang..... 1
B. Rumusan Masalah..... 4
C. Tujuan Penelitian..... ... 4
D. Manfaat Penelitian..... 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
A. Laporan Keuangan 6
B. Aset Lancar 8
C. Pertumbuhan danJenis Aset 9
D. Penjualan 10
E. Nilai Penjualan 12
F. Penelitian Terdahulu 14
G. Kerangka Konseptual 16
H. Hipotesis 17

BAB III METODE PENELITIAN
A. Lokasi dan Waktu Penelitian 18
B. Jenis dan Sumber Data..... 18
C. Teknik Pengumpulan Data 19
D. Metode Analisis..... 19
E. Definisi Operasional Variabel..... 21

BAB IV SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN
A. Gambaran umum perusahaan 23
B. Visi PT.Unilever Tbk 28
C. Misi PT.Unilever Tbk 29
D. Struktur Organisasi 31
E. Deskripsi Jabatan 35

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Deskripsi Data Keuangan Perusahaan 46

B. Hasil Penelitian..... 48

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan..... 52
B. Saran..... 53

DAFTAR PUSTAKA..... 54

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Aset Lancar dan Penjualan 3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi 21
Tabel 5.1 Data Aset Lancar 47
Tabel 5.2 Data Nilai Penjualan 48
Tabel 5.3 Regresi Linear Sederhana 49
Tabel 5.4 Koefisien Korelasi 49
Tabel 5.5 Koefisien Dererminasi 50
Tabel 5.6 Uji T 51

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 16
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Unilever Tbk..... 34

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis Laporan Keuangan 6
B. Likuiditas 11
C. Hubungan Likuiditas Dengan Kinerja Keuangan 18
D. PenelitianTerdahulu 19
E. Kerangka Pikir 21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan WaktuPenelitian 22
B. Jenis dan Sumber Data 22

C. Teknik Pengumpulan Data 23
D. Metode Analisis 23
E. Definisi Operasional Variabel.....25

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan 27
B. Aspek Kegiatan Perusahaan.....30
C. Visi dan Misi Perusahaan 31
D. Marketing Perusahaan 32
E. Struktur Organisasi PT.Ramayana 33

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian.....38
B. Pembahasan 63

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

B. Kesimpulan.....69
A. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA.....71

DAFTAR TABEL

Nomor Halaman

1. Tabel 2.1.Penelitian Terdahulu .....……19
2. Tabel 5.1 data *current ratio* tahun 2014-2018…….. 40
3. Tabel 5.2 data kas rasio tahun 2014-2018…….....44
4. Tabel 5.3 data *quick ratio* tahun 2014-2018……...48
5. Tabel 5.4 data perputaran piutang 2014-2018……..……52
6. Tabel 5.5 data waktu rata-rata pengumpulan piutang tahun 2014-2018……..56
7. Tabel 5.6 data perputaranpersediaan.……62

DAFTAR GAMBAR

Nomor Halaman

1. Gambar 2.1 Kerangka Pikir..... 21
2. Gambar 4. 1 Struktur Organisasi 33

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan- perusahaan yang berkembang di Indonesia saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi, baik yang dilakukan oleh pemerintah melalui BUMN maupun swasta. Kesuksesan suatu perusahaan mampu dicapai dengan manajemen yang baik, yaitu manajemen yang mampu mempertahankan operasional perusahaan dengan memperoleh laba yang maksimal dan disamping itu untuk memaksimumkan kemakmuran para pemegang saham. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan jalan pola manajemen yang efisien dan menciptakan rangkaian kerja sama yang teratur diantara masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan. Untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat, perusahaan tentu saja perlu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen diantaranya meliputi, perencanaaan pengorganisasian, dan pengendalian secara baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Disamping itu pula perusahaan perlu melakukan pengolalaan modal dengan baik agar tersedia modal yang cukup dalam melaksanakan peningkatan kegiatan operasi. Setiap perusahaan selalu membutuhkan modal kerja untuk membelanjai operasinya sehari-hari. Misalkan untuk memberikan persekot pembelian bahan mentah, membayar upah karyawan, gaji karyawan. Pengelolaan modal kerja yang baik sangat penting agar kelangsungan usaha pada suatu perusahaan dapat dipertahankan sehingga tidak mengalami kebangkrutan.

Aktiva merupakan segala kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, yang dimaksud dengan kekayaan ini adalah sumber daya yang dapat berupa benda atau hak yang dikuasai dan yang sebelumnya diperoleh perusahaan melalui transaksi atau kegiatan masa lalu. Untuk dapat diakui sebagai aktiva, kekayaan atau sumber daya tersebut harus bisa diukur menggunakan satu mata uang, bisa rupiah, dollar, atau mata uang lainnya tergantung dengan siuasi dan kondisi yang menyertai untuk menghasilkan penjualan/ pendapatan. Usaha yang berhasil memerlukan jumlah pendapatan yang cukup. Akan tetapi pada umumnya perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang menyediakan modal kerjanya lebih cukup. Dengan demikian modal kerja yang lebih dari cukup, manajer dapat mengkonsentrasikan untuk mengumpulkan hasil (uang) yang lebih besar.Aset yang lebih dari cukup akan mengurangi resiko dan menaikkan penjualan yang lebih tinggi dan seperti kita ketahui bahwa penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan melalu berbagai metode, seperti penjualan langsung, dan melalui agen penjualan.

Yoyon supriadi dan Ratih puspitasari (2012:34) menemukan bahwa aset lancar terhadap penjualan terdapat pengaruh yang signifikan, seperti halnya dengan PT. Unilever,Tbk adalah salah satu perusahaan multinasional, Unilever memproduksi makanan, minuman, pembersih, dan

juga perawatan tubuh. Unilever adalah produsen barang rumah tangga terbesar ketiga di dunia, dan Unilever adalah salah satu perusahaan paling tua di dunia yang masih beroperasi, dan saat ini menjual produknya ke lebih dari 190 negara.

Fakta awal yang ditemukan pada perusahaan tersebut yaitu pada laporan labanya dari tahun 2014-2016 mengalami peningkatan sedangkan fenomena yang diperoleh dari penjualan tahun 2014-2016 meningkat setiap tahunnya begitu pula dengan aktiva yang didapat ikut meningkat. Dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 1.1

Data Aset lancar dan nilai penjualan PT. Unilever Tbk Makassar

Tahun	**Aset lancar**	**Nilai Penjualan**
2014	Rp 14.280.670	Rp 34.511.534
2015	Rp 15.729.945	Rp 36.484.030
2016	Rp16.745.695	Rp 40.053.732

Sumber :Data PT.Unilever Tbk

Berdasarkan tabel 1.1 Aset lancar PT.Unilever Tbk setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun 2014 sebesar Rp 14.280.670 hingga tahun 2016 meningkat menjadi Rp 16.745.695 dan nilai penjualan yang dihasilkan pada tahun 2014 yaitu Rp 34.511.534 terus mengalami peningkatan hingga tahun 2016 sebesar Rp 40.053.732. Hal inilah yang

akan menjadi fenomena dalam penelitian penulis, maka dilakukan pengujian pengaruh aset lancar terhadap nilai penjualan. Berdasarkan permasalahan diatas yang telah diuraikan maka penulis tertarik untuk mengangkat judul yaitu **Pengaruh Aset Lancar Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Unilever Tbk. Makassar yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan, maka masalah dalam penelitian ini adalah apakah aset lancar berpengaruh terhadap nilai penjualan pada PT. Unilever, Tbk Makassar yang terdaftar di Bursa efek Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh aset lancar terhadap nilai penjualan pada PT. Unilever,Tbk Makassar yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun manffat penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

a. Bagi penulis, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh aset lancar terhadap nilai penjualan.

b. Bagi ilmu pengetahuan, dapat dipergunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan topik tentang pengaruh aset lancar terhadap nilai penjualan.

2. Manfaat praktis

Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengelola aset serta penjualannya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Laporan keuangan

Menurut M.Sadeli (2002:2) laporan keuangan menurut M. Sadeli adalah hasil dari proses akuntansi dan merupakan informasi histories. Akuntansi adalah proses pengidentifikasian, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk membentuk pertimbangan dan mengambil keputusan yang tepat bagi pemakai informasi tersebut. Penyusunan laporan keuangan harus menggunakan konsep-konsep dasar laporan keuangan, sehingga menjamin adanya keseragaman penyajian dalam interpretasi atas laporan keuangan untuk pihak eksternal/ diluarmanajemen.

Machfoedz dan Mahmudi (2008:1.18) Pengertian laporan keuangan menurut Machfoedz dan Mahmudi adalah hasil akhir dari proses akuntansi. Proses akuntansi dimulai dari bukti transaksi, kemudian dicatat dalam harian yang disebut jurnal, kemudian secara periodik dari jurnal dikelompokkan ke dalam buku besar sesuai dengan transaksinya, dan tahap terakhir dan proses akuntansi adalah penyusunan laporan keuangan. Sedangkan menurut Pengertian laporan keuangan perusahaan menurut Hanafi dan Halim adalah salah satu sumber informasi yang penting disamping informasi industri, kondisi perekonomian, pangsa pasar perusahaan, kualitas manajemen dan lainnya.

Menurut Rahman Pura(2013:11-13) Laporan keuangan merupakan hasil dari aktivitas akuntansi. Laporan ini mengikhtisarkan data transaksi dalam bentuk yang berguna bagi pengambilan keputusan. Secara umum, laporan keuangan terdiri dari hal-hal yang dibahas berikut ini.

1. Laporan laba rugi *(income statement)*

   Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan kemampuan perusahaan atau entitas bisnis dalam menghasikan keuntungan pada suatu periode tertentu, misalnya satu bulan atau satu tahun. Laporan laba rugi terdiri atas pendapatan dan beban.

2. Laporan Ekuitas pemilik *(statement of owner's equity)*

   Laporan ekuitas pemilikadalah laporan yang menunjukkan perubahaan ekitas pemilik selama periode waktu tertentu.laporan pemilik ekuitas terdiri dari modal, laba/rugi, dan prive (pengambilan pribadi) atau pembayaran deviden.

