

DAMPAK PENETAPAN HARGA TERHADAP PROFITABILITAS PADA BISNIS KEMITRAAN KULINER AYAM GORENG PT EVALINDA BERKAH MANDIRI JAKARTA SELATAN

Awalunnisa¹, Lily Setyawati Kristianti²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹ awalunnisanisa0319@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ² dosen02521@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to determine the impact of pricing on profitability in the culinary partnership business of fried chicken PT Evalinda Berkah Mandiri South Jakarta. The sampling technique used the Non-Probability Sampling technique, namely Saturated Sampling. Data processing in this study used the SPSS (Statistical Package for Social Science) software program version 27.0. The research method uses a quantitative method research type with a descriptive approach. While the analysis technique uses classical assumption test analysis (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test), simple linear regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test and hypothesis test (t test). The results of the study showed that there was no impact of pricing on profitability in the culinary partnership business of fried chicken PT Evalinda Berkah Mandiri South Jakarta. Based on the results of the hypothesis test (t-test) the pricing variable on profitability showed that the calculated t value <t table and significant> 0.05, namely; 1.228 <2.080 and significant 0.233> 0.05. Based on the results of the determination coefficient test, the R square value is 0.067 or 6.7%. This means that the Pricing variable (X1) on Company Profitability (Y) is 6.7% while the remaining 93.3% is influenced by the variable. Judging from the results of the correlation coefficient test, the R value is 0.259. This shows that the correlation between pricing and profitability is considered "Quite Strong". The results of the simple linear regression test show a constant value of $Y = 678000500.0 - 64765.983X$ which means there is a negative change or a non-directional change.

Keywords: Pricing, Profitability.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penetapan harga terhadap profitabilitas pada bisnis kemitraan kuliner ayam goreng PT Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Non-Probability Sampling, yaitu Sampling Jenuh. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 27.0. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sedangkan teknik analisis menggunakan analisis uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi), uji regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t). Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat dampak penetapan harga terhadap profitabilitas pada bisnis kemitraan kuliner ayam goreng PT Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) variabel penetapan harga terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa nilai t hitung < t tabel dan signifikan > 0,05, yaitu; 1,228 < 2,080 dan signifikan 0,233 > 0,05.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R square sebesar 0,067 atau 6,7%. Hal ini berarti, variabel Penetapan Harga (X1) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Y) sebesar 6,7% sedangkan sisanya sebesar 93,3% dipengaruhi oleh variabel. Dilihat dari hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,259. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan korelasi antara penetapan harga terhadap profitabilitas dinilai “Cukup Kuat”. Hasil dari uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai konstan $Y = 678000500,0 - 64765,983X$ yang diartikan adanya perubahan yang negatif atau perudahaan yang tidak searah.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Profitabilitas.

1. PENDAHULUAN

Kuliner ayam goreng merupakan salah satu jenis makanan yang disukai oleh berbagai kalangan, dikarenakan daging ayam memiliki rasa yang lezat, memiliki tekstur yang lebih lembut apabila dibandingkan dengan daging sapi, dan juga tentunya memiliki harga yang terjangkau. Kuliner berbahan dasar daging ayam ini dapat kita temukan di hampir semua lokasi yang ada di Indonesia, bahkan dunia. Banyak sekali jenis-jenis dari kuliner berbahan dasar daging ayam, mulai dari yang disajikan dalam bentuk ayam utuh, ayam yang sudah dipotong menjadi beberapa bagian besar, dipotong kecil-kecil, maupun yang sudah menjadi produk olahan siap saji. Kuliner berbahan daging ayam tersebut sangat beragam dari sisi pengolahan sampai dengan penyajiannya. Ada yang dikukus, direbus, dibakar, dipanggang, dan digoreng.

Diantara ragam metode penyajian tersebut, yang paling banyak ditemukan hampir di setiap sudut wilayah kota atau desa adalah yang disajikan dengan cara digoreng. Hal ini dikarenakan cita rasa yang dihasilkan dengan proses penggorengan tersebut menambah rasa lezat dan aroma yang kuat. Selain itu hal ini juga dikarenakan memang karena daging ayam sebelumnya sudah diberikan bumbu-bumbu khusus sesuai dengan karakter dan resep andalan standar di masing-masing daerah, dan kemudian digoreng dengan minyak panas, maka terciptalah cita rasa yang lezat dan banyak disukai oleh berbagai kalangan, mulai anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua. Dikarenakan kesukaan masyarakat tersebut terhadap ayam goreng, maka banyak bermunculan bisnis kuliner dengan menu andalan ayam goreng. Hal ini disebabkan karena ayam goreng disukai oleh semua kalangan. Baik dari segi latar belakang usia, strata sosial maupun budaya. Ayam goreng merupakan makanan favorit yang ada di setiap daerah dan di belahan dunia ini dengan ke-khasannya masing-masing. Ayam goreng juga merupakan jenis makanan yang

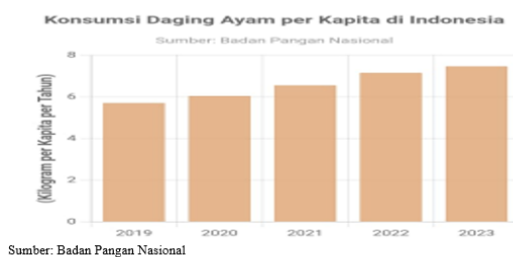
disukai oleh semua orang bukan hanya di Indonesia, akan tetapi juga di seluruh belahan dunia.

Oleh karena kesukaan masyarakat terhadap kuliner ayam goreng tersebut, maka banyak sekali bisnis yang tumbuh dan berkembang terkait dengan kuliner ayam goreng tersebut. Hal ini tentu menjadi sangat menarik perhatian bagi para pebisnis dikarenakan target market yang sangat besar dan luas. Dari sisi hulu produk, bertumbuh dan berkembangnya peternak-peternak ayam baik yang bersifat mandiri, plasma maupun korporasi. Selain peternak, banyak industri penetasan telur dan industri pakan ternak yang juga kemudian tumbuh dan berkembang mengiringi permintaan akan produk ayam yang selalu meningkat dari waktu ke waktu. Di sisi hilir dari permintaan pasar terhadap produk berbahan baku daging ayam juga banyak bermunculan usaha, dari usaha skala kecil, menengah hingga besar. Dengan konsep frozen food, ready to heat food dan juga ready to eat food. Terkait produk ayam goreng, banyak sekali usaha yang tumbuh dan berkembang yang memiliki produk unggulannya berupa ayam goreng dengan konsep ready to eat/fastfood.

