

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERUBAHAN VOLUME PENJUALAN DENGAN SALES REPORT DATA PT. GUDANG GARAM TBK (2018-2022)

Sulfadli Adijaya Kusuma¹, Aulia Sabirin²,
Farhan Mukti Shihab³, Jibriyanti⁴, Muh Erlangga⁵

¹⁻⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar,
Indonesia

Authors' contributions

This work was carried out in collaboration among all authors.
All authors read and approved the final manuscript.

Original Research Article

Published: 17/DEC/2023

ABSTRACT

The evolving business landscape necessitates companies to possess the ability to control a range of variables influencing their performance, including sales volume. As a cigarette industry company, PT Gudang Garam Tbk will definitely face various difficult and dynamic problems, especially from 2018 to 2022. PT Gudang Garam Tbk has a sales volume that fluctuates greatly during that period. Therefore, the aim of this research is to find out what factors influence changes in sales volume at PT Gudang Garam Tbk from 2018 to 2022. A descriptive qualitative approach was used to conduct this research, and the data used came from sales reports (Sales Report) from the annual report of PT Gudang Garam Tbk from 2018 to 2022. The data analysis used was qualitative data analysis which included 3 activity streams, namely reduction data, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this research indicate that the factors that caused the increase in sales volume of PT Gudang Garam Tbk in the 2018 to 2022 period, namely adjusting selling prices, increasing sales of superior SKM products, strengthening the rupiah exchange rate, and

increasing consumer purchasing power following the post-pandemic economic recovery. Meanwhile, the factors that caused the decline in sales of PT Gudang Garam Tbk the 2018 to 2022 period is a decrease in consumer purchasing power due to COVID-19, an increase in inflation, and also an increase in excise taxes which resulted in PT. Gudang Garam increases the price of its products.

Keywords: sales factor analysis, sales volume, sales report, influence factors on changes in sales

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis yang selalu berubah mengharuskan Perusahaan untuk memiliki kemampuan dalam mengendalikan sejumlah variabel yang mempengaruhi kinerja mereka, termasuk jumlah penjualan. Sebagai perusahaan industri rokok, PT Gudang Garam Tbk pasti menghadapi berbagai masalah yang sulit dan dinamis, terutama dari tahun 2018 hingga 2022. PT Gudang Garam Tbk memiliki volume penjualan yang sangat berfluktuasi selama periode tersebut. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang

*Corresponding author: Email: sulfadliadijaya2004@gmail.com

Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship (SAINS), Vol. 1, No. 1, 2023.

mempengaruhi perubahan volume penjualan pada PT Gudang Garam Tbk dari tahun 2018 hingga 2022. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk melakukan penelitian ini, dan data yang digunakan berasal dari laporan penjualan (Sales Report) dari laporan tahunan PT Gudang Garam Tbk dari tahun 2018 hingga 2022. Adapun analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif yang mencakup 3 alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan volume penjualan PT Gudang Garam Tbk. pada periode 2018 hingga 2022 yaitu penyesuaian harga jual, peningkatan penjualan produk unggulan SKM, menguatnya nilai tukar rupiah, dan peningkatan daya beli konsumen setelah pemulihan ekonomi pasca pandemi. Sedangkan, faktor-faktor yang menyebabkan penurunan penjualan PT Gudang Garam Tbk. periode 2018 hingga 2022 ialah penurunan daya beli konsumen akibat COVID-19, kenaikan inflasi, dan juga kenaikan cukai yang mengakibatkan PT. Gudang Garam menaikkan harga produknya.

Kata kunci: analisis faktor penjualan, volume penjualan, laporan penjualan, faktor pengaruh perubahan penjualan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang selalu berubah mengharuskan Perusahaan untuk memiliki kemampuan dalam mengendalikan sejumlah variabel yang mempengaruhi kinerja mereka, termasuk jumlah penjualan (Aslam et al., 2023; Mustafa et al., 2023; Yushar et al., 2023). PT. Gudang Garam Tbk, sebagai salah satu perusahaan rokok terkemuka di Indonesia, menghadapi tantangan yang kompleks dalam mengelola dan meningkatkan volume penjualan.