3. Neraca *(Balance Sheet)*

   Neraca adalah laporan keuangan yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Neraca menyajikan akun-akun rill yaitu akun aset,a kun keawajiban, dan akun ekuitas.

4. Laporan Arus Kas *(Statement of cash Floes)*

   Laporan arus kas adalah laporan yang menggambarkan arus kas masuk (penerimaan kas) dan arus kas keluar (pengeluaran kas) dalam satu periode tertentu.terkait dengan laporan arus kas tersebut,

aktivitas perusahaan dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok aktivitas utama yaitu aktivitas operasi, aktivitas investasi, aktivitas pembiayaan.

B. Aset lancar

Aset (aktiva) adalah sumber ekonomiyang diharapkan memberikan manfaat usaha di kemudian hari, yang di mana dimasukkan dalam neraca dengan saldo normal debit. Berikut ini adalah beberapa pengertian aktiva menurut para ahli yang diambil dari berbagai sumber,antara lain:

Menurut S Munawwir (2002:30) aktiva adalah sarana atau sumber daya dan okonomik yang dimiliki oleh suatu kesatuan usaha atu perusahaan yang harganya diperoleh atau nilai wajarnya harus diukur secara objektif.

Menurut Djarwanto PS (2001:15) aktiva merupakan bentuk dari penanaman modal perusahaan,bentuk-bentuknya dapat berupa harta kekayaan atau hak-hak atas kekayaan atau jasa yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Mamduh M Hanafi (2003:24) Aktiva adalah sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari peristiwamasa lalu dan darinya manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diraih oleh perusahaan.

Menurut Zaki Baridwan (2004:271) Aset (aktiva) adalah benda baik yang dimiliki wujud maupun yang semu dan sumber daya yang dimiliki perusahaan yang dieroleh manfaat ekonomisnya.

C. Pertumbuhan dan jenis Aset

Pertumbuhan adalah proses pertambahan ukuran, bentuk serta volume yang diiringi dengan proses menuju kepada tingkat yang lebih baik. Jadi, petrumbuhan aktiva dapat didrfinisikan sebagai suatu proses pertambahan ukuran, bentuk serta volume yang tidak terbatas pada kekayaan perusahaan, bunya hanya kekayaan yang terwujud saja,tetapi juga termasuk pengeluaran-pengeluaran yang belum dialokasikan *(deffered charges)* atau biaya yag masih harus dialokasikan pada penghasilan yang akan datang. Serta aktiva yang tidak terwujud pada penghasilan yang akan datang. Serta aktiva yang tidak terwujud lainnya *(intargible assets)* misalnya *goodwill,* hak patent, hak menerbitkan dan sebagainya.

Menurut Zaki Baridwan (2004:20) aktiva (aset) dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Aktiva lancar mencakup kas, aktiva lainnya dan sumber lainnya yang diharapkan dapat direalisir atau dapat dicairkan menjadi uang kas atau dijual selama jangka waktu yang normal.
2. Aktiva tetap dapat direalisir atau dapat dicairkan menjadi uang kas atau dijual selama jangka waktu yang normal.
3. Aktiva lain-lain adalah aktiva yang tidak dapat dimasukkan dalam kelompok-kelompok lain, misalnya titipan kepada penjual untuk menjamin kontrak, bangunan dalam pengerjaan, piutang-piutang jangka panjang, uang muka pada pejabat perusahaan dan lain-lain.

Bagi manajemen perusahaan, didalam membaca neraca, nilai aset atau aktiva perlu dicermati karena menjadi dasar pengukuran prestasi keuangan perusahaan. Ukuran ini menjadi pembanding prestasi suatu perusahaan dengan prestasi perusahaan yang lain dalam hal yang sama, apakah lebih baik atau tidak, sehingga dapat menjadi dasar keputusna manajemen untuk mempertahankan atau meningkatkannya.

Salah satu ukuran yang menyangkut aset atau aktiva adalah angka rasio penjualan atau total aset, yang dinyatakan sebagai persentase. Asumsinya, semakin besar penjualan yang diwujudkan, semakin efisien penggunaan aset seluruhnya. Angka penjualan diambil dari laporan laba-rugi, sedang angka total aset berasal dari neraca. Dalam hal ini rasio dari tahun terakhir dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

D. Penjualan

Menurut Kotler (2007 :16-17) mengatakan bahwa: “Penjualan adalah tujuan inti suatu perusahaan, dimana seorang penjual berusaha membuat apa yang pasar inginkan dan atau apa yang dapat kita jual bukan menjual apa yang kita hasilkan”. Langkah seperti memilih tempat penjualan ataupun melakukan penjualan online dianggap sebagai usaha dalam menghasilkan sumber kehidupan bagi perusahaan atau pelaku usaha. Secara umum pengertian penjualan dipahami sebagai tujuan perusahaan nirlaba dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk. Kadang kadang orang mempunyai salah presepsi tentang pengertian penjualan yang di anggap sama dengan

istilah pemasaran. Misalnya seorang wiraniaga atau manajer penjualan membicarakan pemasaran, tetapi sebenarnya masalah yang di bicarakan adalah penjualan. Kedua istilah tersebut mempunyai ruang lingkup yang berbeda. Pengertian pemasaran meliputi kegiatan yang luas, sedangkan pengertian penjualan hanyalah meruapakan suatu kegiatan saja di dalam pemasaran.

Menurut Assuari (2004:5) Berpendapat bahwa “penjualan ialah sebagai kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

1. Tujuan penjualan

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisir apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba.Kemampuan usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keutungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka usaha tersebut akan mengalami kerugian. Menurut Basu Swastha (2004:488) tujuan umum penjualan yaitu:

a. Mencapai volume penjualan
b. Mendapatkan laba tertentu
c. Menunjang pertumbuhan usaha

2. Jenis-jenis Penjualan (Swasta 2009:11)

a. *Trade selling*

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

b. *Missionary selling*

Merupakan penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. *Technical selling*

Technical selling yaitu berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.

d. *New business selling*

Merupakan berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli.

e. *Responsive Selling*

Merupakan setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli.

E. Nilai Penjualan

Nilai penjualan dalam berbagai pandangan para ahli. Secara eksplisit memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat

berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasan atas produk yang digunakannya.

Tjiptomo (2002:118) definisi mengenai nilai penjualan esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu : pertama tingkat penjualan yang ingin dicapai, kedua pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan ketiga adalah keuntungan atas penjualan. Ketiga esensi tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa nilai penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industry yang menawarkan pembelian kepada konsumen. Adriyani (2000:19) menyatakan bahwa, nilai penjualan yang berorientasi pada pertambahan omzet adalah keuntungan yang diperoleh atau dicapai sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan dan dibutuhkan oleh konsumen, banyaknya jumlah transaksi yang terjadi dan banyak penawaran yang dilakukan sehingga menghasilkan keuntungan. Tentu peningkatan penjualan akan terjadi apabila jasa yang ditawarkan tersebut didistribusikan oleh pihak-pihak yang melakukan transaksi penjualan produk.

Reni (2005:148) menyatakan bahwa, kebanyakan manajer perusahaan selalu berharap agar perusahaan yang dipimpinnya selalu mengalami peningkatan dalam peningkatan omzet penjualan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Harapan tersebut tidak terjadi akan menjadi kenyataan apabila para manajer tidak bertindak dengan jeli

dan konsisten dalam memecahkan persoalan strategi pemasaran yang harus diterapkan, agar omzet nilai penjualan ditingkatkan.

Triyadi (2002:133) menyatakan bahwa, tujuan dari suatu perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan nilai penjualan. Penerimaan tersebut akan komparatif dengan jumlah total penerimaan yang diperoleh dalam mencapai profit (keuntungan) yang diinginkan perusahaan. Peningkatan nilai penjualan bagi perusahaan sangat penting untuk mengukur keberhasilan para manajer atau merupakan indikasi behasil tidaknya dalam persaingan. Pemasaran yang tidak berhasil akan mengakibatkan fungsi-fungsi lain dalam perusahaan tidak bearti. Karena itu, menjadi suatu tujuan dari setiap perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan salah satu yang sangat berpengaruh terhadap penjualan adalah faktor-faktor distribusi yang mempengaruhi peningkaan nilai penjualan produk perusahaan dalam melakukan suatu pengambilan keputusan.

Nilai penjualan yang meningkat akan menggambarkan adanya keuntungan atau perolehan manfaat dalam mengembangkan perusahaannya atau meningkatkan suatu produk kejenjang pemenuhan tingkat pencapaian hasil yang diraih oleh perusahaan.

F. Penelitian Terdahulu

Terdapat bebrerapa penilitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini :

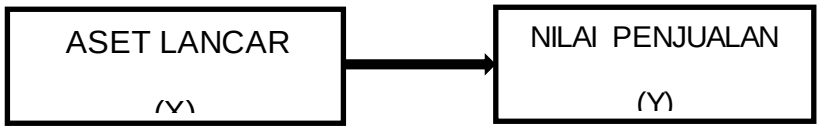
Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

Nama/ Tahun	**Judul**	**Metode Penelitian**	**Hasil penelitian**
Angga saputra dan sri sulastri (2012)	Pengaruh aktiva terhadap penjualan dan profitabilitas perusaha PT.indofood ,Tbk	Regresi linier berganda, metode analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi,	Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan spss menunjukkan nilai F hitung yaitu sebesar 9,035 dengan memiliki tingkat ssignifikan sebesar 0,20 atau sebesar 2%.Tingkat signifikan sebesar 0,020 atau 2% lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditentukan yaitu 5%. Hal menunjukkan bahwa aktiva lancar sebagai variabel independent dengan penjualan sebegai variabel dependent memiliki pengaruh yang signifikan diantara keduanya karena F hitung statistic yang dihasilkan sebesar 9.035 > dari F table sebesar 7,71
Ratna ningsih (2010)	Pengaruh aktiva lancar terhadap penjualan pada PT. ultrajaya milk industry	Regresi linier sederhana, metode analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi,	Berdasarkan pengujian spss aktiva lancar berpengaruh signifikan dengan nilai f hitung 0.30atau 3% lebih kecil dari tingkat signifikan.
Juni Riantro Lumbanbatu(	Pengaruh aktiva terhadap	Regresi linier sederhana, metode	Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan

2008)	nilai penjualan pada Penjualan Tiket Bioskop XXI 21 sun Plaza Medan	analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, Uji T.	dari variabel bebas yaitu aktiva dan variabel terikat penjualan berpengaruh signifikan dengan nilai sig sebesar 0,35 atau 3,5 %.
Bakhtiar (2014)	Pengaruh Aktiva lancar terhadap nilai penjualan pada PT. Sang Hyang Seri	Regresi linier sederhana,metode analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji T	Berdasarkan analisis korelasi diperoleh r= 0,4909 yang menunjukkan bahwa interpretasi kedua variabel, antara aktiva lancar dan nilai penjualan memiliki hubungan yang cukup erat.