Berdasarkan penelitian pendahuluan ditemukan banyak sekali gerai ayam goreng dengan berbagai merek dagang local maupun internasional, diantaranya seperti : McDonalds, KFC, Burger King, Texas Chicken, A&W. Untuk merek lokal seperti D’Besto, Rocket Chicken, D’Top, D’Fresto, D’Kriuk, Sabana, D’Bro, Hisana, Lazatto, Dino Chicken dan lain-lain. Serta gerobak-gerobak fried chicken yang tidak memiliki merek dagang bisa ditemukan di setiap sudut kota. Bahkan di kota besar bisa ditemukan dalam radius 20 sampai dengan 30 meter terdapat gerobak ayam goreng. Berdasarkan observasi dan pengamatan peneliti untuk daerah Cipadu Tangerang terdapat 50 bahkan lebih pedagang gerobakan, outlet maupun resto yang menjual ayam goreng.

Hal ini tentunya sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Badan Pangan Nasional (Bapanas) yang menyatakan bahwa konsumsi daging ayam perkapita di Indonesia senantiasa mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. Bapanas mengungkapkan bahwa di tahun 2023 rata-rata orang Indonesia mengkonsumsi sekitar 7,46 kg daging ayam ras per kapita per tahun. Jumlah tersebut terus naik secara stabil sejak tahun 2019, dimana konsumsinya pada saat itu hanya sebesar 5,7 kg per kapita per tahun. Pada tahun 2023 rata-rata konsumsi daging ayam di Indonesia naik 4,3% (year-on-year/yoy) dibanding tahun 2022 yang hanya sebesar 7,15 kg per kapita per tahun.

Berikut data konsumsi daging ayam masyarakat Indonesia selama 5 (lima) tahun terakhir yang bersumber dari Badan Pangan Nasional yang dapat dijadikan bahan analisis dalam besarnya peluang bisnis kuliner terutama yang menggunakan bahan baku ayam sebagai produk yang dijual:



Gambar. 1. 1
Konsumsi Daging Ayam per Kapita di Indonesia

Dikarenakan pasar yang sedemikian luasnya terkait permintaan produk ayam goreng, bermunculan pula beragam skema bisnis terkait produk ayam goreng tersebut. Yang paling umum dapat kita temui di banyak wilayah adalah dengan model bisnis kemitraan dan franchise. Di mana dalam model bisnis dengan skema kemitraan maka operasional bisnis sepenuhnya dijalankan oleh pemilik merek dan mitra selaku pemilik gerai berhak mendapatkan laporan dan pembagian hasil sesuai dengan perjanjian kerjasama kemitraan yang telah disepakati bersama. Sedangkan untuk model bisnis dengan skema franchise, pemilik usaha (franchisee) terlibat untuk menjalankan bisnis berdasarkan merek dan pedoman yang ditetapkan oleh pemilik merek (franchisor).

Dalam bisnis franchise, pemilik waralaba berperan penting dalam menjalankan operasi sehari-hari dan mengimplementasikan kebijakan yang ditetapkan oleh franchisor. Tentunya dengan

perbedaan skema model bisnis berbeda pula tata cara pengelolaan bisnis tersebut. Dan tata cara pengelolaan bisnis tersebut tentunya akan berdampak pada keberlangsungan bisnis. Diantara bagian dari tata cara pengelolaan bisnis adalah terkait dengan penetapan harga. penetapan harga dalam bisnis dengan skema kemitraan maupun franchise tentunya ditentukan oleh pemilik merek dan akan memiliki dampak langsung terhadap penjualan pada gerai-gerai yang dimiliki oleh para mitra yang tentu saja secara langsung akan berdampak kepada profitabilitas mitra ataupun franchisee mereka.

Skema bisnis tersebut baik kemitraan ataupun franchise memiliki keunggulannya masing-masing. Jika dalam skema model bisnis kemitraan dapat dikatakan bisnis bersifat autopilot, jadi mitra tidak perlu memikirkan bagaimana menjalankan usahanya tersebut. Sementara dalam skema model franchisee, franchisee dituntut aktif untuk menjalankan operasional gerai yang dimilikinya sesuai dengan panduan yang telah dibuat oleh franchisor. Dalam konteks merek ayam goreng "D'BestO Chicken & Burger", yang merupakan merek lokal dan memiliki pasar tersendiri dalam industri kuliner di Indonesia. D'BestO Chicken & Burger memiliki bisnis model dengan skema kemitraan. Di mana mitra dalam skema bisnis tersebut diberikan kenyamanan dalam menjalankan bisnisnya. Dimana seluruh tata pengelolaan gerai yang dimiliki mitra sepenuhnya dioperasikan oleh manajemen D'BestO Chicken & Burger, dan pada setiap bulannya mitra tersebut akan diberikan laporan lengkap tentang penjualan dan operasional gerainya. Berikut juga sharing profit dengan prosentase yang sudah disepakati Bersama antara D'BestO Chicken & Burger dan mitra disaat menandatangani perjanjian kerjasama kemitraan.

D'BestO Chicken & Burger merupakan industri kuliner dengan produk unggulan ayam goreng dengan segmentasi pasar di kelas menengah dengan target market masyarakat kelas menengah ke bawah yang merupakan ceruk pasar paling besar di Indonesia. Dari sisi produk, D'BestO memiliki standard kualitas produk dan rasa ayam goreng yang mampu bersaing dengan produk ayam goreng sejenis dengan harga yang lebih mahal. Hal ini dikarenakan D'BestO fokus menjaga konsistensi mutu produknya dengan sangat baik, dengan menjaga konsistensi standard mutu produk dari

bahan baku awal, bumbu, sampai dengan produk-produk tersebut didistribusikan ke gerai-gerai milik D'BestO ataupun gerai-gerai milik mitra. Dengan jumlah gerai yang hampir menyentuh angka 300 dalam kurun waktu lebih dari 10 tahun, tentunya bisnis yang dijalankan oleh PT. Evalinda Berkah Mandiri dengan merek D'BestO Chicken & Burger ini merupakan salah satu bisnis kuliner ayam goreng yang menguntungkan bagi seluruh stakeholder-nya termasuk para mitra.

