

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Laba Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Laba

Laba merupakan pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan serta dasar dalam perhitungan pajak. Laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut (Harahap, 2008:113) .

Menurut Sugiri dan Riyono (2008:35) laba atau untung adalah kenaikan aset neto yang berasal dari peristiwa insidental dan bukan dari penyerahan jasa kepada pelanggan. Hal itu terjadi ketika nilai jual suatu produk lebih tinggi dari nilai buku sehingga penjualan tersebut mendatangkan untung sebesar selisih harga jual di atas nilai buku. Sebaliknya, jika nilai jual produk lebih rendah dari nilai buku maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 1 (Penyajian Laporan Keuangan, par.7), mengungkapkan pengertian laba-rugi adalah total penghasilan dikurangi beban, tidak termasuk komponen-komponen penghasilan komprehensif lain. Laba (rugi) usaha adalah selisih antara pendapatan dan total beban usaha pada periode tersebut. Jika selisihnya positif, akan menghasilkan laba usaha. Sebaliknya jika selisihnya negatif, akan menghasilkan rugi usaha pada periode tersebut (Rudiyanto, 2012:18).

Menurut Hery (2013:109) laba atau keuntungan adalah kenaikan dalam ekuitas (aktiva bersih) entitas yang ditimbulkan oleh transaksi *peripheral* (transaksi di luar operasi utama atau operasi sentral perusahaan) atau transaksi insidental (transaksi yang jarang terjadi) dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa maupun keadaan-keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa laba adalah selisih dari pendapatan dan beban yang nilainya menunjukkan kinerja suatu perusahaan. Laba merupakan salah satu aspek penting yang menjadi pertimbangan oleh setiap pihak yang hendak melihat prospek perusahaan. Laba dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan yakni laporan laba-rugi.

2.1.1.2 Jenis-Jenis Laba

Laba terdiri dari beberapa sub-total yang merupakan sub-total dari masing-masing komponen laba. Menurut Hery (2012:101) laba memiliki beberapa komponen dengan pengidentifikasian sebagai berikut :

1. Laba kotor, merupakan penjualan bersih yang dikurangi dengan harga pokok penjualan akan diperoleh laba kotor. Disebut laba kotor karena masih belum memperhitungkan beban operasional yang telah dikeluarkan dalam rangka penciptaan/pembentukan pendapatan;
2. Laba operasional, mengukur kinerja fundamental operasi perusahaan dan dihitung selisih antara laba kotor dengan beban operasional. Laba operasional menggambarkan bagaimana aktivitas operasi perusahaan telah dijalankan dan dikelola secara baik dan efisien, terlepas dari kebijakan pembiayaan dan pengelolaan pajak;
3. Laba dari operasi berlanjut sebelum pajak penghasilan, adalah laba operasional ditambah dengan pendapatan dan keuntungan lain-lain dan dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain akan menghasilkan laba dari operasi berlanjut sebelum pajak penghasilan;
4. Laba dari operasi berlanjut, menunjukkan aspek kinerja atau ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan secara keseluruhan, termasuk prediksi mengenai kemungkinan kemampuan perusahaan untuk dapat terus melanjutkan operasinya di tahun-tahun mendatang;
5. Laba bersih, adalah selisih dari laba operasi berlanjut dan keuntungan atau kerugian dari operasi yang dihentikan dan dikurangi kerugian luar biasa.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode terdapat berbagai jenis laba diantaranya adalah laba kotor, laba operasional, laba operasi berlanjut sebelum pajak penghasilan, dan laba operasi berlanjut, dan laba bersih.