PT. Gudang Garam mempunyai sejarah yang sangat panjang dalam dunia industri tembakau. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1958 oleh Surya Wonowidjojo yang menjadikan Perusahaan PT. Gudang Garam ini bertumbuh dan berkembang sangat pesat hingga masa sekarang (Purwanto, 2019). Sebagai Perusahaan yang bergelut di dunia rokok, PT. Gudang Garam Tbk tentunya memiliki tantangan yang kompleks dan dinamis. Periode tahun 2018 hingga 2022 sangat memiliki

berbagai perubahan yang datang secara terus menerus. Dimulai dari segi pemerintahan, kondisi perekonomian, hingga tantangan pada persaingan yang sering terjadi di pasar.

Sejalan dengan itu, pada tahun 2018 diketahui PT. Gudang Garam Tbk memiliki volume penjualan yang meningkat dengan persentase 8,3% dengan 85,2 milyar batang rokok. Pada periode ini PT. Gudang Garam Tbk membuktikan bahwa adanya sebuah kualitas terhadap produk yang dihasilkannya karena memiliki standar yang tinggi, ketersediaan yang dilakukan secara merata dan memiliki strategi terhadap penentuan harga yang cukup efektif yang menjadi pendukung dalam pencapaian pertumbuhan dari PT. Gudang Garam Tbk. Kemudian pada tahun 2019 diketahui PT Gudang Garam Tbk memiliki pembukuan terhadap volume penjualan sebesar 12% dengan pencapaian 95,9 miliar batang. Pencapaian volume penjualan ini merupakan pencapaian rekor terbaru PT. Gudang Garam Tbk. Diketahui bahwa pencapaian ini diakibatkan oleh pertumbuhan permintaan pada periode menjelang Pemilu.

Pada tahun 2020, PT Gudang Garam Tbk menghasilkan volume penjualan sebesar 6,5% dengan 89,7 miliar batang di mana hal ini merupakan penurunan yang cukup tajam bagi PT. Gudang Garam Tbk yang diakibatkan oleh menurunnya daya beli konsumen pada segmen industri dengan penghasilan yang dikatakan rendah atau menurun. Penurunan ini disebabkan oleh awal mula terjadinya pandemi COVID-19 yang mewabahi seluruh dunia.

Selanjutnya adalah tahun 2021 yang diketahui bahwa pada tahun ini merupakan tahun setelah awal mula virus Corona dan merupakan tahun meredanya virus pandemi COVID-19. PT. Gudang Garam Tbk menafsirkan volume penjualannya sebesar 15,1% di mana terjadi sebuah peningkatan terhadap seluruh produsen rokok. Walaupun tahun 2021 merupakan tahun kedua dari pandemi, namun PT. Gudang Garam Tbk tetap mampu mempertahankan

peningkatan serta dapat memulihkan volume penjualan juga pangsa pasarnya.

Tahun periode terakhir yakni tahun 2022 merupakan tahun setelah diputuskannya pandemi COVID-19 telah tiada atau pelanggaran dari pembatasan sosial akibat pandemi COVID-19 (Alfikri, 2019; Ganefi & Hatikasari, 2022; Yushar et al., 2023). PT. Gudang Garam Tbk membukukan pada tahun 2022 volume penjualannya mencapai 9,4% yang dapat dikatakan menurun dari tahun sebelumnya yakni tahun 2021. Hal ini disebabkan tidak jauh dari akibat pandemi COVID-19. Namun pada tahun ini dampak yang diakibatkan adalah konsumen yang berubah alih terhadap produk rokok yang memiliki harga pada pasar relatif murah namun kompetitif.

Setelah mengetahui dalam jangka waktu 5 tahun terakhir perubahan terhadap PT Gudang Garam Tbk saling berdatangan dimulai dari sebelum pandemi COVID-19 hingga setelah dinyatakan pandemi COVID-19 telah usai, maka Perusahaan ini juga perlu memahami perubahan yang terjadi pada konsumen baik dari segi kesehatan, keuangan ataupun faktor lainnya yang dapat mempengaruhi volume penjualan (Gudang Garam, 2018; 2019; 2020;2021;2022).