Pertimbangan untuk pengambilan keputusan terkait penetapan harga yang ditetapkan oleh PT Evalinda Berkah Mandiri tentunya merupakan pengambilan keputusan yang harus dilakukan secara hati-hati dan mempertimbangkan banyak hal. Karena penetapan harga yang diputuskan tentunya sedikit banyak akan memberikan dampak bagi keberlangsungan bisnis tersebut. Selanjutnya peneliti mengumpulkan data-data pendukung perusahaan selama 10 (sepuluh) tahun terakhir, yaitu dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2023 adalah sebagai berikut

Tabel 1.1
Data Persentase Modal Kerja Dengan Profitabilitas
Periode Tahun 2014 -2023

Tahun	Pendapatan	Modal Kerja	Profit Margin	Persentase (%)
2014	111.488.308.000	128.211.554.200	16.723.246.200	13,1%
2015	158.083.896.000	181.796.480.400	23.712.584.400	13,1%
2016	167.539.708.000	192.670.764.200	25.131.056.200	13,1%
2017	172.936.732.000	198.877.241.800	25.940.509.800	13,1%
2018	176.078.504.000	202.490.279.600	26.411.775.600	13,1%
2019	53.912.552.000	64.695.062.400	10.782.510.400	17%
2020	67.390.464.000	80.868.556.800	13.478.092.800	17%
2021	134.780.372.000	175.214.483.600	40.434.111.600	23,1%
2022	102.998.640.000	133.898.232.000	30.899.592.000	23,1%
2023	112.644.176.000	146.437.428.800	33.793.252.800	23,1%

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Dilihat dari data persentase modal kerja dengan profitabilitas perusahaan PT. Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan selama 10 (sepuluh) tahun terakhir menunjukkan adanya peningkatan keuntungan/profit. Pada tahun 2014 sampai tahun 2018 pertumbuhan keuntungan/profit bila dilihat dari nilai nominal ataupun dilihat dari persentase dinilai stagnan atau tidak terjadi perubahan yang berarti. Hal ini menjadi perhatian bagi pihak manajemen untuk melakukan tindakan agar keuntungan/profit terus meningkat. Nama terjadi perubahan di 5 (lima) tahun terakhir dari tahun 2019 hingga tahun 2024. Dimana adanya

perubahan berupa peningkatan keuntungan/profit yang dinilai cukup signifikan. Perubahan pada meningkatnya keuntungan/profit di 5 (lima) tahun terakhir tersebut merupakan suatu hal yang positif demi keberlangsungan perusahaan.

Peningkatan pada keuntungan/profit perusahaan PT. Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan harus terus dijaga dan terus ditingkatkan demi tercapainya visi dan misi perusahaan. Pendapatan pada penjualan yang lebih tinggi dapat berdampak pada tingkat kesejahteraan karyawan dan tentunya berdampak pada kemajuan perusahaan. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan/keuntungan perusahaan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keuntungan/profit adalah penentuan harga. Penentuan harga harus diperhitungkan dengan baik untung menghasilkan laba yang sesuai harapan.

Persentase keuntungan berupa laba tentu akan berimbang pada profitabilitas perusahaan. Maka penting bagi pihak manajemen perusahaan, khususnya pada manajemen keuangan dalam menganalisis perubahan-perubahan yang terkait keuntungan perusahaan setiap saat. Rasio profitabilitas, seperti margin laba bersih, ROA, dan ROE, berada pada level yang lebih baik daripada sebelum pandemi. Perusahaan telah berhasil memanfaatkan peluang-peluang baru yang muncul di masa pasca pandemi dan meningkatkan daya saing. Manajemen perusahaan telah mengambil langkah-langkah strategis yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas dalam jangka panjang

Selain itu, Imbal Hasil atas Ekuitas (ROE) juga mengalami tren yang serupa. ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Peningkatan ROE dari 2014 hingga 2018 menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam mengelola modal yang dipercayakan oleh pemegang saham untuk menghasilkan laba yang optimal.

Dibawah ini peneliti memperoleh data yang berisi item produk, item terjual, dan harga jual produk pada tahun 2014-2023 PT Evalinda Berkah Mandiri selaku pemilik D'Besto. Adapun berikut data-data yang sudah dikumpulkan sebagai berikut.

Tabel. 1. 2
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2014

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	1.348.648	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	296.976	Rp 5.000
3	Minuman Lemon Tea	276.768	Rp 5.000
4	French Fries	393.336	Rp 5.000
5	Minuman Milo	252.784	Rp 5.000
6	Burger Hore	151.632	Rp 7.500
7	Fried Chicken Savap	1.079.096	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	1.073.960	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	1.079.224	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	1.210.720	Rp 10.000
11	Spaghetti	328.976	Rp 10.000
12	Burger Reguler	170.056	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	1.535.136	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	1.457.736	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	1.337.944	Rp 12.500
16	Paket Lubis 2	1.456.192	Rp 12.500
17	Chesee Burger	1.192.792	Rp 12.000
18	Premium Burger	125.368	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	98.408	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	369.496	Rp 15.000
21	Paket Combo 2	208.680	Rp 17.000
22	Paket Combo 3	197.064	Rp 19.000
23	Sadas	938.696	Rp 12.500

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel. 1. 3
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2015

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	1.272.528	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	280.216	Rp 5.000
3	Minuman Lemon Tea	261.144	Rp 5.000
4	French Fries	371.136	Rp 5.000
5	Minuman Milo	238.520	Rp 5.000
6	Burger Hore	143.072	Rp 7.500
7	Fried Chicken Savap	1.018.192	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	1.013.344	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	1.018.312	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	1.142.384	Rp 10.000
11	Spaghetti	310.408	Rp 10.000
12	Burger Reguler	160.456	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	1.448.496	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	1.375.464	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	1.262.432	Rp 12.500
16	Paket Lubis 2	1.374.008	Rp 12.500
17	Chesee Burger	1.125.472	Rp 12.000
18	Premium Burger	118.296	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	92.856	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	348.640	Rp 15.000
21	Paket Combo 2	196.904	Rp 17.000
22	Paket Combo 3	185.944	Rp 19.000
23	Sadas	885.712	Rp 12.500