2.1.1.3 Unsur-Unsur Laba

Laporan laba rugi terdiri dari beberapa akun-akun yang menjadi unsur-unsur utama penentu laba atau rugi suatu perusahaan. Berikut ini unsur-unsur yang dikemukakan oleh Hery (2012:108) diantaranya adalah :

1. Pendapatan, adalah arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (kombinasi dari keduanya) dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan;
2. Beban, adalah arus keluar aktiva atau penggunaan lainnya atas aktiva atau terjadinya (munculnya) kewajiban entitas (kombinasi dari keduanya) yang disebabkan oleh pengiriman atau pembuatan barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan;
3. Keuntungan, adalah kenaikan dalam ekuitas (aktiva bersih) entitas yang ditimbulkan oleh transaksi peripheral (transaksi di luar operasi utama perusahaan) atau transaksi insidental dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa maupun keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik;
4. Kerugian, adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) entitas yang ditimbulkan oleh transaksi peripheral (transaksi di luar operasi utama perusahaan) atau transaksi insidental dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa maupun keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari beban atau distribusi kepada pemilik.

Pendapatan dapat berupa penjualan, honor, bunga, dividen, dan sewa. Beban berupa harga pokok penjualan, penyusutan, bunga, sewa, gaji dan upah, serta pajak. Keuntungan dan kerugian berasal dari berbagai transaksi seperti penjualan investasi, penjualan aktiva pabrik, pelunasan kewajiban, penghapusan aktiva akibat keusangan atau bencana dan pencurian. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat unsur-unsur yang membentuk laba dari suatu perusahaan, diantaranya berasal dari beberapa unsur transaksi yakni pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian.

2.1.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Laba dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang akan mengakibatkan laba meningkat ataupun menurun. Berikut ini adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap laba menurut Hermansah dan Eva (2008), antara lain :

1. Biaya;

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga jual;

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. *Volume* penjualan dan produksi.

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan adalah biaya yang dikeluarkan, harga jual barang dagang, dan *volume* penjualan dan produksi.

2.1.1.5 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Biasanya digunakan oleh para investor yang hendak menanamkan modal pada suatu perusahaan sebagai salah satu aspek pertimbangan. Berikut ini analisis rasio profitabilitas terdapat tiga rasio (Hanafi dan Halim, 2007:83) yakni :

1. *Profit margin*, menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini juga diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Sebaliknya, *profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua situasi tersebut. Rasio *profit margin* bisa dihitung sebagai berikut :

$Profit\ margin = \frac{Laba\ bersih}{Penjualan}$

Rumus 2.1 Profit Margin

2. *Return On Asset* (ROA), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA juga sering disebut dengan ROI (*Return On Investment*). Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen.

Rasio *return on asset* bisa dihitung sebagai berikut :

$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rumus 2.2 Return On Asset (ROA)
--	--

3. *Return On Equity* (ROE), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Rasio *return on equity* bisa dihitung sebagai berikut :

$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal Saham}}$	Rumus 2.3 Return On Equity (ROE)
---	---

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yakni *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE). Penelitian ini akan menggunakan *profit margin* sebagai indikator variabel independen tingkat penjualan karena sesuai dengan pengertian *profit margin* yang telah dikemukakan yaitu rasio yang mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Sementara itu, *return on asset* (ROA) sebagai indikator bagi variabel dependen laba perusahaan karena mampu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.2 Tingkat Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Penjualan

Penjualan barang dagang merupakan transaksi utama dalam perusahaan dagang. Dengan hasil penjualan barang dagang itulah, perusahaan mendapat laba yang hendak dicapai. Penjualan dalam perusahaan dagang dapat dilakukan dengan dua cara yakni penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hery (2012:102) yang menyatakan bahwa penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagang yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan kredit.

Sementara itu, menurut Swastha (2009:8) menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya. Pengertian lain tentang penjualan yang dikutip dari Nickels (2008) dalam Swastha (2009:9) dengan menggunakan istilah penjualan tatap muka (*personal selling*) yang artinya interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Menurut Astuti (2012:205) penjualan bersih merupakan penjualan yang dikurangi dengan beban angkut penjualan, potongan tunai penjualan dan retur penjualan. Sementara itu menurut Tjiptono (2012:310) penjualan adalah sumber pendapatan yang diperlukan menutup ongkos-ongkos dengan harapan mendapatkan laba.