Dari pernyataan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti terkait volume penjualan pada PT. Gudang Garam Tbk dengan periode 2018-2022 di mana hasil dari penelitian ini nantinya akan memberikan suatu gambaran secara keseluruhan terkait faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan ini. Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perubahan volume penjualan dari PT. Gudang Garam Tbk berdasarkan *sales report* data periode 2018-2022. Oleh karena itu, peneliti menarik sebuah judul yaitu “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Volume Penjualan dengan Sales Report Data PT. Gudang Garam Tbk. (2018 - 2022)”.

2. MATERIAL DAN METODE

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai landasan

metodologi dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif merupakan penelitian mendalam yang bertujuan untuk menemukan makna. Menurut Anggito dan Setiawan (2018), penelitian kualitatif merupakan bentuk penelitian yang dilakukan tanpa menggunakan prosedur kuantifikasi atau alat-alat statistik. Adapun tujuan lain dari pendekatan kualitatif ialah untuk menjelaskan, mengontrol dan meramalkan fenomena melalui pengumpulan data terfokus yang berasal dari data numerik (Angreyani et al., 2023; Natsir et al., 2020).

Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi yang lengkap dan akurat dari suatu kondisi (Mustafa et al., 2023). Dalam dunia bisnis penelitian deskriptif bermanfaat sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan untuk mengetahui sebaran dan perilaku data yang dimiliki oleh bisnis (Musa et al., 2019).

2.1 Fokus Penelitian

Pada penelitian kualitatif, peneliti menetapkan batas penelitian dengan cara menetapkan fokus penelitian (Anggito & Setiawan, 2018).

Adapun fokus penelitian pada riset ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perubahan volume penjualan pada PT. Gudang Garam Tbk dari tahun 2018 hingga tahun 2022.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini disebut data sekunder karena mereka diperoleh secara tidak langsung; dengan kata lain, mereka dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh lembaga pengumpul data (Musa et al., 2019).

Alasan pemilihan data sekunder menurut yaitu untuk mengefisienkan waktu dan biaya. Adapun sumber data pada penelitian ini yaitu data laporan penjualan pada laporan tahunan PT. Gudang Garam Tbk di tahun 2018 hingga tahun 2022. Data ini diperoleh dari situs resmi PT. Gudang Garam Tbk.

2.3 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut ialah proses dalam menyusun data atau proses dalam mengelola data agar data tersebut dapat ditafsirkan lebih lanjut (Meriam et al., 2023; Natsir et al., 2020). Proses analisis data kualitatif ini terdiri dari tiga alur kerja, yaitu pengurangan data (reduksi data), penyajian data (*display data*), dan penarikan kesimpulan (Mustafa et al., 2018; Allo et al., 2023). Proses analisis data kualitatif mencakup tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Natsir et al., 2020).

2.3.1 Pengurangan Data (Reduksi Data)

Reduksi data atau pengurangan data merupakan proses memilih dan memilih data-data yang penting dan merangkumnya (Haeruddin et al., 2022). Dalam tahap ini, tujuan penelitian atau fokus penelitian akan memandu peneliti untuk menentukan data-data penting apa saja yang perlu dirangkum atau di catat oleh peneliti.

2.3.2. Penyajian Data (Display Data)

Penyajian data memiliki peran penting dalam membuat data lebih terstruktur atau lebih terorganisir (Haeruddin & Haeruddin, 2020). Ketika data disajikan dengan baik secara visual, hal ini membuat informasi menjadi lebih jelas dan lebih mudah dipahami. Penyajian data secara visual ini dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti menggunakan tabel, grafik, diagram, atau bentuk visual lainnya (Mustafa et al., 2018). Dengan cara ini, peneliti dapat menyajikan informasi secara visual, membuatnya lebih mudah diinterpretasikan, dan memudahkan pembaca atau penerima informasi untuk mengenali pola atau tren yang mungkin terkandung dalam data tersebut (Haeruddin, 2017).