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel. 1. 4
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2016

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	1.348.648	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	296.976	Rp 5.000
3	Minuman Lemon Tea	276.768	Rp 5.000
4	French Fries	393.336	Rp 5.000
5	Minuman Milo	252.784	Rp 5.000
6	Burger Hore	151.632	Rp 7.500
7	Fried Chicken Sayap	1.079.096	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	1.073.960	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	1.079.224	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	1.210.720	Rp 10.000
11	Spaghetti	328.976	Rp 10.000
12	Burger Reguler	170.056	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	1.535.136	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	1.457.736	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	1.337.944	Rp 12.500
16	Paket Lubis 2	1.456.192	Rp 12.500
17	Chesee Burger	1.192.792	Rp 12.000
18	Premium Burger	125.368	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	98.408	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	369.496	Rp 15.000
21	Paket Combo 2	208.680	Rp 17.000
22	Paket Combo 3	197.064	Rp 19.000
23	Sadas	938.696	Rp 12.500

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel. 1. 5
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2017

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	1.390.352	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	306.160	Rp 5.000
3	Minuman Lemon Tea	285.336	Rp 5.000
4	French Fries	405.504	Rp 5.000
5	Minuman Milo	260.608	Rp 5.000
6	Burger Hore	156.328	Rp 7.500
7	Fried Chicken Savap	1.113.296	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	1.107.176	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	1.112.616	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	1.248.168	Rp 10.000
11	Spaghetti	339.144	Rp 10.000
12	Burger Reguler	175.320	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	1.582.616	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	1.535.976	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	1.378.504	Rp 12.500
16	Paket Lubis 2	1.501.232	Rp 12.500
17	Chesee Burger	1.206.272	Rp 12.000
18	Premium Burger	130.152	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	101.704	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	380.928	Rp 15.000
21	Paket Combo 2	215.128	Rp 17.000
22	Paket Combo 3	203.160	Rp 19.000
23	Sadas	975.984	Rp 12.500

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel. 1. 6
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2018

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	1.455.096	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	355.208	Rp 6.000
3	Minuman Lemon Tea	331.040	Rp 6.000
4	French Fries	470.448	Rp 6.000
5	Minuman Milo	302.336	Rp 6.000
6	Burger Hore	181.376	Rp 7.500
7	Fried Chicken Sayap	1.211.608	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	1.203.448	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	1.130.808	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	1.128.072	Rp 10.000
11	Spaghetti	393.464	Rp 10.000
12	Burger Reguler	203.392	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	1.613.544	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	1.539.176	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	1.431.800	Rp 13.000
16	Paket Lubis 2	1.511.976	Rp 13.000
17	Chesee Burger	139.944	Rp 13.000
18	Premium Burger	150.992	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	117.984	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	441.936	Rp 15.500
21	Paket Combo 2	249.576	Rp 19.000
22	Paket Combo 3	235.688	Rp 21.000
23	Sadas	1.328.056	Rp 13.000

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel. 1. 7
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2019

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	434.488	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	95.680	Rp 6.000
3	Minuman Lemon Tea	89.168	Rp 6.000
4	French Fries	126.720	Rp 6.000
5	Minuman Milo	81.440	Rp 6.000
6	Burger Hore	48.856	Rp 7.500
7	Fried Chicken Sayap	347.912	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	346.000	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	347.696	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	390.056	Rp 10.000
11	Spaghetti	105.984	Rp 10.000
12	Burger Reguler	54.792	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	520.824	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	479.992	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	430.784	Rp 13.000
16	Paket Lubis 2	594.152	Rp 13.000
17	Chesee Burger	37.696	Rp 13.000
18	Premium Burger	40.672	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	31.784	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	119.040	Rp 15.500
21	Paket Combo 2	67.232	Rp 19.000
22	Paket Combo 3	63.488	Rp 21.000
23	Sadas	357.728	Rp 13.000

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel 1. 8
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2020

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	543.112	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	119.584	Rp 6.000
3	Minuman Lemon Tea	111.464	Rp 6.000
4	French Fries	158.408	Rp 6.000
5	Minuman Milo	101.800	Rp 6.000
6	Burger Hore	61.072	Rp 7.500
7	Fried Chicken Sayap	434.888	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	432.496	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	434.616	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	487.568	Rp 10.000
11	Spaghetti	132.480	Rp 10.000
12	Burger Reguler	68.488	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	651.024	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	599.992	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	538.480	Rp 13.000
16	Paket Lubis 2	742.688	Rp 13.000
17	Chesee Burger	47.120	Rp 13.000
18	Premium Burger	50.840	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	39.728	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	148.800	Rp 15.500
21	Paket Combo 2	84.040	Rp 19.000
22	Paket Combo 3	79.360	Rp 21.000
23	Sadas	447.160	Rp 13.000

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel 1. 9
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2021

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	1.086.216	Rp 4.000
2	Minuman Nestle Orange	239.192	Rp 6.000
3	Minuman Lemon Tea	222.920	Rp 6.000
4	French Fries	316.800	Rp 6.000
5	Minuman Milo	203.600	Rp 6.000
6	Burger Hore	122.136	Rp 7.500
7	Fried Chicken Sayap	869.768	Rp 7.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	864.984	Rp 8.500
9	Fried Chicken Paha Atas	869.232	Rp 10.000
10	Fried Chicke Dada	975.136	Rp 10.000
11	Spaghetti	264.960	Rp 10.000
12	Burger Reguler	136.968	Rp 10.000
13	Paket Rani Sayap	1.302.048	Rp 10.500
14	Paket Rani Paha	1.199.984	Rp 11.500
15	Paket Lubis 1	1.076.960	Rp 13.000
16	Paket Lubis 2	1.485.376	Rp 13.000
17	Chesee Burger	94.240	Rp 13.000
18	Premium Burger	101.680	Rp 13.000
19	Premium Chesee Burger	79.456	Rp 15.000
20	Paket Combo 1	297.600	Rp 15.500
21	Paket Combo 2	168.072	Rp 19.000
22	Paket Combo 3	158.720	Rp 21.000
23	Sadas	894.312	Rp 13.000

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel 1. 10
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2022