Menurut Kotler dan Kevin (2008:6) penjualan merupakan suatu metode terencana dan terorganisir untuk mengetahui dan memahami pelanggan demikian baik sehingga produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan demikian, perusahaan perlu menjaga jumlah kuantitas produk ataupun jasa agar selalu dalam keadaan tersedia dengan memperhatikan kualitas barang atau jasa yang dihasilkan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah metode yang dilakukan oleh penjual untuk menawarkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan penjualan, perusahaan mampu memperoleh pendapatan. Pendapatan yang telah dikurangi beban-beban yang telah dibayar akan menghasilkan laba perusahaan.

2.1.2.2 Fungsi dan Tujuan Penjualan

Kegiatan yang dilakukan perusahaan tentunya memiliki arti dan maksud yang hendak dicapai, tidak terkecuali kegiatan penjualan. Menurut Swasta (2003:406) fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjualan seperti menciptakan permintaan, mencari pembeli, memberikan saran-saran, membicarakan syarat-syarat penjualan, dan memindahkan hak milik. Secara umum penjualan juga bisa diartikan sebagai suatu bentuk perpindahan (*transfer*) dari penjual kepada pembeli sesuai dengan syarat dan kondisi yang disepakati. Penjual menyalurkan barang dagangannya kepada masyarakat dengan penjualan.

Tujuan dari penjualan yaitu menjual dari apa yang telah dihasilkan dan bukan menghasilkan apa yang dapat dijual. Penjualan dalam perusahaan mempunyai tujuan diantaranya adalah mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang kegiatan utamanya melakukan penjualan biasanya menyatakan jumlah penjualannya dalam bentuk unit. Unit ini merupakan bagian dari hasil penjualan produk yang terjual dibandingkan dengan produk yang tersedia yang biasa dinyatakan dalam bentuk data numerik/deretan angka.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan penjualan berfungsi sebagai sarana yang dapat dilakukan penjual untuk menawarkan dan menjual produknya baik dalam bentuk barang ataupun jasa. Tujuan dilakukannya penjualan tentunya untuk mencapai tingkat penjualan dan laba yang sudah ditetapkan.

2.1.2.3 Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat menyebabkan tingkat penjualan meningkat ataupun menurun. Menurut Swastha (2009:129) faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan, diantaranya adalah :

1. Kondisi dan kemampuan penjual;

Transaksi jual beli atas barang atau jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual pada pihak pertama dan pembeli pada pihak yang kedua. Di sini penjual harus dapat meyakinkan pembelinya agar dapat

berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Demi tujuan tersebut terdapat beberapa masalah penting yang berkaitan yaitu a) Jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan, b) Syarat penjualan, c) Harga produk, dan d) Pelayanan purna jual, seperti pembayaran, garansi, dan sebagainya. Masalah-masalah tersebut biasa menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian. Dengan tenaga penjual yang baik dapat dihindari timbulnya rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang harus dimiliki seorang penjual antara lain sopan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik.

2. Kondisi Pasar;

Pasar sebagai pihak pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar yaitu penjual harus memahami apabila produk yang akan ditawarkan sesuai dengan pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, atau pasar internasional, menyesuaikan kelompok pembeli atau segmen pasarnya, daya beli konsumen, frekuensi pembeliannya, keinginan atau kebutuhan.

3. Modal;

Penjual akan mengalami kesulitan untuk menjual barangnya apabila barangnya belum dikenal oleh calon pembeli atau jika lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Oleh karena itu, penjual harus memperkenalkan

produknya terlebih dahulu. Dalam pelaksanaannya diperlukan sarana serta usaha seperti promosi dan lain sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki usaha dan modal yang cukup.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan;

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh ahli bidang penjualan, lain halnya dengan perusahaan kecil yang masalah penjualan juga ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sebaik perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh pimpinan dan tidak diberikan pada yang lain.

5. Faktor Lain.

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, seiring mempengaruhi penjualan. Ada pengusaha yang berpegang pada satu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan maka diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Maka oleh karena itu perusahaan tersebut akan melakukan upaya para pembeli tertarik pada produknya.