G. Kerangka Konseptual

Haryoko dan Iskandar, (2008: 54) Kerangka konseptual penelitian adalah menjelaskan secara teoritis model konseptual variabel-variabel penelitian tentang bagaimana pertautan teori-teori yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang ingin diteliti, yaitu variabel bebas dengan variabel terikat.



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

H. Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok yang dikemukakan, maka dapat ditarik suatu hipotesis yang berfungsi sebagai acuan dalam penelitian ini bahwa aset lancar berpengaruh terhadap Nilai penjualan pada PT. Unilever, Tbk Makassar yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. unilever, Tbk Makassar yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI). Sedangkan waktu penelitian adalah selama 6 bulan, mulai bulan Januari sampai bulan Juni 2019.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian dan penulisan proposal ini adalah:

1. Jenis data

a. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan, mengenai data perusahaan, usaha/ instansi dan sebagai sumber yang relevan dengan masalah yang dibahas.
b. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka dari tempat penelitian seperti data keuangan perusahaan.

2. Sumber data

a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan, usaha atau instansi melalui pengamatan dan wawancara langsung pada pimpinan dan karyawan.
b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui catatan-catatan atau dokumen-dokumen perusahaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan [18] nelitian ini adalah data yang sekunder, yakni berupa data publikasi/ dokumen perusahaan berupa laporan keuangan dari tahun 2014/2018 yang terdiri dari neraca dan laporan laba/ rugi perusahaan. Selain itu penulisan penelitian ini juga ditunjang oleh literatur yang berkaitan dengan pembahasan yaitu terdiri dari manajemen keuangan, aset lancar, dan nilai penjualan perusahaan serta hasil penelitian terdahulu.

D. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis aset lancar dan nilai penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan pada PT. Unilever, Tbk adalah:

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode analisis kuantitatif melalui formulasi regresi sederhana yang digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel X dan variable Y. Formulasi regresi tersebut adalah seperti yang dikemukakan oleh pangestu (2010:286) sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Ket :

Y = variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien variabel X

x = variabel independen

Aset lancar sebagai variable X (variable bebas atau variabel yang mempengaruhi) dan nilai penjualan sebagai variabel Y (variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi) a (nilai konstanta), b (koefisien regresi). Sedangkan untuk menentukan besarnya nilai a dan b maka digunakan persamaan berikut:

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x).(\sum y)}{n\sum .x^2 - (\sum x)^2}$$

Jika nilai b sudah dihitung maka nilai a juga dapat dihitung dengan rumus

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

2. Formulasi Korelasi

Selanjutnya, untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel yang diperhatikan, maka digunakan formulasi korelasi seperti digambarkan oleh pangestu (2010:286), yaitu:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x.\sum y)}{(n\sum x^2) - (\sum x^2).\sqrt{(n\sum y^2) - (\sum y^2)}}$$

Keterangan:

X : Aset lancar

Y : Nilai penjualan

r : koefisien korelasi

n : jumlah tahun

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1.000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-1,99	Sangat Rendah

3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sumbangsih variabel X dalam mempengaruhi naik turunnya Y, maka digunakan koefisien determinasi (r^2). Menurut Wiranta Sujarweni (2012:188) rumus determinasi sebagai berikut.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan : Kd = Nilai koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Kuadrat Koefisien Determinasi

E. Definisi operasional

1. Aset Lancar

Aset lancar *(current asset)* adalah jenis aset yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang dekat, biasanya satu tahun.

2. Nilai penjualan

Nilai penjualan memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang

ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasaan atas produk yang digunakannya.

BAB IV
SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Maju bersama Unilever Indonesia selama lebih dari tujuh puluh tahun PT Unilever Indonesia Tbk (perusahaan) didirikan pada 5 Desember 1933 sebagai *Zeepfabrieken N.V. Lever* dengan akta No. 33 yang dibuat oleh Tn.A.H. *Van Ophuijsen*, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Gubernur Jenderal *Van Nederlandsch-Indie* dengan surat No. 14 pada tanggal 16 Desember 1933, terdaftar di *Raad van Justitie* di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam *Javasche Courant* pada tanggal 9 Januari 1934.

Dengan akta No. 171 yang dibuat oleh notaris Ny. Kartini Mulyadi tertanggal 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia. Dengan akta no. 92 yang dibuat oleh notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. tertanggal 30 Juni 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan keputusan No. C21.049HT.01.04TH.98 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan di Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998 Tambahan No. 39. Perusahaan mendaftarkan 15% dari sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah memperoleh persetujuan dari Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No. SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 16 November 1981Perusahaan bergerak dalam bidang

produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produk-produk kosmetik.

Sebagaimana disetujui dalam Rapat Umum Tahunan Perusahaan pada tanggal 13 Juni, 2000, yang dituangkan dalam akta notaris No. 82 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 14 Juni 2000, perusahaan juga bertindak sebagai distributor utama dan memberi jasa-jasa penelitian pemasaran. Akta ini disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan keputusan No. C-18482HT.01.04 TH.2000 Perusahaan memulai operasi komersialnya pada tahun 1933.

2. Perluasan Unilever Indonesia

Pada tanggal 22 November 2000, perusahaan mengadakan perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang pembuatan, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, saus cabe dan saus-saus lain dengan merk dagang Bango, Parkiet dan Sakura dan merk-merk lain atas dasar lisensi perusahaan kepada PT Al. Pada tanggal 3 Juli 2002, perusahaan mengadakan perjanjian dengan *Texchem Resources Berhad*, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barangbarang dengan menggunakan merk dagang *Domestos Nomos*.

Pada tanggal 7 November 2003, *Texchem Resources Berhad* mengadakan perjanjian jual beli saham dengan *Technopia Singapore Pte. Ltd*, yang dalam perjanjian tersebut Texchem Resources Berhad sepakat untuk menjual sahamnya di PT *Technopia Lever* kepada *Technopia Singapore Pte. Ltd.*

Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, perusahaan menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holdings *Limited* (pihak terkait). Akuisisi ini berlaku pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan *Unilever Overseas Holdings Limited* pada tanggal 21 Januari 2004. Pada tanggal 30 Juli 2004, perusahaan digabung dengan PT KI. Penggabungan tersebut dilakukan dengan menggunakan metoda yang sama dengan metoda pengelompokan saham *(pooling of interest)*. Perusahaan merupakan perusahaan yang menerima penggabungan dan setelah penggabungan tersebut PT KI tidak lagi menjadi badan hukum yang terpisah. Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam suratnya No. 740/III/PMA/2004 tertanggal 9 Juli 2004.

Pada tahun 2007, PT Unilever Indonesia Tbk. (Unilever) telah menandatangani perjanjian bersyarat dengan PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* Tbk (Ultra) sehubungan dengan pengambilalihan industri minuman sari buah melalui pengalihan merek “Buavita” dan

“Gogo” dari Ultra ke Unilever. Perjanjian telah terpenuhi dan Unilever dan Ultra telah menyelesaikan transaksi pada bulan Januari 2008. Sejak didirikan pada 5 Desember 1933 Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan terdepan untuk produk *Home and Personal Care serta Foods & Ice Cream* di Indonesia. Rangkaian Produk Unilever Indonesia mencangkup brand-brand ternama yang disukai di dunia seperti *Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight Produk Home and Personal Care) dan Walls, Blue Band, Royco, Bango (produk Food and Ice Cream),* dan produkproduk lainnya.

Selama ini, tujuan perusahaan kami tetap sama, dimana kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari; membuat pelanggan merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan melalui brand dan jasa yang memberikan manfaat untuk mereka maupun orang lain; menginspirasi masyarakat untuk melakukan tindakan kecil setiap harinya yang bila digabungkan akan membuat perubahan besar bagi dunia; dan senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami untuk tumbuh sekaligus mengurangi dampak lingkungan. Saham perseroan pertamakali ditawarkan kepada masyarakat pada tahun 1981 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia seja 11 Januari 1982. Pada akhir tahun 2009, saham perseroan menempati peringkat ketujuh kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia.

Produk Perseroan memiliki dua anak perusahaan : PT Anugrah Lever (dalam likuidasi), kepemilikan Perseroan sebesar 100% (sebelumnya adalah perusahaan patungan untuk pemasaran kecap) yang telah konsolidasi dan PT Technopia Lever, kepemilikan Perseroan sebesar 51%, bergerak di bidang distribusi ekspor, dan impor produk dengan merek Domestos Nomos.

Bagi Unilever, sumber daya manusia adalah pusat dari seluruh aktivitas perseroan. Kami memberikan prioritas pada mereka dalam pengembangan profesionalisme, keseimbangan kehidupan, dan kemampuan mereka untuk berkontribusi pada perusahaan. Terdapat lebih dari 300 karyawan tersebar di seluruh nutrisi.