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	222.136	Rp 4.500
2	Minuman Nestle Orange	166.984	Rp 5.500
3	Minuman Lemon Tea	237.832	Rp 5.500
4	French Fries	248.944	Rp 7.000
5	Minuman Milo	178.992	Rp 7.000
6	Burger Hore	109.824	Rp 9.000
7	Fried Chicken Sayap	665.960	Rp 8.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	668.512	Rp 9.500
9	Fried Chicken Paha Atas	670.200	Rp 11.000
10	Fried Chicke Dada	678.216	Rp 11.000
11	Spaghetti	186.848	Rp 11.000
12	Burger Reguler	109.360	Rp 12.500
13	Paket Rani Sayap	747.648	Rp 13.000
14	Paket Rani Paha	748.344	Rp 14.000
15	Paket Lubis 1	744.984	Rp 15.500
16	Paket Lubis 2	747.456	Rp 15.500
17	Chesee Burger	79.888	Rp 14.500
18	Premium Burger	71.216	Rp 15.500
19	Premium Chesee Burger	63.144	Rp 18.000
20	Paket Combo 1	248.952	Rp 16.500
21	Paket Combo 2	125.424	Rp 20.000
22	Paket Combo 3	87.904	Rp 22.000
23	Sadas	706.496	Rp 14.500

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Tabel 1. 11
 Data Produk dan Harga Penjualan Tahun 2023

No	Item Produk	Item Terjual	Harga Jual
1	Nasi Putih	248.784	Rp 4.500
2	Minuman Nestle Orange	191.984	Rp 5.500
3	Minuman Lemon Tea	255.984	Rp 5.500
4	French Fries	262.312	Rp 7.000
5	Minuman Milo	191.008	Rp 7.000
6	Burger Hore	332.536	Rp 9.000
7	Fried Chicken Savap	686.120	Rp 8.500
8	Fried Chicken Paha Bawah	676.536	Rp 9.500
9	Fried Chicken Paha Atas	671.184	Rp 11.000
10	Fried Chicke Dada	659.008	Rp 11.000
11	Spaghetti	383.064	Rp 11.000
12	Burger Reguler	103.104	Rp 12.500
13	Paket Rani Sayap	765.424	Rp 13.000
14	Paket Rani Paha	766.288	Rp 14.000
15	Paket Lubis 1	763.456	Rp 15.500
16	Paket Lubis 2	761.784	Rp 15.500
17	Chesee Burger	70.384	Rp 14.500
18	Premium Burger	77.424	Rp 15.500
19	Premium Chesee Burger	79.384	Rp 18.000
20	Paket Combo 1	279.416	Rp 16.500
21	Paket Combo 2	159.096	Rp 20.000
22	Paket Combo 3	137.840	Rp 22.000
23	Sadas	807.376	Rp 14.500

Sumber: Divisi Finance & Accounting PT. Evalinda Berkah Mandiri

Penetapan harga jual tepat amatlah penting dilakukan untuk menghasilkan keuntungan/profit yang baik bagi kemajuan perusahaan kemajuan perusahaan. Penentuan harga sangat dipengaruhi banyak aspek, terutama aspek ekonomi berupa tingkat inflasi dari setiap tahunnya. Aspek kelangkaan barang, bencana alam, hingga kondisi keamanan juga ikut memberikan pengaruh pada penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan sehingga mempengaruhi juga penetapan harga jual. Penentuan strategi harga pastinya memberikan dampak bagi tingkat penjualan dan tingkat keuntungan/profit yang pada akhirnya berdampak pada profitabilitas perusahaan.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Pascal Theo, Andrey Adik & Luqman Harum Tahun 2022 Sumber: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB) Vol. 1, No. 2, Hal 111-119 ISSN: 2962-9322 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food And Beverages Di BEI Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa ROA secara parsial berpengaruh positif serta tidak signifikan terhadap harga saham Perusahaan Food & Beverages Periode 2019-2021; ROE secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham Perusahaan Food & Beverages Periode 2019-2021; EPS secara parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap harga saham Perusahaan Food & Beverages Periode 2019-2021; ROA, ROE, dan EPS secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham Perusahaan Food

& Beverages Periode 2019-2021, serta EPS sebesar 85,27%, sedangkan 14,73% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasan Minarizki & Agtovia Frimayasa Tahun 2023 Sumber: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol. 1, No. 7 Hal 210-217 E-ISSN : 2986-6340 Pengaruh Food Cost, Purchasing and Inventory Terhadap Profitabilitas PO SupperKlab Jakarta Hasil penelitian terdapat pengaruh antara Food Cost terhadap Gross Profit Margin pada resto Po Supper Klab; terdapat pengaruh antara Purchase terhadap Gross Profit Margin pada resto Po Supper Klab; terdapat pengaruh antara Inventory terhadap Gross Profit Margin pada resto Po Supper Klab.

Elsa Asriyanti & Syafrudin Tahun 2017 Sumber: Measurement Jurnal Akuntansi Vol. 11 No, 1 P-ISSN 2252-5394 E-ISSN2714-7053 Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Pt. Prisma Danta Abadi (Tahun 2014-2016) Harga Jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 3,243 < nilai ttabel sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 > 0,05;

Dian usumaningtyas, dkk. Tahun 2017 Sumber: Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE. UN PGRI Kediri Vol. 2, No. 1 ISSN : 2541-0180 Activity-Based Costing System Dalam Penetapan Harga Pokok Produksi Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Industri Kain Tenun Ikat Medali Mas Di Kota Kediri) Hasil penelitian ditarik kesimpulan Sistem Activity Based Costing mampu menghasilkan perhitungan yang lebih akurat dibandingkan dengan sistem perhitungan dari perusahaan. Kalkulasi harga pokok produksi dengan menggunakan Activity Based Costing dapat menghasilkan harga pokok produksi dan profit yang berbeda dibandingkan perhitungan perusahaan.