2.3.3. Penarikan Kesimpulan

Pada penelitian kualitatif kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti berupa deskripsi mengenai suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sampai akhirnya setelah penelitian dilakukan objek yang

diteliti tersebut menjadi semakin jelas (Musa et al., 2019). Pada tahap ini hasil analisis data kualitatif diungkapkan melalui kata-kata berupa narasi yang sesuai dengan tata bahasa yang benar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gudang Garam merupakan sebuah perusahaan terkemuka dalam produksi rokok kretek, menjadi ikon Indonesia yang erat kaitannya dengan Indonesia, yang juga dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan rempah terbesar di dunia. Dengan 273 juta jumlah penduduk, Negara Indonesia menjadi pasar konsumen terbesar di dunia, di mana terdapat sekitar 56% dari pria dewasa diperkirakan sebagai perokok, berdasarkan data riset pasar Rizqi et al. (2022).

Menurut riset pasar Rizqi et al. (2022), PT Gudang Garam Tbk memiliki pangsa pasar rokok dalam negeri sebesar 23,1% pada akhir 2018. Hingga, pada akhir 2022, pangsa pasar PT Gudang Garam Tbk yang ada di dalam negeri mencapai 25,5%, dengan produk yang telah dikenal oleh masyarakat Nusantara. Hal ini menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun penjualan PT. Gudang Garam Tbk. Untuk lebih memahami perkembangan penjualan perhatikan data penjualan 5 tahun terakhir PT Gudang Garam Tbk (2018-2022) yang peneliti kumpulkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Perkembangan Penjualan bersih PT. Gudang Garam Tbk Tahun 2018 - 2022

Tahun	Penjualan bersih (Rp)	Persentase (%)
2018	95.707.663.000.000	-
2019	110.523.819.000.000	15.48%
2020	114.477.311.000.000	3.58%
2021	124.881.266.000.000	9.09%
2022	124.881.266.000.000	-0.16%
	Rata-rata	7.00%

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis data penjualan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa penjualan bersih PT Gudang Garam Tbk sejak 5 tahun terakhir mengalami peningkatan tertinggi pada tahun 2019 dengan persentase 15,48% disebabkan

oleh penyesuaian harga jual, dan pertumbuhan penjualan produk unggulan SKM yang senantiasa diminati konsumen yang tentunya mendorong penjualan sebesar Rp 95,9 Miliar hal ini juga disebabkan karena nilai tukar rupiah menguat pada semester kedua di tahun 2019. Sedangkan pada tahun 2022 persentase Penjualan turun hingga minus 0,16%, di mana total volume penjualan perseroannya turun hingga 9,4% menjadi 82,5 Miliar batang. Adapun nilai rata-rata persentase perkembangan penjualan PT Gudang Garam Tbk sejak 5 tahun terakhir yakni sebesar 7%.

Dikarenakan adanya penurunan persentase seperti yang dijelaskan oleh Dewan Komisaris PT. Gudang Garam Tbk Tahun 2022 Juni, Setiawati Wonowidjojo, penyebab penurunan persentase penjualan karena dampak COVID-19 terhadap kemampuan beli konsumen. Kenaikan inflasi dan cukai secara berurutan, tanpa disertai dengan perbaikan daya beli, akan berdampak negatif pada penjualan serta keuntungan bagi para pemegang saham. Meskipun pendapatan penjualan PT Gudang Garam Tbk ini hampir tidak mengalami perubahan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, namun fakta menunjukkan bahwa terjadi penurunan volume penjualan sebesar 9,4% yang disebabkan oleh pergeseran minat konsumen ke produk yang lebih terjangkau di dalam pasar yang sangat kompetitif.