Perseroan mengelola dan mengembangkan bisnis perseroan secara bertanggung jawab dan berkesinambungan. Nilai-nilai dan standar yang Perseroan terapkan terangkum dalam Prinsip Bisnis Kami. Perseroan juga membagi standar dan nilai-nilai tersebut dengan mitra usaha termasuk para pemasok dan distributor kami. Perseroan memiliki enam pabrik di Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Bekasi, dan dua pabrik di Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur, dengan kantor pusat di Jakarta. Produk-produk Perseroan berjumlah sekuitar 32 brand utama dan 700 SKU, dipasarkan melalui jaringan yang melibatkan sekitar 370 distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko yang tersebar di seluruh Indoneisa. Produk-produk tersebut didistribusikan

melalui pusat distribusi milik sendiri, gudang tambahan, depot dan fasilitas distribusi lainnya. Sebagai perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial, Unilever Indonesia menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang luas. Keempat pilar program kami adalah Lingkungan, Nutrisi, *Higiene* dan Pertanian Berkelanjutan. Program CSR termasuk antara lain kampanye Cuci Tangan dnegan Sabun (*Lifebuoy*), program Edukasi kesehatan Gigi dan Mulut (*Pepsodent*), program Pelestarian Makanan Tradisional (Bango) serta program Memerangi Kelaparan untuk membantu anak Indonesia yang kekurangan gizi (*Blue Band*).

B. Visi PT Unilever Indonesia Tbk

Produk Unilever telah menyentuh sekitar 2 milyar orang setiap hari, baik itu melalui perasaan yang luar biasa karena mereka memiliki rambut yang kemilau dan senyum yang menawan, membuat rumah mereka segar dan bersih, atau dengan menikmati secangkir kopi, makanan yang lezat atau snack yang sehat.

Empat pilar utama dari visi kami menggambarkan arah jangka panjang dari perusahaan – kemana tujuan kami dan bagaimana kami menuju ke arah sana:

1. Kami bekerja untuk membangun masa depan yang lebih baik setiap hari.

2. Kami membantu orang-orang merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan dengan brand dan pelayanan yang baik bagi mereka dan bagi orang lain.
3. Kami menjadi sumber inspirasi orang-orang untuk melakukan hal kecil setiap hari yang dapat membuat perbedaan besar bagi dunia.
4. Kami akan mengembangkan cara baru dalam melakukan bisnis dengan tujuan membesarkan perusahaan kami dua kali lipat sambil mengurangi dampak lingkungan.
5. Kami selalu percaya akan kekuatan brand kami dalam meningkatkan kualitas kehidupan orang-orang dan dalam melakukan hal yang benar. Semakin bertumbuhnya bisnis kami, meningkat pula tanggung jawab kami. Kami mengenali tantangan global seperti perubahan iklim yang menjadi kepedulian kita bersama. Mempertimbangkan dampak yang lebih luas dari tindakan kami selalu menyatu dalam nilai-nilai kami dan merupakan bagian fundamental mengenai siapa diri kami.

C. Misi PT Unilever Tbk

Misi korporasi Unilever adalah untuk meningkatkan vitalitas hidup. Hal ini menunjukkan bagaimana perusahaan benar-benar memahami pelanggan abad 21 dan kehidupan mereka.

a. Tujuan dan Prinsip

Tujuan corporate kami adalah bahwa kesuksesan memerlukan "standar tertinggi dari perilaku corporate terhadap setiap orang yang

bekerja dengan kami, komunitas yang kami sentuh dan lingkungan yang terdampak dari pekerjaan kami."

Tujuan corporate kami adalah bahwa kesuksesan memerlukan "standar tertinggi dari perilaku corporate terhadap setiap orang yang bekerja dengan kami, komunitas yang kami sentuh dan lingkungan yang terdampak dari pekerjaan kami."

1. Selalu bekerja dengan integritas

Beroperasi dengan integritas dan rasa hormat pada orang-orang, sentuhan bisnis kami pada organisasi dan lingkungan selalu menjadi pusat dari tanggung jawab corporate kami.

2. Dampak Positif

Kami bertujuan memberikan dampak positif dengan berbagai cara melalui brand kami, melalui kegiatan komersial dan hubungan kami, melalui kontribusi sukarela, serta berbagai cara lain dimana kami berhubungan dengan masyarakat.

3. Komitmen yang berlanjut

Kami juga berkomitmen untuk terus meningkatkan cara dalam menangani dampak lingkungan dan bekerja dengan tujuan jangka panjang kami dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

4. Menjalankan aspirasi kami

Tujuan corporate kami telah memberikan aspirasi bagi kami untuk mengelola bisnis. Hal ini diperkuat peraturan kami dalam prinsip-prinsip bisnis yang menjelaskan standar operasional yang diikuti semua karyawan Unilever, dimanapun mereka berada diseluruh dunia. Aturan ini juga mendukung pendekatan kami pada pemerintah serta tanggung jawab corporate.

5. Bekerja dengan yang lain

Kami ingin bekerja dengan para penyedia sumber daya yang memiliki nilai dan standar yang sama dengan kami dalam bekerja. Peraturan tentang rekanan bisnis, sejalan dengan peraturan prinsip bisnis kami, terdiri dari sepuluh prinsip yang meliputi integritas bisnis dan tanggung jawab yang berhubungan dengan karyawan, konsumen dan lingkungan.

D. Struktur Organisasi

Struktur adalah bagaimana bagian – bagian dari sesuatu berhubungan satu dengan yang lain atau bagaimana sesuatu tersebut disatukan. Struktur adalah sifat fundamental bagi setiap sistem. Identifikasi suatu struktur adalah suatu tugas fsubjektif, karena tergantung pada asumsi kriteria bagi pengenalan bagian -bagiannya dan hubungan mereka. Karenanya, identifikasi kognitif suatu struktur berorientasi tujuan dan tergantung pada pengetahuan yang ada.Menurut Prof. Benny H. Hoed, struktur adalah bangun (teoritis) yang terdiri atas unsur – unsur yang berhubungan satu sama lain dalam satu kesatuan. Struktur ada struktur

atas dan struktur bawah. Struktur mempunyai sifat totalitas, transformatif, dan otoregulatif.

Organisasi adalah suatu kelompok orang dalam suatu wadah untuk tujuan bersama. Terdapat beberapa teori dan perspektif mengenai organisasi, ada yang cocok satu sama lain dan ada pula yang berbeda. Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah dimana orang – orang berkumpul, bekerja sama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, terpimpin, dan terkendali dalam memanfaatkan sumber daya (uang, material, mesin, metode, lingkungan), sarana – prasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang jabatan, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali, dan sistem pimpinan organisasi.

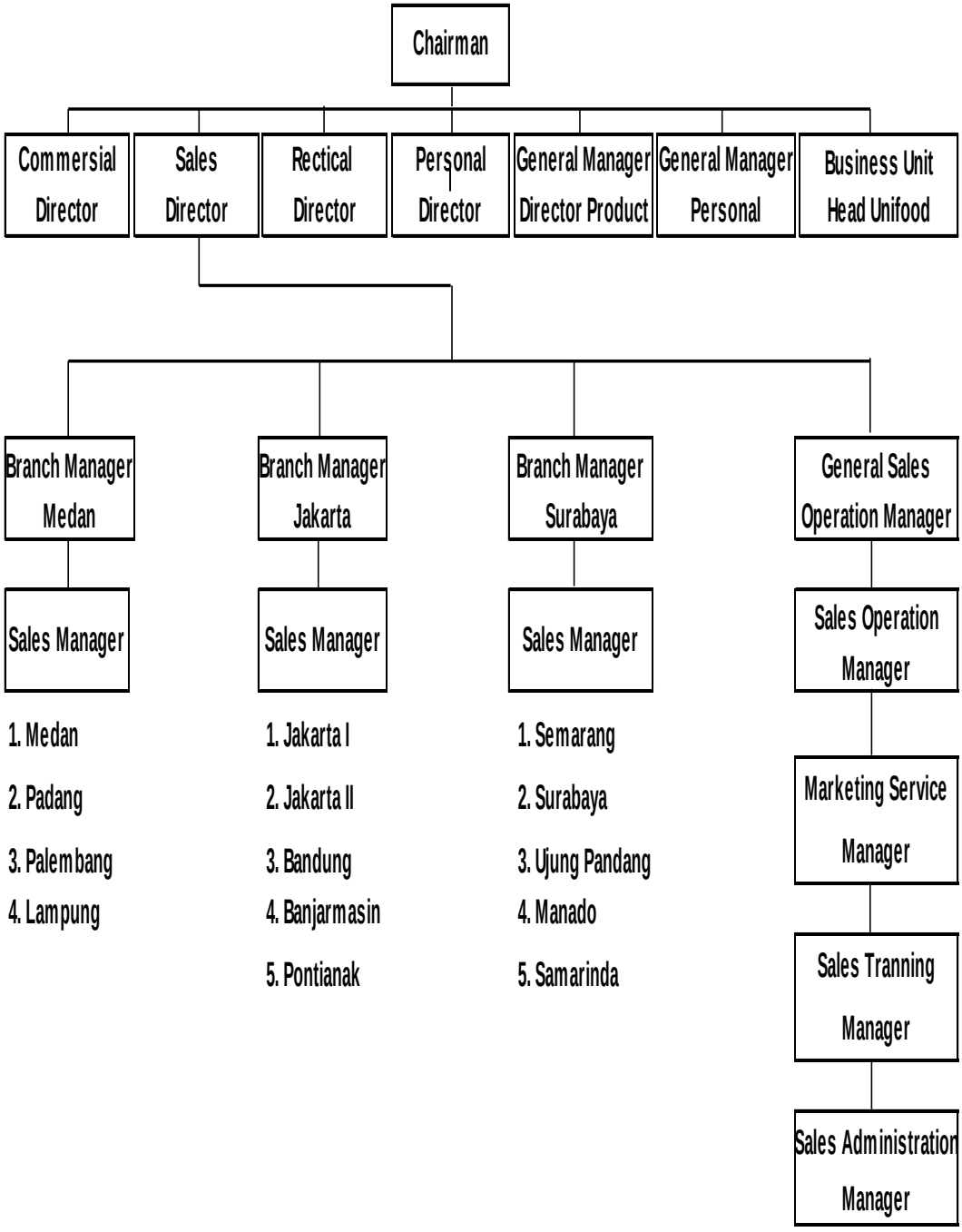
Pada PT Unilever Indonesia Tbk., struktur organisasi yang digunakan adalah struktur organisasi lini . Struktur organisasi lini adalah suatu bentuk organisasi yang didalamnya adanya batasan yang jelas antara pimpinan dan bawahan. Pimpinan bertanggung jawab atas segala kegiatan organisasi dan mempunyai hak untuk mengambil keputusan dan wewenang lalu, bawahan harus mematuhinya.