Chairil Anwar, Ayu Widayati Tahun 2023 Sumber: Jurnal Ilmu Sosial Vol. 2, No. 1, Februari 2023 Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Menentuka Harga Jual CV. Vio Indonesia Dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha Hasil penelitian menunjukan bahwa perhitungan yang dilakukan pabrik belum tepat dalam membebaskan biaya overarhead pabrik kesetiap produknya. Tanpa disadari berjalannya aktivitas produksi biaya tersebut juga sangat di perlukan, meskipun biaya

tersebut tidak berjalan setiap hari, namun hanya ada pada setiap bulan atau tahun saja. Dengan diperoleh hasil menggunakan metode perhitungan full costing yang lebih bagus. Maka akan lebih baik jika perusahaan bisa memperhitungan harga pokok produksi terhadap harga jual suatu produk dengan menerapkan perhitungan metode full costing. Dengan begitu perhitungan biaya yang di keluarkan oleh perusahaan akan lebih akurat.

Afi Pradhana, dkk Tahun 2014 Sumber: JOM FEKON Vol. 1, No. 2, Oktober 2014 Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Size berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan, sedangkan Profitabilitas dan Sales Growth tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan dengan nilai 0,023, Profitabilitas 0,447 dan Pertumbuhan Penjualan 0,604. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,050 yang berarti sebesar 5% variabel independent dalam penelitian ini mampu mempengaruhi variabel dependent. Sedangkan sisanya sebesar 95% dijelaskan oleh variabel lain seperti free cash flow, kepemilikan manajerial, earnings volatilitas laba, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan institusional, likuiditas, kebijakan dividen, dan struktur struktur aktiva.

A. P. Kusuma, H. Setyawan, dkk Tahun 2014 Sumber: Vol. 3, No. 1, April 2014 Hal 24-33 Analisis Komparasi Pendapatan usaha dan Profitabilitas Peternakan Ayam Broiler Pola Kemitraan Pada Berbagai Perusahaan Inti Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1). Pendapatan dinyatakan berbeda dikarenakan adanya perbedaan dari harga bibit, pakan, vitamin, obat, dan kimia (VOK), bonus prestasi, dan bonus harga pasar; 2). Profitabilitas dinyatakan menguntungkan kecuali PT. Mustika (4,50%) karena persentase profitabilitas di atas persentase suku bunga deposito Bank BRI sebesar 6,25%; 3). Para peternak plasma dari perusahaan inti PT. Mustika memiliki FCR tertinggi, yaitu 1,79, PT. Malindo memiliki FC/G tertinggi, yaitu 11.747,41, dan PT. Ganesa memiliki FCR dan FC/G yang terendah, 1,76 dan 11.431,94; dan 4). Hasil uji hipotesis menyatakan ada perbedaan antara pendapatan,

profitabilitas, FCR, dan FC/G pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan para peternak plasma dari PT. CIS mempunyai pendapatan yang paling baik serta PT. Ganesa mempunyai profitabilitas, FCR, dan FC/G yang paling baik.

Farida Sagala Tahun 2021 Sumber: Jurnal Ilmiah Kohesi Vol. 5, No. 3, Juli 2021, Hal 176-188 Dampak Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Hasil penelitian dilihat dari nilai t hitung sebesar 236,347 dan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Debt to Equity Ratio (X2) secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Harga Saham perusahaan subsektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Hasil ini dilihat dari koefisien regresi sebesar 20,450 dan tingkat signifikansi sebesar $0,318 > 0,05$.

Nur Ainayah, Toto Heru Dwihandoko Tahun 2019 Sumber: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol. 2, No. 2, ISSN: 2615-7306 (Online) ISSN : 2615-7314 (Cetak) Dampak Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017 (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel ROE tidak berpengaruh terhadap harga saham dengan nilai signifikansi sebesar 0,830. Dan variabel EPS NPM berpengaruh terhadap harga saham dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 dan 0,00. Serta secara simultan variabel ROE, EPS dan NPM berpengaruh terhadap harga saham dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Hasbi Basith Sukarno, & Nursausan Tahun 2021 Sumber: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Piksi Ganesa, Vol. 9, No. 1, (2021) Hal.51-61 ISSN : 2339-1839, E-ISSN : 2722-4082 Pengaruh Penetapan Harga Jual Service terhadap Profitabilitas pada PT Psikologi Bagi Bangsa Bandung Dari penelitian yang dilakukan, ternyata naik turunnya profit yang didapatkan dipengaruhi oleh besar atau kecilnya harga jual yang dimiliki. Hal itu di buktikan dengan hasil uji korelasi yang dilakukan menunjukkan hasil 0,939, artinya kedua variabel yang di uji memiliki hubungan yang sangat erat. Serta diperoleh hasil analisis regresi linier $Y = 34097301,901 + 49,372X$. Saran yang diberikan peneliti adalah Harga jual merupakan

keputusan penting perusahaan dalam strategi peningkatan penjualannya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

a. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya, artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka). Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori yang berhubungan

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian (Widarjono dalam Duli, 2019:111).

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Widarjono dalam Duli, 2019:85). Uji ini pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1).

Secara sederhana analisis regresi hendak melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi sebelumnya (Widarjono dalam Duli, 2019:126).

4) Uji Multilinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu (Widarjono dalam Duli, 2019:120). Pada tahap analisis, dengan membandingkan dengan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2) dan melihat nilai tolerance dengan Inflation Factor (VIF) pada model regresi

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Suyono dalam Sugiyono (2019:75) “uji regresi linear sederhana adalah model probabiliti yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel dimana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain”.

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Irianto dalam Duli (2019:162) “uji koefisien korelasi adalah bentuk korelasi yang digunakan untuk melihat hubungan antara tiga atau lebih variabel (dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen)”. Korelasi berkaitan dengan interkorelasi variabel-variabel independen sebagaimana korelasi mereka dengan variabel dependen. Jadi korelasi ganda merupakan suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih secara bersama-sama dengan variabel lain.

e. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Nikoulas Duli (2019:164) “uji koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen”. Dengan mengetahui nilai

koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Terdapat dua jenis koefisien determinasi; r koefisien determinasi biasa (R Square) dan koefisien determinasi yang disesuaikan ($Adjusted R$ Square).

f. Uji Hipotesis

Menurut Ghazali (2019:56) menyatakan bahwa uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. 11
Ikhtisar Pendapatan dan Keuntungan