3.1 Analisis faktor yang mempengaruhi perubahan volume penjualan PT. Gudang Garam Tbk. (2018–2022)

Hasil analisa yang peneliti lakukan pada PT. Gudang Garam Tbk yaitu faktor yang mempengaruhi perubahan Volume penjualan PT. Gudang Garam Tbk sejak lima tahun terakhir (2018–2022) diuraikan secara runtut berikut ini:

3.1.1 Analisis data 2018

Dari hasil analisis yang peneliti lakukan pada data laporan penjualan PT. Gudang Garam Tbk di tahun 2018 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan penjualan yakni sebesar 14,9% sehingga penjualan

Rp 95,7 triliun berhasil dicapai hal ini terjadi berkat penyesuaian harga jual rata-rata per batang sebesar 5,6% serta pertumbuhan volume penjualan yaitu sebesar 8,3% atau mencapai 85,2 miliar batang. Dalam hal ini, produk SKM Gudang Garam merupakan produk yang tetap diminati dengan pertumbuhan volume penjualan sebesar 9,9% atau mencapai 76,9 miliar batang. Selain itu, penjualan ekspor pada tahun 2018, turut menyumbang 3,6% dari total volume penjualan, di mana penjualan ekspor tersebut mencapai 3,1 miliar batang. Pangsa pasar Perseroan di dalam negeri mengalami peningkatan yang awalnya 21,4% menjadi 23,1%. Secara umum penyebab kenaikan volume penjualan pada tahun 2018 adalah penyesuaian harga jual, dan pertumbuhan penjualan produk unggulan SKM yang senantiasa diminati konsumen.

3.1.2 Analisis data 2019

Pada tahun 2019 terjadi peningkatan pendapatan penjualan pada PT. Gudang Garam Tbk yakni sebesar 15,5% sehingga pendapatan penjualan sebesar Rp 110,5 triliun berhasil dicapai. Peningkatan ini berhasil dicapai melalui pertumbuhan volume penjualan sebesar 12,6% atau dengan kata lain penjualan mencapai 95,9 miliar batang. Selain itu, peningkatan ini juga terjadi akibat penyesuaian harga jual rata-rata per batang sebesar 3,1% untuk SKM dan 2,3% untuk SKT. Berdasarkan informasi dari Rizqi et al. (2023), pangsa pasar Perseroan ini meningkat dari yang awalnya ditahun 2018 pangsa pasar perseroan sebesar 23,1% menjadi 25,6% di tahun 2019.

Faktor utama pertumbuhan volume penjualan pada perusahaan ini didorong oleh penjualan kategori sigaret kretek mesin (SKM), yang menyumbang 91,1% dari total produk yang dijual. Hal ini menyebabkan terjadinya kenaikan penjualan secara signifikan hingga 13,6% atau setara dengan menjual 87,4 miliar batang. Sementara itu, produk sigaret kretek tangan (SKT), juga menyumbang 8,9% dari total volume penjualan, penjualan kategori SKT ini merupakan

peningkatan ringan sebesar 3,5% jika dibandingkan dengan penjualan periode yang sama tahun sebelumnya, yaitu mencapai 8,5 miliar batang.

Secara umum penyebab kenaikan volume penjualan pada tahun 2019 adalah Penyesuaian harga jual, dan pertumbuhan penjualan produk unggulan SKM yang senantiasa diminati konsumen yang tentunya mendorong penjualan sebesar 15,48% atau setara dengan Rp 95,9 Miliar hal ini juga disebabkan karena nilai tukar rupiah menguat pada semester kedua tahun 2019.

3.1.3 Analisis data 2020

Pada tahun 2020 pendapatan penjualan mencapai Rp 114,5 triliun, mengalami kenaikan sebesar 3,6%. Kenaikan ini jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan kenaikan pada tahun-tahun sebelumnya. Volume penjualan pada tahun 2019 ini mengalami penurunan sebesar 6,5% atau dengan kata lain penjualannya hanya sekitar 89,7 miliar batang. Meskipun kenaikan penjualan tidak sebesar kenaikan dua digit yang terjadi pada tahun-tahun sebelumnya, menurut data dari Rizqi et al. (2023), pangsa pasar perusahaan ini tetap berhasil meningkat. walau peningkatannya hanya sedikit yaitu dari yang awalnya sebesar 25,6% menjadi 26,6%.