Keuntungan dari struktur organisasi ini antara lain adalah keputusan yang diambil oleh pimpinan cepat, adanya pembagian tugas yang jelas antara kelompok lini yang melakukan tugas pokok organisasi. Dengan adanya struktur organisasi maka akan mempermudah dalam melakukan identifikasi pada fungsi dan jabatan yang berperan dalam target atau rencana pekerjaan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Pihak manajemen akan lebih mudah dalam mem-break down pekerjaan dan kegiatan yang akan dilakukan dalam rencana kegiatan, dan kemudian akan dikelompokkan menjadi satu grup fungsi dan jabatan tertentu. Walaupun struktur organisasi dapat dibuat berdasarkan pengelompokkan daftar pekerjaan dari fungsi dan jabatan tertentu, namun di pihak lain struktur tersebut juga dapat bertindak sebagai acuan untuk membuat daftar pekerjaan dan proses kegiatan kerja harian yang dilakukan oleh karyawan berdasarkan peranan dan fungsi jabatannya, karena dengan struktur tersebut akan tergambar secara jelas pembagian wilayah, pekerjaan, peran dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan. Dan nantinya grup pekerjaan tersebut akan dibuat menjadi sebuah struktur organisasi yang dirasakan paling sesuai dengan rencana dan target perusahaan tersebut dan kelompok staf yang melakukan kegiatan penunjang, koordinasi dalam setiap unit kegiatan dapat diterapkan dengan mudah.

Berikut adalah gambar struktur organisasi yang ada pada PT.Unilever Tbk :

Struktur Organisasi

PT.Unilever



Gambar 2.Struktur Organisasi PT.Unilever Tbk

Sumber : PT.Unilever Tbk

E. Deskripsi Jabatan

Deskripsi jabatan, tugas pokok dan fungsi seseorang harus dirumuskan dengan jelas sehingga setiap orang memahami apa yang menjadi tugasnya serta mengetahui kepada siapa harus bertanggung jawab. Harus ada ketegasan mengenai pimpinan organisasi, apa tugas dan kekuasaannya. Pada Pembagian struktur organisasi PT Unilever Indonesia di atas , dapat diketahui bahwa Pembagiannya berdasarkan pada product yang dihasilkan oleh masing masing divisi , dan juga dibagi berdasarkan fungtionalnya , berikut adalah perinciannya:

1. Pembagian pertama adalah berdasarkan pada product yang dihasilkan:
   - *Director Food*: adalah orang yang mengatur segala kegiatan berkaitan dengan produk makanan yang dihasilkan Unilever
   - *Director Ice Cream* adalah orang yang mengatur segala kegiatan berkaitan dengan produk ice cream yang dihasilkan Unilever
2. Pembagian kedua adalah berdasarkan functionalnya:
   - *Chief financial officer* adalah orang yang mengatur segala kegiatan berkaitan dengansemua keuangan yang ada pada Unilever.
   - *Home dan personal care* adalah bekerja mengurusi semua yang ada di dalam perusahaan , berkaitan dengan individu kepegawaian.
   - S*upplaychain* adalah bagian untuk Mengatasi permasalahan bahan baku, supply chain terdiri dari :

- *Customer development* adalah bagian untuk mengurusi tentang masalah customer, merangkul customer sebanyak banyak nya.
- *Human Resources* dan *corporate relation*: adalah bagian untuk *human resource* dan hubungan antar perusahaan atau yang bekerjasama dengan perusahaan.

Dapat dilihat pada gambar bagan struktur organisasi di atas, bahwa setiap pembagian *director* mempunyai sub divisi yang berada di bawahnya. Contohnya *director home* dan *personal care*,mempunyai sub divisi yaitu *comercial HPC* dan *Marketing HPC* , setiap kegiatan yang dilakukan olehdua divisi yang ada di bawah director , akan ada dibawah pengawasan director, begitu pula pada *marketing HPC* ada *home care* dan *personal care* , *home care* dan *personal care* akan berada di bawah pengawasan marketing *HPC* sehingga segala pngaduan kerja harus melalui *marketing HPC* dan tidak boleh langsung ke *director.*

Walaupun demikian, karena Unilever adalah learning *organitation*, maka sharing antar divisi boleh dilakukan, tidak mengenal struktur organisasi. Akan tetapi permasalahan interen di dalam divisi ini harus diselesaikan per divisi secara urutan struktur organisasi.

F. Desain Organisasi

Unilever adalah Sebuah *Organic Organitation* dan *learning organitation*.dikatakan *learning organitation* karena unilever adalah organisasi yang mau belajar dan mau mendengarkan saran demi

kemajuan perusahaan. Unilever juga sebuah *organic Organitation* , hal ini dapat diketahui dengan ciri ciri sebuah *Organic organitation* yang tumbuh di dalam Unilever, diantaranya adalah:

1. Semua struktur kepemimpinan adalah berbasis tim ,hal ini dibuktikan dengan perkataan unilever dari website nya yang bertuliskan “tim kepemimpinan kami dari *CRISP* dan Komite Dewan mendapat pengarahan dari Grup Perkembangan Berkesinambungan Unilever (USDG) – sebuah grup yang terdiri dari lima ahli eksternal dalam hal tanggung jawab perusahaan dan kesinambungan yang membimbing dan memberikan kritik mengenai strategi perkembangan kami.” Sedikit pengawasan langsung, meskipun demikian tetap ada pengawasan yang bertujuan agar mutu barang tetap terjaga.yaitu:
   a. Pengawasan independen: Komite Pertanggung jawaban dan Reputasi Perusahaan.

      Kami mempunyai Komite Dewan Direktur Non-Eksekutif – komite pertanggung-jawaban dan reputasi perusahaan – yang bertanggung jawab memastikan bahwa kami mengelola bisnis kami dengan penuh tanggung jawab dan bahwa reputasi Unilever dijaga dan diperkuat. Hal ini memastikan bahwa Kode Etik Prinsip Usaha dan Kode Etik Mitra Usaha tetap sesuai dengan tujuan dan teraplikasi dengan baik. Komite ini bertemu secara rutin, dan terdiri dari empat direktur noneksektutif yang independen.

- *Brittan* (Pemimpin)
- *Nyasulu*
- *Murthy*, dan
- *Fresco*.

Komite ini menguntungkan dari kedua sudut pandang baik dari USDG dan CRISP.

G. Pengawasan independen: Komite Audit

Salah satu tugas dari Dewan Komite Audit adalah mengevaluasi pendekatan Unilever secara keseluruhan dalam hal manajemen resiko dan kontrol, juga prosesnya, hasil dan temuannya. Komite ini mempertimbangkan aplikasi dari Kode Prinsip Usaha sebagai bagian yang digunakan untuk mengevaluasi manajemen resiko

- Membuka komunikasi jaringan, yaitu dengan mengadakan seminar dan sharing antar anggota.

- Diberdayakan karyawan,karena unilever adalah learning organitation, maka tentunya perusahaan ini sangat diberdayakan oleh karyawan.

H. Aktivitas Perusahaan

Temukan lebih jauh tentang apa yang terjadi di Unilever - anda akan terkejut mengetahui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh Unilever

Indonesia, mulai dari kesehatan konsumen, nutrisi sampai dengan kegiatan kemanusiaan.

a. *ISRA 2009 (Indonesia Sustainability Reporting Award)*

Unilever Indonesia Raih Penghargaan Indonesia *Sustainability Reporting Award* 2009. Sebuah Penghargaan dari *National Center for Sustainability Reporting.*

b. *Paddle Pop*

Paddle Pop Ajak Anak-Anak Indonesia Bertualang dalam "*Paddle Pop Kombatei the Movie". Sekuel Paddle Pop the Movie* ini diperkuat karakternya dengan kehadiran Giring dan Amanda sebagai pengisi karakter *Paddle Pop Lion* dan *Liona*.

c. *AXE_Media Gathering*

NUMBERITIES with Lucyana Milinka: is the new foreplay. Axe Bantu Cowok-Cowok Dapatkan Cewek Impian.

- Walls Moo

Tips Nanny 911, Bantu Ibu Moo Jadi Sahabat Si Kecil. Semarakkan Ibu 22 Desember.

d. *JSA_Walk (Jakarta Stop AIDS)*

Aksi Turun ke Jalan, Duta Jakarta *Stop AIDS* Buktikan Komitmen Cegah Penyebaran *HIV / AIDS*. Peringati Hari *AIDS* Sedunia, 350 Duta Jakarta

Stop *AIDS* dan 500 Karyawan Unilever Turun ke Jalan, Ikuti Aksi Jalan dan Sepeda Santai.

e. Meneg PP Meneg LH Menhut buat biopori

Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia Membuka ”*Green* Festival 2009”. Gelaran akbar kampanye peduli lingkungan ini mengajak seluruh komponen masyarakat untuk beraksi melakukan pencegahan pemanasan global mulai dari diri sendiri dengan cara yang mudah dan menyenangkan.

f. Trashion

Unilever dan *Hypermart* Luncurkan Program “Penggunaan *TRASHION* sebagai Alternatif Tas Belanja”. Kampanye peduli lingkungan dalam menggurangi penggunaan plastik saat belanja ini didukung penuh oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup RI.

- *Lifebouy*

Lifebuoy Revitalisasi Posyandu NTT untuk Wujudkan Generasi Sehat. Bertepatan dengan momentum perayaan Hari Kesehatan Nasional 2009, *Lifebuoy* memberikan donasi berupa KMS/Buku KIA dan alat-alat kesehatan senilai total Rp 270 Juta untuk 250 Posyandu di Nusa Tenggara Timur.