DESKRIPSI	2014	2015	2016	2017	2018
Revenue	111.488.308	158.083.896	167.539.708	172.936.732	176.078.504
Gross margin	50.169.739	71.137.753	75.392.869	77.821.529	79.235.327
Operating Profit Margin	33.446.492	47.425.169	50.261.912	51.881.020	52.823.551
Net Profit Margin	16.723.246	23.712.584	25.130.956	25.940.510	26.411.776
ROE	24.90%	28.48%	25.96%	27.17%	23.92%
Return on Fixed Assets	97.72%	98.25%	97.88%	96.52%	97.16%
DESKRIPSI	2019	2020	2021	2022	2023
Revenue	53.912.552	67.390.464	134.780.372	102.998.640	112.644.176
Gross Margin	24.260.648	30.325.709	60.651.167	46.349.388	50.689.879
Operating Profit Margin	13.478.138	16.847.616	20.217.056	15.449.796	16.896.626
Net Profit Margin	10.782.510	13.478.093	40.434.112	30.899.592	33.793.253
ROE	27.83%	19.88%	20.52%	22.45%	23.76%
Return on Fixed Assets	97.43%	78.95%	81.07%	85.67%	88.52%

Sumber: Divisi Finance & Taxation PT. Evalinda Berkah Mandiri

1. Revenue (Pendapatan) menunjukkan total pendapatan yang diperoleh dari tahun 2014 hingga 2023. Terlihat bahwa pendapatan terus meningkat dari tahun ke tahun, kecuali pada tahun 2019-2020 terjadi penurunan yang signifikan akibat adanya COVID-19. Namun, pada tahun 2021-2023 pendapatan Kembali meningkat.
2. Gross Profit Margin (Marjin Laba Kotor) menggambarkan selisih antara pendapatan dan biaya pokok penjualan. Marjin laba kotor terus meningkat dari tahun 2014 hingga 2018, kemudian turun pada tahun 2019-2020, dan kembali meningkat pada tahun 2021-2023.
3. Operating Profit Margin (Marjin Laba Operasi) menunjukkan presentase laba operasi terhadap pendapatan. Marjin laba

operasi juga terus meningkat dari tahun 2014 hingga 2018, kemudian turun pada tahun 2019-2020, dan meningkat Kembali pada tahun 2021-2023.

4. Net Profit Margin (Marjin Laba Bersih) menggambarkan presentase laba bersih terhadap pendapatan. Marjin laba bersih mengikuti tren yang sama dengan marjin laba operasi, meningkat dari tahun 2014 hingga 2018, turun pada 2019-2020, dan meningkat kembali pada tahun 2021-2023.
5. ROE (Return On Equity) menunjukkan tingkat pengembalian atas modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham. ROE cenderung fluktuatif namun masih berada pada kisaran yang baik diatas 20%.
6. ROFA (Return On Fixed Assets) mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset tetapnya untuk menghasilkan laba. Rasio ini juga cenderung stabil diatas 80%.

Secara keseluruhan, tabel ikhtisar diatas menggambarkan kinerja keuangan perusahaan yang cukup baik, dengan peningkatan pendapatan, marjin laba, dan Profitabilitas selama periode 2014-2023, kecuali pada tahun 2019-2020 yang terpengaruh oleh COVID-19. Namun, perusahaan mampu membalikkan keadaan dan menunjukkan perbaikan kinerja pada tahun-tahun berikutnya

- a. Uji Asumsi Klasik
 - 1) Uji Normalitas

Tabel 4. 12
 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		harga	
N		23	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12217.39	
	Std. Deviation	4743.000	
Most Extreme Differences	Absolute	.082	
	Positive	.082	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.934	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.948
		Upper Bound	.959
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Berdasarkan pengujian normalitas one-sample-kolmogorov-smirnov test di atas menunjukkan besarnya test statistic dan nilai signifikan adalah 0,948 dan 0,959 yang besarnya di atas 0,05. Dengan demikian, nilai residual terdistribusi normal. Sehingga model penelitian

dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas

- 2) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 13
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Correlations			
Spearman's rho	AbsRes	Correlation Coefficient	AbsRes	harga	profitabilitas
			1.000	.583**	.367
		Sig. (2-tailed)		.003	.085
		N	23	23	23
	Harga	Correlation Coefficient	.583**	1.000	.321
		Sig. (2-tailed)	.003		.135
		N	23	23	23
	Profitabilitas	Correlation Coefficient	.367	.321	1.000
		Sig. (2-tailed)	.085	.135	
		N	23	23	23

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Dilihat dari table diatas besar sig. (2-tailed) pada variable harga dan profitabilitas sebesar 0,676. Tidak terjadi Heteroskedastisitas karena nilai Sig.(2-tailed) untuk masing-masing variable terhadap residualnya lebih besar dari nilai kritisnya (0,05), atau dengan kata lain menyatakan terjadi Homoskedastisitas

- 3) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 14
 Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.259 ^a	.067	.023	1173313063.690	1.059

a. Predictors: (Constant), harga
 b. Dependent Variable: profitabilitas
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Dari table 4.14 diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1.059 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai table, dengan menggunakan signifikansi alfa = 0,05, jumlah sampel (n) adalah 23 yang diperoleh dari data sekunder yaitu jumlah item produk yang ada dalam data sekunder. Sedangkan jumlah variable independent (k) adalah 1, maka table DW akan didapatkan nilai dL = 1.257 dan dU = 1,52 maka diperoleh kesimpulan d > dL sehingga tidak terdapat autokorelasi

- 4) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 15
 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	678000500.009	68924127.5998		.984	.336		
Harga	64765.983	52741.133	.259	1.228	.233	1.000	1.000

a. Dependent Variable: profitabilitas
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Berdasarkan table 4.14 dapat terlihat bahwa nilai variance inflation factor (VIF) bahwa variable independent kurang dari 10 dan nilai tolerance independent 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variable independent tidak terdapat

multikolinieritas, dan dapat dikatakan model regresi ini tidak terjadi masalah multikolinieritas