Pandemi COVID-19 telah melanda kawasan Indonesia di tahun 2020 (Yushar et al., 2023). Merek Gudang Garam yang kuat tanpa keraguan telah menciptakan perubahan yang signifikan. Hal ini terlihat ketika konsumen yang lebih sensitif terhadap harga dan mencari produk dengan harga yang lebih terjangkau menyebabkan penurunan total volume penjualan rokok nasional yaitu sebesar 15,1%. Di mana volume penjualan rokok nasional untuk kategori sigaret kretek mesin (SKM) sebesar 76,5% dari total volume penjualan rokok mengalami penurunan 16,4%. Begitu pun dengan penjualan rokok nasional untuk kategori sigaret kretek tangan (SKT) sebesar 19,1% dari total volume penjualan rokok nasional mengalami penurunan 4,5%.

Secara umum penyebab penurunan volume penjualan pada tahun 2020 adalah sensitivitas harga konsumen, daya beli konsumen menurun sebab awal mula kemunculan pandemi yang mengharuskan pemerintah memberlakukan pembatasan kegiatan interaksi sosial secara langsung, Secara umum konsumen akan lebih memilih merek produk yang memiliki harga yang lebih terjangkau untuk kategori produk konsumen, yang mengandung tembakau dan rokok.

3.1.4 Analisis data 2021

Pada tahun 2021, terjadi peningkatan pendapatan penjualan sebesar 9,1%, mencapai Rp 124,9 triliun. Harga rata-rata per batang mengalami kenaikan sebesar 1,0% untuk kategori SKT dan 7,5% untuk SKM, yang berasal dari penyesuaian harga jual secara bertahap sepanjang tahun 2021. Berbagai produk Gudang Garam tetap diminati oleh konsumen, dan pangsa pasar Perseroan, berdasarkan data Rizqi et al. (2023), meningkat menjadi 27,1% (dibandingkan dengan 26,6% pada tahun 2020). Setelah mengalami penurunan sebesar 6,5% pada tahun 2020, volume penjualan Perseroan mengalami peningkatan ringan sebesar 1,5%, mencapai 91,1 miliar batang pada tahun 2021.

Secara umum penyebab meningkatnya volume penjualan pada tahun 2021 adalah perekonomian Indonesia saat itu menunjukkan adanya pemulihan dengan didukung oleh menguatnya ekspor komoditas dengan laju pertumbuhan PDB pada akhir tahun sebesar 3,7%, hal ini tentunya mendukung kemampuan dan daya beli konsumen.

3.1.5 Analisis data 2022

Pada tahun 2022 persentase pendapatan penjualan turun 0,2% menjadi Rp 124.881.266.000.000 dibandingkan dengan tahun 2021 sebesar Rp 124.881.266.000.000, di mana total volume penjualan perseroannya turun hingga 9,4% menjadi 82,5 Miliar batang.

Meskipun daya beli konsumen di kalangan menengah ke bawah terus

mengalami tekanan, dan persaingan dalam industri rokok semakin ketat, kenaikan harga yang diterapkan oleh produsen ternyata lebih rendah dibandingkan dengan kenaikan cukai yang berlangsung sejak tahun 2020. Serangkaian penyesuaian harga yang dilakukan oleh Perseroan, terutama pada paruh kedua tahun 2022, mulai mengurangi tekanan terhadap profitabilitas.