- *Ponds*

Lebih dari 10.000 Remaja Perempuan Merayakan *Pond's* 10.000 Faces *Day*. Sebuah Apresiasi untuk Wajah Bening dan Merona.

g. Rexona

Pencapaian Prestasi dan Kepercayaan Diri Bersama *Rexona*. Keberhasilan dimulai dari kekuatan rasa percaya diri. *Rexona* selalu setia menjadi bagian dari perjalanan keberhasilan seseorang seperti: Ira Duaty, Shandy Aulia dan Carissa Puteri.

h. Pepsodent

Pepsodent Luncurkan Kampanye 'Sikat Gigi Pagi + Malam'. Sebuah kampanye yang dirancang untuk membuat ritual menyikat gigi sebagai sebuah pengalaman yang mendidik dan menyenangkan bagi anak-anak dan orang tua.

i. *Make Award*

Unilever Indonesia Raih Penghargaan sebagai Perusahaan Berbasis Pengetahuan Paling Dikagumi di Asia untuk ke-4 Kalinya. Sebuah Penghargaan untuk Prestasi di Bidang *Knowledge Management*.

- *Dove*

Dove Sisterhood Ajak Perempuan Indonesia Bangkitkan Semangat Solidaritas Sesama Perempuan. Gerakan *DOVE Sisterhood* serukan semangat saling menolong untuk menjadi *'Amazing Woman'* yang tampil percaya diri, cantik luar dalam dengan kepribadian yang kuat (*Look Good by Doing Good*).

j. Pepsodent

Peringatan Hari Cuci Tangan Pakai Sabun Sedunia:Langkah Kecil Kita untuk Masa Depan Anak Lebih Sehat. *Lifebuoy* dan para mitra mengajak peran serta aktif semua masyarakat untuk melakukan gerakan cuci tanganpakaisabun secara serentak pada tanggal 15 Oktober pukul 10.00 – 10.15 WIB sebagai bentuk inisiasi Hari Cuci Tangan Sedunia untuk membudayakan kebiasaan cuci tangan pakai sabun dalam keluarga. "*Pepsodent* Rayakan Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Sedunia". *Pepsodent* Mengimbau Masyarakat Indonesia Sebagai Bagian Dari Masyarakat Dunia Untuk Lebih Memperhatikan Kesehatan Gigi dan Mulut.

- *ICSA (Indonesian Customer Satisfaction Award)*

Tiga Belas Produk Unilever Indonesia Paling Memuaskan Pelanggan 2009 Indonesian *Customer Satisfaction Award (ICSA).* Molto Awali Jejak Kebajikan dengan Berbagi Kesegaran Bersama Molto Ultra. Molto Ultra ajak keluarga Indonesia untuk berbagi kebahagiaan dengan anak-anak panti asuhan di bulan suci Ramadhan.

- *IBBA* (Indonesia *Best Brand*)

Sebelas Produk Unilever Duduki Peringkat Terbaik Survei Indonesia Best Brand 2009. Tunjukkan Komitmen Unilever untuk Selalu Menyediakan Produk Terbaik.

- *IMAC (Indonesia's Most Admired Companies Award)*

Unilever Indonesia Raih *The Best Corporate Image* 2009. Sebuah

Penghargaan dari *Indonesia's Most Admired Companies Award*.

k. Pepsodent

Inovasi Baru Pepsodent Sebagai Pencegahan Jitu Bagi Gigi Berlubang. Menyadari tingginya resiko masalah gigi berlubang di tengah masyarakat Indonesia, Pepsodent mempersembahkan inovasi terbarunyauntuk mencegah terjadinya gigi berlubang.

- SARIWANGI

SariWangi Mobil Mudik 2009. Mari Mudik, Mari Bicara.

- *Make Award*

Unilever Indonesia Raih Penghargaan sebagai Perusahaan Berbasis Pengetahuan Paling Dikagumi di Indonesia. Sebuah Penghargaan untuk Prestasi di Bidang *Knowledge Management*.

- HANI (Hari Anti-Narkoba Internasional)

Unilever Dukung Peringatan Hari Anti-Narkoba Internasional. Stop Penyalahgunaan Narkoba, *HIV*, dan *AIDS* di kalangan remaja.

- *Lifebouy*

Bersama *Lifebuoy* Wujudkan Indonesia yang Lebih Sehat. Peluncuran Petisi Nasional "Keluarga Sehat untuk Indonesia Sehat", Langkah kecil Lifebuoy dan para mitranya dalam upaya mewujudkan Bangsa Indonesia yang sehat dan

kuat.

- SariWangi

”SariWangi *Art Appreciation Day*” Persembahan SariWangi *Gold Selection* untuk Seni dan Perempuan Indonesia. Upaya mendukung hasil karya perempuan serta menginspirasi masyarakat untuk terus berkarya dan menghargai seni budaya Indonesia

- Rinso

Rinso Lanjutkan Kepeduliannya Terhadap Keluarga Indonesia Berbagi Rejeki Rinso Rame-Rame. Rinso memperkenalkan Titi DJ sebagai Brand Ambassador Rinso yang baru dan Teuku Wisnu sebagai Duta Rejeki Rinso RameRame.

- JSA (Jakarta *Stop AIDS*)

“Jakarta *Stop AIDS*”: Ajak Anak Muda Perangi *HIV* dan *AIDS* serta Narkoba Hampir 70 persen penderita HIV/AIDS di DKI Jakarta disebabkan pemakaian jarum suntik secara bergantian oleh para pecandu narkoba dan rata-rata penderitanya usia muda, yakni 19 – 25 tahun.

l. Award

Unilever Indonesia Raih Predikat Perusahaan Idaman di Indonesia Sebuah Penghargaan Spesial untuk Unilever Indonesia.

- *Clear*

CLEAR Soft and Shiny Gandeng Sandra Dewi. Peluncuran varian baru *CLEAR Soft and Shiny*, membuat rambut terasa 4x lebih lembut,

sekaligus memperkenalkan Sandra Dewi sebagai *Brand Ambassador CLEAR Soft and Shiny.*

- *Ponds*

Semua Produk Unilever Aman Untuk Digunakan. *Pond's* yang diproduksi secara resmi dan dipasarkan oleh Unilever Indonesia memiliki standar keamanan dan kesehatan yang tinggi sehingga aman untuk digunakan.

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Keuangan Perusahaan

Setiap perusahaan sangat penting artinya untuk megetahui seberapa modal kerja yang dikeluarkan, begitu pula dengan PT. Unilever Tbk. Dengan diketahui modal kerja yang telah dikeluarkan, maka pemimpin khususnyamanajer keuangan dapat mengambil keputusan keuangan yang tepat, baik dalam hal investasi dana maupun dalam mengatur sumber dana yang optimal dalam meningkatkan nilai dari modal kerja.

Dalam hal ini penulis ingin mengetahui penggunaan asetlancar terhadap nilai penjualan pada PT.Unilever tbk Makassar yang terdaftar di BEI, dimana setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan nilai penjualan yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya demi kelangsungan perusahaan tersebut.

Pada dasarnya dapat dipahami keadaan keuangan suatu perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan suatu perusahaan yang terdiri dari neraca *(balance sheet)* dan laporan laba rugi *(incame stement).*

1. Aset Lancar

Aset lancar adalah jenis aset yang dapat digunakan dalam jangka waktu dekat, biasanya satu tahun. Contoh aset lancar antara lain kas, piutang, investasi jangka pendek, persediaan, dan beban dibayar dimuka.

Pada suatu neraca aset dikelompokkan menjadi aset lancar dan aset tidak lancar.

Tabel 5.1 Data Aset lancar PT.Unilever Tbk Makassaryang terdaftar di BEI (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Aset lancar
2014	Rp 6.337.170
2015	Rp 6.623.114
2016	Rp 6.588.109
2017	Rp 7.941.635
2018	Rp 8.325.029

Sumber : Data PT. Unilever tbk

Dari tabel 5.1 dapat dilihat bahwa aset lancar pada PT.Unilever Tbk pada tahun 2014-2018 mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2014 Rp6.337.170 kemudian meningkat sekitar Rp6.623.114 pada tahun 2015, selanjutnya pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar Rp 6.588.109 pada tahun 2017 meningkat sebesar Rp7.941.635 dan pada tahun 2018 peningkatannya cukup tinggi yaitu sebesar Rp8.325.029.

2. Nilai Penjualan

Nilai penjualan yaitu nilai penjualan yang berorientasi pada pertambahan omzet adalah keuntungan yang diperoleh atau dicapai sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan dan dibutuhkan oleh konsumen, banyaknya jumlah transaksi yang terjadi dan banyak penawaran yang dilakukan sehingga menghasilkan keuntungan. Tentu

peningkatan penjualan akan terjadi apabila jasa yang ditawarkan tersebut didistribusikan oleh pihak-pihak yang melakukan transaksi penjualan produk.

Tabel 5.2 Data Nilai Penjualan pada PT. Unilever tbk Makassar yang terdaftar di BEI (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Nilai Penjualan (Y)
2014	Rp 34.511.534
2015	Rp 36.484.030
2016	Rp 40.053.732
2017	Rp 41.204.510
2018	Rp 410802.073

Sumber: Data PT. Unilever Tbk

Dari Tabel 5.2 dapat dilihat bahwa Nilai Penjualan pada PT. UnileverTbk pada tahun 2014-2017 mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2014 Rp34.511.534 selanjutnya pada tahun 2015 sebesar Rp 36.484.030 pada tahun 2016 meningkat sebesar Rp40.053.732 sedangkan pada tahun 2017 meningkat sebesar Rp 41.204.510 dan pada tahun 2018 meningkat sebesar Rp 41.802.073.