Sementara itu menurut Pakpahan (2009:197) faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan

biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi penjualan diantaranya adalah kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan berbagai faktor lainnya. Selain faktor-faktor yang telah disebutkan tadi, saluran distribusi juga merupakan faktor yang menentukan tingkat penjualan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memanfaatkan sumber daya yang ada dalam upaya meningkatkan tingkat penjualan, baik dari dalam maupun maupun luar.

2.1.2.4 Pengertian Tingkat Penjualan

Tingkat penjualan merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa banyak transaksi penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam suatu periode. Menurut Swastha (2009:197) analisis tingkat penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi). Lebih lanjut Swastha menjelaskan pengertian tingkat penjualan adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas atau total penjualan yang didapat dari penjualan suatu barang baik secara tunai maupun kredit, semakin banyak barang yang laku dijual maka semakin besar pula tingkat penjualannya. Sebaliknya apabila penjualan barang semakin sedikit maka semakin kecil pula tingkat penjualan barang tersebut.

Manajemen perlu menganalisis tingkat penjualan total itu sendiri. Analisis tersebut dapat didasarkan pada :

- a. *Product line*, dengan melakukan pengelompokan barang-barang yang cenderung mempunyai manfaat yang sama dan memiliki karakteristik secara fisik yang hampir sama.
- b. Segmentasi pasar, dengan melakukan pengelompokan pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang homogen, dimana tiap kelompok (bagian) dapat dipilih sebagai target pasar untuk pemasaran suatu produk. Dalam menganalisis, manajer dapat membandingkan penjualannya dengan sasaran perusahaan dan juga dengan penjualan industri.

Menurut Daryono (2011:187) pengertian tingkat penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Sementara itu menurut Rangkuti (2009:207), tingkat penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Kotler (2008:179) menyebutkan bahwa tingkat penjualan menunjukkan jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan adalah suatu nilai yang menunjukkan seberapa besar jumlah penjualan yang berhasil dilakukan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dari laporan penjualan yang dihasilkan dapat diketahui seberapa besar tingkat penjualan suatu perusahaan. Hal ini tentu akan membantu manajemen ketika hendak membuat suatu keputusan atau penetapan target yang hendak dicapai.

2.1.2.5 Hubungan Antara Tingkat Penjualan dengan Laba

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dapat diketahui bahwa terdapat keterkaitan antara penjualan dan laba. Menurut Swastha (2009:197) tingkat penjualan adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas atau total penjualan yang didapat dari penjualan suatu barang baik secara tunai maupun kredit, semakin banyak barang yang terjual maka semakin besar tingkat penjualannya. Sebaliknya apabila penjualan barang semakin sedikit maka semakin kecil tingkat penjualan.

Sementara itu, menurut Rudiyanto (2012:18) laba (rugi) usaha adalah selisih antara pendapatan dan total beban usaha pada periode tersebut. Jika selisihnya positif, akan menghasilkan laba usaha. Sebaliknya jika selisihnya negatif, akan menghasilkan rugi usaha pada periode tersebut. Oleh karena itu, ketika tingkat penjualan mengalami peningkatan artinya perusahaan menghasilkan laba usaha. Sebaliknya, jika tingkat penjualan mengalami penurunan maka akan berpotensi menyebabkan kerugian.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2016) yang menunjukkan bahwa penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba usaha perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian Rustami dkk. menunjukkan volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba. Namun di samping itu, hasil penelitian yang dilakukan Putra dan Badjra (2015) menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (laba). Dengan demikian dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara tingkat penjualan dengan laba pada perusahaan.

2.1.2 Persediaan Barang Dagang

2.1.2.1 Pengertian Persediaan

Persediaan merupakan salah satu aset perusahaan yang menunjang kehidupan perusahaan. Berdasarkan PSAK 14 (Revisi 2008) tentang Persediaan, persediaan diartikan sebagai aset yang memenuhi kriteria adalah tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal, dalam proses produksi untuk penjualan tersebut dan dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa. Dalam hal ini, jenis persediaan perusahaan barang dagang termasuk dalam aset yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal (Pulungan dkk., 2013:114).