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel. 4. 16
 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	678000500.009	689241275.998		.984	.336		
Harga	64765.983	52741.133	.259	1.228	.233	1.000	1.000

a. Dependent Variable: profitabilitas
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Berdasarkan tabel diatas dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 678000500,0 - 64765,983X$ Dengan $Y =$ Profitabilitas $X =$ harga, Sesuai dengan persamaan garis regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut: 1. Nilai koefisien konstanta 678000500,0 hal ini menyatakan bahwa saat harga = 0 maka profitabilitas sebesar 678000500,0 2. Nilai koefisien x sebesar 64765,983 berarti setiap kenaikan harga akan mengalami penambahan profitabilitas sebesar 64765,983

c. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel. 4. 7
 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)
 Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.259 ^a	.067	.023	1173313063.690	1.059

a. Predictors: (Constant), harga
 b. Dependent Variable: profitabilitas
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Dari hasil analisis koefisien korelasi sederhana maka diperoleh hasil korelasi antara penetapan harga dengan profitabilitas adalah sebesar 0.259 hal ini menunjukkan bahwa hubungan korelasi antara penetapan harga dengan volume penjualan dinyatakan cukup karena berada pada rentang 0.25 – 0.5. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai R positif. Berarti semakin tinggi penetapan harga maka semakin tinggi pula profitabilitas.

d. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel. 4. 18
 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.259 ^a	.067	.023	1173313063.690	1.059

a. Predictors: (Constant), harga
 b. Dependent Variable: profitabilitas
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi terdapat R square sebesar 0,067. maka hal ini berarti variabel x dapat menjelaskan variabel y sebesar $0,067 \times 100 = 6,7\%$ artinya tingkat pengaruh penetapan harga terhadap profitabilitas sebesar 6,7%. sedangkan sisanya yaitu sebesar $100 - 6,7\% = 93,3\%$ berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang berwenang pada PT. Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model pengujian pada penelitian ini

e. Uji Hiptotesis (Uji t)

Tabel. 4. 17
 Hasil Uji t (Uji Parsial)
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	678000500.009	689241275.998		.984	.336		
Harga	64765.983	52741.133	.259	1.228	.233	1.000	1.000

a. Dependent Variable: profitabilitas
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 27.0

Berdasarkan hasil output SPSS di atas terdapat nilai t hitung sebesar 1.228 dengan, menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan $(df) = (n-2)$. $df = 21$. Jika dilakukan satu sisi dengan perhitungan signifikan terdapat angka $0,233 > 0,05$ dan diketahui t table sebesar $-2,080$. Jika t hitung $< t$ tabel ($1,228 < 2,080$), maka hipotesis dalam penelitian ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak, ini menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penetapan harga terhadap profitabilitas PT. Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, pada penelitian yang berjudul “Dampak Penetapan Harga Terhadap Profitabilitas Pada Bisnis Kemitraan Kuliner Ayam Goreng PT Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Tidak terdapat dampak penetapan harga terhadap profitabilitas pada bisnis kemitraan kuliner ayam goreng PT Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) variabel penetapan harga terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa nilai t hitung $< t$ tabel dan signifikan $> 0,05$,

yaitu; $1,228 < 2,080$ dan signifikan $0,233 > 0,05$.

- b. Besaran dampak dari penetapan harga terhadap profitabilitas pada bisnis kemitraan kuliner ayam goreng PT Evalinda Berkah Mandiri Jakarta Selatan sebesar 6,7%. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R square sebesar 0,067 atau 6,7%. Hal ini berarti, variabel Penetapan Harga (X1) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Y) sebesar 6,7% sedangkan sisanya sebesar 93,3% dipengaruhi oleh variabel. Dilihat dari hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,259. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan korelasi antara penetapan harga terhadap profitabilitas dinilai “Cukup Kuat”, yang didasarkan pada rentang interval 0,25 – 0,50.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini, Marissa Lia, (2021). Prinsip Partnership (Kemitraan) dalam Promosi Kesehatan. Padang: E-Learning Universitas Syedza Saintika.
- [2] Anwar, M. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Kencana Edisi Pertama. PT Grasindo. Jakarta: Ekonosia.
- [3] Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [4] Bringham, E. F. dan J. F. Houston, (2018). Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Fahmi, Irham, (2015). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: CV. Alfabeta.
- [6] Gandung, Muhammad. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia Kinerja Dan Perilaku Berorganisasi. CV. AA. Rizky.
- [7] Hariyani, (2021). Manajemen Keuangan 1. Madiun: UNIPMA Press Madiun.
- [8] Hasibuan, M. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- [9] Hendryadi, S. (2015). Metode Riset Kuantitatif. Jakarta: Prenamedia Group.
- [10] Husnan, Suad., dan Enny Pudjiastuti. (2015). Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi Ke Tujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- [11] Ambarsari, R dan S.B. Hermanto, (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, Penjualan, Profitabilitas, Struktur Aktiva, Likuiditas Terhadap Struktur Modal. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi.
- [12] Anwar, C., & Widayati, A. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual CV. Vio Indonesia dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha. JISOS: Jurnal Ilmu Sosial, 2(1), 1409-1418.
- [13] Ainiyah, N., & Dwihandoko, T. H. (2019). Dampak Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017 (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman). PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 2(2), 152-166.
- [14] Kusumaningtyas, D., & Haqqi, R. I. (2017). Activity-Based Costing System Dalam Penetapan Harga Pokok Produksi Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (studi kasus industri kain tenun ikat medali mas di kota malang). Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE. UN PGRI Kediri, 2(1), 36-42.
- [15] Kusuma, A. P., Setiawan, H., & Ekowati, T. (2016). Analisis Komparasi Pendapatan Usaha Dan Profitabilitas Peternakan Ayam Broiler Pola Kemitraan pada Berbagai Perusahaan Inti di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. Jurnal Manajemen Keuangan, Volume 3(1), 24-33.
- [16] Minarizki, H., & Frimayasa, A. (2023). Pengaruh Food Cost, Purchasing and Inventory Terhadap Profitabilitas PÅ'SupperKlab Jakarta. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol. 1(7).
- [17] Pradhana, A., Taufik, T., & Anggraini, L. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Doctoral dissertation, Riau University.
- [18] Purwanto, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. Journal of Applied Managerial Accounting, 4(2), 248-253.
- [19] Sagala, F. (2021). Dampak Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Kohesi, Vol.5, No. 3, 176-188.
- [20] Sukarno, H. B. (2021). The Effect Of Service Price Setting On Profitability In Pt Psikologi Bagi Bangsa Bandung. Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis), Vol. 9, No. 1, Hal. 51-62.
- [21] Theo, P. (2023). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food And Beverage Di BEI. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB), Vol. 1, No. 2, Hal. 111-119.