A. HasilPenelitian

1. Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara aset lancar terhadap Nilai Penjualan dengan menggunakan analisis regresi linear (Sudjana 2002:312). Dinyatakan dengan rumus :

$$Y = a + bX$$

Tabel 5.3 Perhitungan analisis regresi sederhana menggunakan program SPSS Versi 24

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	18090591,870	8257534,152		2,191	,116
	asetlancar	2,893	1,146	,825	2,525	,086

Berdasarkan tabel 5.3 nilai constant = 18090591,870 dan koefisien regresi variabel aset lancar (X) = 2,893 maka diperoleh persamaan regresi sederhana adalah Y=18090591,870 + 2,893X, maka dapat disimpulkan bahwa aset lancar berpengaruh positif terhadap nilai penjualan, dengan demikian setiap satu kenaikan aset lancar pada PT. Unilever Tbk maka akan mengalami kenaikan laba sebesar 2,893.

2. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan antara aset lancar dan nilai penjualan pada PT. Unilever Tbk.

Tabel 5.4 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi menggunakan Program SPSS versi 24.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825[a]	,680	,573	2068512,20600

Berdasarkan tabel 5.4 koefisien korelasi dapat diinterpretasikan bahwa nilai r sebesar 0,825 ini menunjukkan bahwa hubungan aset lancar (X) dengan Nilai penjualan (Y) pada PT.Unilever Tbk berada kategori sangat kuat, ini sesuai dengan tabel interpretasi 3.1 karena berada pada rentang 0,80-1,000.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.5 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi menggunakan Program SPSS versi 24.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825[a]	,680	,573	2068512,20600

Berdasarkan tabel 5.5 pengaruh atau peranan aset lancar terhadap nilai penjualan pada PT.Unilever Tbk sebesar R^2 = 0,68 atau sama dengan 68% Aset lancar dipengaruhi oleh nilai penjualan sedangkan 32% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji T (Uji Hipotesis)

Uji T dapat digunakan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak dengan dasar pengambilan keputusan jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka hipotesis tersebut diterima, demikian pula jika $T_{hitung} < T_{tabel}$,maka hipotesis tersebut ditolak. Sedangkan T_{tabel} dapat diukur df = N-K, Jadi df = 5-2 = 3.

Tabel 5.6 Hasil Perhitungan t_{hitung} menggunakan program SPSS versi 24

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18090591,870	8257534,152		2,191	,116
	asetlancar	2,893	1,146	,825	2,525	,086

Berdasarkan tabel 5.6 maka dapat diketahui t_{hitung} = 2,525 ini berarti hipotesis diterima karena t_{hitung} = 2,525 > t_{tabel} = 2,35336 tingkat signifikan antara aset lancar dan nilai penjualan pada PT. Unilever Tbk adalah 0,086 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan yang terjadi diantara aset lancar dan nilai penjualan karena tingkat signifikannya lebih besar dibandingkan standar signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 atau sama dengan 5%.

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana diperoleh persamaan regresi, Y = 18090591,870 + 2,893X, dimana a = 18090591,870, merupakan nilai konstanta,dan b = 2,893 merupakan nilai koefisien regresi.

Hasil koefisien korelasi dapat diketahui bahwa nilai r sebesar 0,825, maka ini menunjukkan bahwa hubungan antara aset lancar dan nilai penjualan pada PT. Unilever Tbk adalah sangat kuat. Sedangkan berdasarkan pengujian determinasi yaitu sekitar 68% Aset lancar dipengaruhi oleh nilai penjualan sedangkan 32% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian maka dapat diketahui t_{hitung} = 2,525 ini berarti hipotesis diterima karena t_{hitung} = 2,525 > t_{tabel} = 2,35336 tingkat signifikan antara aset lancar dan nilai penjualan pada PT. Unilever Tbk adalah 0,086 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan yang terjadi diantara aset lancar dan nilai penjualan karena tingkat signifikannya lebih besar dibandingkan standar signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 atau sama dengan 5%.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka penulis memberikan beberapa saran yaitu :

1. PT. Unilever Tbk harus lebih mengelola dengan baik Aset serta memperhatikan penjualannya untuk mendapatkan keuntungan yang jau lebih meningkat.
2. Untuk peneliti yang melakukan penelitian tentang Aset lancar dan nilai penjualan lebih memperhatikan aset yang digunakan dan penjualan yang diterima, serta segala hal yang diperhatikan dengan aset dan laba.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menyempurnakan apa yang telah diteliti padapenelitian ini.

LAMPIRAN

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2015, 31 Desember 2014
dan 1 Januari 2014

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Consolidated Statements of Financial Position
As at 31 December 2015, 31 December 2014
and 1 January 2014

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ *Notes*	31 Desember/ *December* 2015	31 Desember/ *December* 2014	1 Januari/ *January* 2014	
ASET					***ASSETS***
Aset Lancar					***Current Assets***
Kas dan setara kas	2d, 3	628,159	859,127	261,202	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha					*Trade debtors*
- Pihak ketiga	2h, 4	2,822,930	2,464,145	2,343,583	*Third parties -*
- Pihak berelasi	2c, 2h, 4	421,696	431,370	281,391	*Related parties -*
Uang muka dan piutang lain-lain					*Advances and other debtors*
- Pihak ketiga		138,188	116,603	111,228	*Third parties -*
- Pihak berelasi	2c, 7c	219,458	40,142	60,146	*Related parties -*
Persediaan	2i, 5	2,297,502	2,325,989	2,084,331	*Inventories*
Pajak dibayar dimuka	14c	-	14,179	10,168	*Prepaid taxes*
Beban dibayar dimuka	2o, 8	95,181	85,615	66,170	*Prepaid expenses*
Jumlah Aset Lancar		6,623,114	6,337,170	5,218,219	***Total Current Assets***
Aset Tidak Lancar					***Non-Current Assets***
Aset tetap	2j, 9a	8,320,917	7,348,025	6,874,177	*Fixed assets*
Goodwill	2l,2m,10	61,925	61,925	61,925	*Goodwill*
Aset takberwujud	2l, 2n,11	431,021	452,240	479,876	*Intangible assets*
Aset tidak lancar lainnya		292,968	81,310	69,271	*Other non-current assets*
Jumlah Aset Tidak Lancar		9,106,831	7,943,500	7,485,249	***Total Non-Current Assets***
JUMLAH ASET		15,729,945	14,280,670	12,703,468	***TOTAL ASSETS***

Penghasilan Komprehensif Lain Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada
31 Desember 2015 dan 2014

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

Consolidated Statements of Profit or Loss and
Other Comprehensive Income
For The Years Ended
31 December 2015 and 2014

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2015	Catatan/ *Notes*	2014*	
Penjualan bersih	36,484,030	2p, 23	34,511,534	*Net sales*
Harga pokok penjualan	(17,835,061)	2p, 24	(17,304,613)	*Cost of goods sold*
LABA BRUTO	18,648,969		17,206,921	***GROSS PROFIT***
Beban pemasaran dan penjualan	(7,239,165)	2p, 25a	(6,519,400)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	(3,465,924)	2p, 25b	(2,657,284)	*General and administration expenses*
Beban lain-lain, bersih	(4,479)	26	(16,979)	*Other expenses, net*
LABA USAHA	7,939,401		8,013,258	***OPERATING PROFIT***
Penghasilan keuangan	10,616		10,458	*Finance income*
Biaya keuangan	(120,527)		(96,064)	*Finance costs*
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	7,829,490		7,927,652	***PROFIT BEFORE INCOME TAX***
Beban pajak penghasilan	(1,977,685)	2s, 14a	(2,000,932)	*Income tax expense*
LABA	5,851,805		5,926,720	***PROFIT***
Penghasilan komprehensif lain				***Other comprehensive income***
Pengukuran kembali kewajiban imbalan kerja jangka panjang	16,775	2t, 17	195,130	*Remeasurements of long-term employee benefits obligations*
Beban pajak atas penghasilan komprehensif lain	(4,194)	2s, 14b	(48,782)	*Tax on other comprehensive income*
Jumlah penghasilan komprehensif lain	12,581		146,348	***Total other comprehensive income***
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF	5,864,386		6,073,068	***TOTAL COMPREHENSIVE INCOME***
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	766	2w, 28	776	***BASIC EARNINGS PER SHARE*** *(expressed in Rupiah full amount per share)*

* Setelah penyajian kembali atas perubahan PSAK 24 (Lihat Catatan 35)
Pengaruh penyajian kembali atas laba usaha dan laba untuk tahun 2014:

*After restatements due to changes in SFAS 24 (See Note 35) **
Impact of restatements on operating profit and profit for 2014:

	Sebelum penyajian kembali/ *Before restatements*	Setelah penyajian kembali/ *After restatements*	
Laba usaha	7,762,328	8,013,258	*Operating profit*
Laba	5,738,523	5,926,720	*Profit*
Laba bersih per saham dasar (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	752	776	Basic earnings per share (expressed in Rupiah full amount per share)

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian ini.

The accompanying notes to the consolidated financial statements forman integral part of these consolidated financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2017 dan 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Financial Position
As at 31 December 2017 and 2016

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
ASET				***ASSETS***
Aset Lancar				***Current Assets***
Kas dan setara kas	404,784	2c, 3	373,835	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	4,346,917	2g, 4	3,290,889	*Third parties -*
- Pihak berelasi	368,637	2b, 2g, 4	417,368	*Related parties -*
Uang muka dan piutang lain-lain				*Advances and other debtors*
- Pihak ketiga	72,986		85,188	*Third parties -*
- Pihak berelasi	66,285	2b, 7c	16,409	*Related parties -*
Persediaan	2,393,540	2h, 5	2,318,130	*Inventories*
Pajak dibayar dimuka	3,707	14c	-	*Prepaid taxes*
Beban dibayar dimuka	109,578	2n, 8	86,290	*Prepaid expenses*
	7,766,434		6,588,109	
Aset yang dimiliki untuk dijual	175,201	2y, 35	-	*Assets held for sale*
Jumlah Aset Lancar	7,941,635		6,588,109	***Total Current Assets***
Aset Tidak Lancar				***Non-Current Assets***
Aset tetap	10,422,133	2i, 9a	9,529,476	*Fixed assets*
Goodwill	61,925	2k, 2l, 10	61,925	*Goodwill*
Aset takberwujud	390,838	2k, 2m, 11	409,802	*Intangible assets*
Aset tidak lancar lainnya	89,882		156,383	*Other non-current assets*
Jumlah Aset Tidak Lancar	10,964,778		10,157,586	***Total Non-Current Assets***
JUMLAH ASET	18,906,413		16,745,695	***TOTAL ASSETS***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Laba Rugi dan
Penghasilan Komprehensif Lain
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada
31 Desember 2017 dan 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Profit or Loss and
Other Comprehensive Income
For The Years Ended
31 December 2017 and 2016