Persediaan merupakan salah satu aset perusahaan yang sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan. Dalam perusahaan manufaktur terdapat tiga persediaan antara lain barang jadi, barang baku, dan barang dalam proses yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk diproses lebih lanjut sehingga menghasilkan produk yang bernilai jual (Rudianto, 2012:222).

Sementara itu, Syakur (2015:140) menguraikan perbedaan perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur berdasarkan obyek pokok aktivitasnya. Persediaan meliputi segala macam barang yang menjadi obyek pokok aktivitas perusahaan yang tersedia untuk diolah dalam proses produksi atau dijual. Obyek pokok dari perusahaan manufaktur ada tiga macam persediaan yaitu persediaan bahan mentah (*raw material inventory*), persediaan barang setengah jadi (*work in*

process inventory), dan persediaan barang jadi (*finished good inventory*) sedangkan perusahaan barang dagang hanya ada satu klasifikasi yaitu persediaan barang dagangan (*merchandise inventory*) yang dibeli untuk dijual kembali dalam rangka mencari keuntungan dari hasil penjualan tersebut. Barang dagang tersebut dimiliki oleh perusahaan dari hasil pembelian dan sudah dalam bentuk siap untuk dijual dalam kegiatan bisnis perusahaan.

Sementara itu menurut Susilowati (2016:95) persediaan barang dagangan adalah sejumlah barang yang tersedia dan selalu ada dalam perusahaan. Persediaan barang dagangan akan bertambah jika ada pembelian dan akan berkurang saat ada penjualan. Adapun terdapat dua jenis persediaan barang dagang, yaitu persediaan awal barang dagang dan persediaan akhir barang dagang. Jumlah persediaan akhir barang dagang akan disajikan dalam neraca pada bagian aktiva lancar.

Menurut Kasmir (2016:258) persediaan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk dikelola oleh perusahaan. Pengertian persediaan adalah sejumlah barang yang harus disediakan oleh perusahaan pada suatu tempat tertentu guna memenuhi kebutuhan penjualan barang dagangan. Bagi perusahaan dagang dengan adanya persediaan akan memperlancar setiap pesanan yang sudah disepakati. Artinya, pesanan dari pelanggan akan dapat disediakan tepat waktu. Lebih dari itu ketidakmampuan menyediakan barang yang sudah dipesan sesuai waktunya akan mengakibatkan hilangnya kepercayaan pelanggan. Hal ini akan mengakibatkan pelanggan beralih ke perusahaan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persediaan barang dagang adalah bagian dari aset perusahaan yang diperoleh dari hasil pembelian barang dagang dan sudah dalam keadaan siap untuk dijual kembali oleh perusahaan. Perlakuan akuntansi terhadap persediaan barang dagang yang dibeli secara reguler adalah metode pencatatan transaksi persediaan barang dagang, metode penentuan harga perolehan persediaan akhir dan harga pokok penjualan dan metode penilaian persediaan barang dagangan.

2.1.2.2 Metode Pencatatan Persediaan

Metode pencatatan persediaan pada umumnya digunakan untuk membantu memudahkan perusahaan dalam mencatat penjualan dan pembelian barang dagang. Menurut Hery (2016:22) perusahaan dagang secara sistematis akan mencatat persediaan untuk menentukan besarnya barang dagang yang tersedia untuk dijual dan juga berapa yang telah laku terjual. Metode akuntansi yang biasa dipakai ada dua yaitu metode pencatatan perpetual (*perpetual inventory system*) dan metode pencatatan periodik/fisik (*periodic / physical inventory system*).

1. Sistem Pencatatan Perpetual (*Perpetual Inventory*)

Di setiap transaksi akan selalu mencatat jumlah saldo persediaan barang dagang yang ada. Harga pokok dari setiap barang dagang yang dibeli ataupun dijual akan dicatat secara terperinci. Akun pembelian, retur pembelian, potongan pembelian, dan akun biaya angkut pembelian tidak digunakan dalam sistem pencatatan perpetual. Seluruh akun tersebut akan digantikan dengan akun persediaan barang dagang;

2. Sistem Pencatatan Periodik (*Periodic Inventory*)

Pembelian barang dagang dicatat dengan menggunakan sistem akun pembelian bukan akun persediaan barang dagang seperti yang dilakukan pada sistem perpetual. Setiap akun pembelian dicatat secara terpisah sesuai dengan akunnnya masing-masing.