Secara umum penyebab menurunnya volume penjualan pada tahun 2022 adalah kenaikan harga yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam Tbk, hal ini terjadi karena pengaruh global seperti Konflik di Ukraina yang berawal pada bulan Februari 2022, yang berdampak signifikan pada ekonomi global yang sedang berjuang pulih pasca pandemi COVID-19, selain itu kekhawatiran terhadap inflasi harga energi dan pangan, Bank Dunia mencatat bahwa PDB global mengalami penurunan signifikan dari 5,9% menjadi di bawah 3% pada tahun 2022. Bank Dunia juga memproyeksikan kemungkinan penurunan lebih lanjut menjadi 1,7% pada tahun 2023.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penjualan PT. Gudang Garam Tbk mengalami peningkatan dan penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Di tahun 2018 peningkatan pendapatan penjualan sebesar 14,9%, di tahun 2019 sebesar 15,5%, tahun 2020 sebesar 3,6%, tahun 2021 sebesar 9,1%, dan di tahun 2020 sebesar 0,2%. Sejak 5 tahun terakhir PT. Gudang Garam Tbk mengalami peningkatan tertinggi pada tahun 2019 dengan persentase 15,48% dengan jumlah penjualan sebesar RP 95,9 Miliar. Sedangkan pada tahun 2022 persentase penjualan turun hingga -0,16% di mana total penjualannya menurun hingga 9,4% menjadi 82,5 Miliar. Adapun nilai rata-rata persentase perkembangan penjualan PT Gudang Garam Tbk sejak 5 tahun terakhir yakni sebesar 7%. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti penyesuaian harga jual, pertumbuhan penjualan, nilai tukar rupiah, serta penurunan penjualan yang disebabkan

oleh dampak COVID-19 terhadap kemampuan beli konsumen, kenaikan inflasi dan cukai secara berurutan yang berdampak negatif pada penjualan dan keuntungan bagi pemegang saham.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penelitian ini.

KONTRIBUSI PENULIS

Penulis Farhan Mukti Shihab menulis draf pertama naskah pendahuluan, penulis Aulia Sabirin merancang material dan metode penelitian, penulis Sulfadli Adijaya Kusuma mengelola hasil dan pembahasan penelitian, penulis Jibriyanti dan penulis Muh. Erlangga mengkaji abstrak serta kesimpulan hasil akhir penelitian. Semua penulis telah membaca dan menyetujui naskah akhir

DAFTAR PUSTAKA

1. Angreyani, A. D., Akbar, A., Haeruddin, M., Mustafa, M., & Mustafa, F. (2023). The Phantom Menace: A Moderation Analysis of Gender on MSMEs' Financial Literacy and Financial Performance. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 21(2), 48-55. <https://doi.org/10.9734/arjass/2023/v21i2466>
2. Aslam, A. P., Pratiwi, A. C., Parawansa, D. A. S., & Rivanie, S. S. (2023). A GUIDE TO UNDERSTAND ABOUT FINANCIAL LITERACY. Penerbit Tahta Media. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/2023-06-10>
3. Alfikri, A. A. (2019). Analisis rasio keuangan sebagai penilaian kinerja keuangan perusahaan: Studi kasus pada PT Gudang Garam Tbk. periode 2017-2019 [Skripsi]. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
4. Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak; 2018.

5. Ganefi, G., & Hatikasari, S. (2022). The Impact of COVID-19 Outbreak on Banking Policies in Indonesia. *Jurnal Scientia Indonesia*, 8(1):1-36.
6. Gudang Garam, PT. Annual Report 2019. Receive From: <https://www.gudanggaramtbk.com/>
7. Gudang Garam, PT. Annual Report 2020. Receive From: <https://www.gudanggaramtbk.com/>
8. Gudang Garam, PT. Annual Report 2021. Receive From: <https://www.gudanggaramtbk.com/>
9. Gudang Garam, PT. Annual Report 2022. Receive From: <https://www.gudanggaramtbk.com/>
10. Purwanto, B. P. (2019). *Proses Input-Output Produksi Kemasan Rokok Gudang Garam Merah Kretek 12 Batang Menggunakan Teknik Cetak Offset* [Skripsi]. Surabaya: Fakultas Teknologi Dan Informatika Institut Bisnis Dan Informatika Stikom.
11. Rizqi, R., Jovianto, J., Liang, S., Kelvin, K., & Jacelyin, J. (2023). implementasi manajemen operasional terhadap penyelesaian masalah di PT Gudang Garam. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6):2199-2211.
12. Yushar, M. M., Abdi, A., Nurlaely, R., Dewi, A. A., Riwayat, A. R., & Nurjannah, N. (2023). The Rise of Skywalker: The Critical Vehemence of Customer Loyalty inside the E-commerce Platform. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 41(2), 57–67.
<https://doi.org/10.9734/ajess/2023/v41i2893>