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
Penjualan bersih	41,204,510	2o, 23	40,053,732	*Net sales*
Harga pokok penjualan	(19,984,776)	2o, 24	(19,594,636)	*Cost of goods sold*
LABA BRUTO	21,219,734		20,459,096	***GROSS PROFIT***
Beban pemasaran dan penjualan	(7,839,387)	2o, 25a	(7,791,556)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	(3,875,371)	2o, 25b	(3,960,830)	*General and administration expenses*
(Beban)/penghasilan lain-lain, bersih	(9,212)	26	951	*Other (expenses)/income, net*
LABA USAHA	**9,495,764**		**8,707,661**	***OPERATING PROFIT***
Penghasilan keuangan	3,579		7,468	*Finance income*
Biaya keuangan	(127,682)		(143,244)	*Finance costs*
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	**9,371,661**		**8,571,885**	***PROFIT BEFORE INCOME TAX***
Beban pajak penghasilan	(2,367,099)	2r, 14a	(2,181,213)	*Income tax expense*
LABA	**7,004,562**		**6,390,672**	***PROFIT***
Penghasilan (rugi) komprehensif lain				***Other comprehensive income (loss)***
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:				*Items that will not be reclassified to profit or loss:*
Pengukuran kembali kewajiban imbalan kerja jangka panjang	136,891	2s, 17	(577,554)	*Remeasurements of long-term employee benefits obligations*
Pajak terkait atas penghasilan (rugi) komprehensif lain	(34,223)	2r, 14b	144,389	*Related tax on other comprehensive income (loss)*
Jumlah penghasilan (rugi) komprehensif lain, bersih	102,668		(433,165)	***Total other comprehensive income (loss), net of tax***
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF	**7,107,230**		**5,957,507**	***TOTAL COMPREHENSIVE INCOME***
Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi (EBITDA)	10,149,844	36	9,258,495	*Earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA)*
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	918	2v, 28	838	***BASIC EARNINGS PER SHARE*** *(expressed in Rupiah full amount per share)*

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2018 dan 2017

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Financial Position
As at 31 December 2018 and 2017

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2018	Catatan/ *Notes*	2017	
ASET				***ASSETS***
Aset Lancar				***Current Assets***
Kas dan setara kas	351,667	2c, 3	404,784	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	4,485,405	2g, 4	4,346,917	*Third parties -*
- Pihak berelasi	498,066	2b, 2g, 4	368,637	*Related parties -*
Uang muka dan piutang lain-lain				*Advances and other debtors*
- Pihak ketiga	92,172	2e, 6	72,986	*Third parties -*
- Pihak berelasi	27,763	2b, 7c	66,285	*Related parties -*
Persediaan	2,658,073	2h, 5	2,393,540	*Inventories*
Pajak dibayar dimuka	47,063	14c	3,707	*Prepaid taxes*
Beban dibayar dimuka	164,820	2n, 8	109,578	*Prepaid expenses*
	8,325,029		7,766,434	
Aset yang dimiliki untuk dijual	-	2y, 35	175,201	*Assets held for sale*
Jumlah Aset Lancar	8,325,029		7,941,635	***Total Current Assets***
Aset Tidak Lancar				***Non-Current Assets***
Aset tetap	10,627,387	2i, 9a	10,422,133	*Fixed assets*
Goodwill	61,925	2k, 2l, 10	61,925	*Goodwill*
Aset takberwujud	434,205	2k, 2m, 11	390,838	*Intangible assets*
Aset tidak lancar lainnya	74,424		89,882	*Other non-current assets*
Jumlah Aset Tidak Lancar	11,197,941		10,964,778	***Total Non-Current Assets***
JUMLAH ASET	19,522,970		18,906,413	***TOTAL ASSETS***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Laba Rugi dan
Penghasilan Komprehensif Lain
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada
31 Desember 2018 dan 2017

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Profit or Loss and
Other Comprehensive Income
For The Years Ended
31 December 2018 and 2017

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2018	Catatan/ *Notes*	2017	
Penjualan bersih	41,802,073	2o, 23	41,204,510	*Net sales*
Harga pokok penjualan	(20,709,800)	2o, 24	(19,984,776)	*Cost of goods sold*
LABA BRUTO	21,092,273		21,219,734	***GROSS PROFIT***
Beban pemasaran dan penjualan	(7,719,088)	2o, 25a	(7,839,387)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	(3,917,171)	2o, 25b	(3,875,371)	*General and administration expenses*
Penghasilan/(beban) lain-lain, bersih	2,822,616	26	(9,212)	*Other income/(expenses), net*
LABA USAHA	**12,278,630**		**9,495,764**	***OPERATING PROFIT***
Penghasilan keuangan	15,776		3,579	*Finance income*
Biaya keuangan	(108,642)		(127,682)	*Finance costs*
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	**12,185,764**		**9,371,661**	***PROFIT BEFORE INCOME TAX***
Beban pajak penghasilan	(3,076,319)	2r, 14a	(2,367,099)	*Income tax expense*
LABA	**9,109,445**		**7,004,562**	***PROFIT***
Penghasilan (rugi) komprehensif lain				***Other comprehensive income (loss)***
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:				*Items that will not be reclassified to profit or loss:*
Pengukuran kembali kewajiban imbalan kerja jangka panjang	369,000	2s	136,891	*Remeasurements of long-term employee benefits obligations*
Pajak terkait atas penghasilan komprehensif lain	(92,250)		(34,223)	*Related tax on other comprehensive income*
Jumlah penghasilan komprehensif lain, bersih	276,750		102,668	***Total other comprehensive income, net of tax***
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF	**9,386,195**		**7,107,230**	***TOTAL COMPREHENSIVE INCOME***
Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi (EBITDA)	13,055,881	36	10,149,844	*Earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA)*
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	1,194	2v, 28	918	***BASIC EARNINGS PER SHARE*** *(expressed in Rupiah full amount per share)*

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

```
Warning # 849 in column 23.  Text: in_ID
The LOCALE subcommand of the SET command has an invalid
parameter.  It could
not be mapped to a valid backend locale.

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will
expire in 6019 days.

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT y
  /METHOD=ENTER x.
```

Regression

Notes

Output Created		09-JUL-2019 18:47:32
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	5
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=x y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,70
	Elapsed Time	00:00:00,74

Correlations

		aset lancar	Penjualan
aset lancar	Pearson Correlation	1	,825
	Sig. (2-tailed)		,086
	N	5	5
penjualan	Pearson Correlation	,825	1
	Sig. (2-tailed)	,086	
	N	5	5

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT y /METHOD=ENTER x.
Resources	Processor Time	00:00:00,06
	Elapsed Time	00:00:00,14
	Memory Required	1356 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	aset lancar[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: penjualan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825[a]	,680	,573	2068512,20600

a. Predictors: (Constant), aset lancar

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27283766960000,000	1	27283766960000,000	6,377	,086[b]

	Residual	12836228240000,000	3	4278742746000,000		
	Total	40119995200000,000	4			

a. Dependent Variable: penjualan

b. Predictors: (Constant), aset lancar

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	18090591,870	8257534,152		2,191	,116
	aset lancar	2,893	1,146	,825	2,525	,086

a. Dependent Variable: penjualan

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=x y
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes

Output Created		09-JUL-2019 18:47:54
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	5
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

UNIVERSITAS MUSLIM MAROS

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus 1 : Jalan Dr. Ratulangi No.62 Maros Sulawesi Selatan, Telp. (0411) 8938018
e-mail : lppmummayapimmaros@gmail.com, Kode Pos 90511
Kampus 2 : Jalan Kokoa – Pamelakkang Je'ne Kelurahan Allepolea Kecamatan Lau Kabupaten Maros

بسم الله الرحمن الرحيم

Nomor : 702/LPPM-UMMA/V/2019
Lampiran : 1 (satu) exampler
Perihal : **Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian**

Kepada yang terhormat :
Pimpinan Bursa Efek Indonesia (BEI) Perwakilan Makassar
Di_
Tempat

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat
Dalam rangka penyelesaian studi akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros (FEB-UMMA) tahun akademik 2018/2019, maka kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan rekomendasi izin penelitian kepada mahasiswa kami.

Adapun data diri mahasiswa tersebut yaitu :

NAMA	: **Regita Cahyani**
NIM	: 1560302108
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen Keuangan
Lokasi Penelitian	: Bursa Efek Indonesia
Judul Penelitian	: Pengaruh Modal Kerja terhadap Nilai Penjualan pada PT. Unilever Tbk. Makassar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Maros, 11 - Mei 2019
Ketua LPPM – UMMA,

Dr. Hj. Suhartina R., M. Hum.
NIDN: 0914017001

Tembusan Kepada Yth.:
1. Biro Administrasi Akademik
2. Dekan FEB UMMA
3. Yang Bersangkutan
4. Pertinggal File,-

RIWAYAT HIDUP

REGITA CAHYANI, lahir di Leppangeng pada tanggal 12 Agustus 1997 merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri Bahar.M dan Sunarti. Penulis beralamat di Leppangeng, Desa Patangkai, Kecamatan Lappariaja Kabupaten Bone. Adapun riwayat pendidikan Penulis yaitu pada tahun 2009 lulus dari SDN 153 Patangkai. Kemudian melanjutkan di SMPN 1 Lappariaja dan lulus tahun 2012. Kemudian melanjutkan di SMAN 1 Lappariaja pada tahun 2015. Kemudian kuliah di Universitas Muslim Maros/Yayasan Perguruan Islam Maros Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Keuangan dan lulus pada tahun 2019 dengan judul Skripsi **" Pengaruh Aset Lancar Terhadap Nilai Penjualan Pada PT.Unilever TBK Makassar yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia".**