Sementara itu, menurut Syakur (2015:143) metode pencatatan transaksi persediaan barang dagangan yaitu metode *physical* (metode berkala), dan metode perpetual (metode terus-menerus). Perbedaan antara kedua metode pencatatan persediaan barang dagang tersebut antara lain:

Tabel 2.1 Perbedaan Metode *Physical* dan Metode Perpetual

Metode <i>Physical</i>	Metode Perpetual
Terdapat perkiraan pembelian, retur pembelian, potongan pembelian, dan biaya angkut pembelian.	Tidak terdapat perkiraan pembelian, retur pembelian, potongan pembelian, dan biaya angkut pembelian.
Transaksi pembelian, retur pembelian, potongan pembelian dan biaya angkut pembelian dicatat dalam perkiraan masing-masing.	Transaksi pembelian, retur pembelian, potongan pembelian dan biaya angkut pembelian dicatat dalam perkiraan persediaan barang dagang.
Setiap terjadi penjualan tidak perlu dilakukan pencatatan harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan dihitung pada setiap akhir periode akuntansi dan dikapitalisasi melalui jurnal penyesuaian.	Setiap terjadi penjualan harus diikuti pencatatan harga pokok penjualan.
Lebih sesuai digunakan pada perusahaan ritel/eceran yang mempunyai banyak macam persediaan dan sulit untuk dapat ditentukan harga pokok untuk setiap transaksi penjualan.	Lebih sesuai digunakan pada perusahaan dagang yang mempunyai relatif sedikit macam barang yang diperdagangkan dan relatif mudah untuk menentukan besarnya harga pokok penjualan untuk setiap transaksi penjualan barang dagangan.

Sumber : Syakur (2015:144)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa secara umum terdapat dua jenis metode yang digunakan dalam pencatatan persediaan barang dagang yaitu metode perpetual dan metode periodik. Metode periodik menggunakan perkiraan pembelian, retur pembelian, potongan pembelian, dan biaya angkut pembelian sedangkan metode perpetual tidak menggunakan perkiraan tersebut.

2.1.2.3 Metode Penentuan Harga Perolehan dan Harga Pokok Penjualan

Metode penentuan harga perolehan dan harga pokok penjualan berguna untuk mengetahui seberapa besar jumlah biaya yang telah dikeluarkan untuk membeli barang dagang. Menurut Syakur (2015:151) penentuan harga perolehan persediaan dan harga pokok penjualan dilakukan berdasarkan asumsi arus biaya (*cash flow assumption*) bukan berdasarkan asumsi arus fisik persediaan. Berikut ini terdapat beberapa metode penentuan harga perolehan persediaan dan harga pokok penjualan pada perusahaan dagang :

1. Metode Identifikasi Khusus

Penggunaan metode ini dengan cara melakukan penandaan (identifikasi) terhadap setiap barang dagang yang dibeli. Penandaan ini dilakukan dengan cara memberikan kartu identitas untuk setiap barang yang dibeli, dan hal penting yang harus ada pada kartu identitas adalah informasi tentang harga perolehan per satuan barang.

2. Metode FIFO (*First In First Out*)

Metode ini dikembangkan berdasarkan asumsi bahwa persediaan barang dagang yang pertama dibeli adalah persediaan yang pertama harus dijual karena persediaan yang terjual terdiri dari harga perolehan dari persediaan-persediaan yang pertama masuk, maka harga perolehan dari persediaan-persediaan yang tersisa terdiri dari harga perolehan dari persediaan-persediaan yang terakhir masuk.

3. Metode LIFO (*Last In First Out*)

Metode ini dikembangkan berdasarkan asumsi bahwa barang dagang yang terakhir dibeli adalah barang dagang yang pertama dijual. Dengan demikian harga perolehan persediaan yang tersisa terdiri dari harga perolehan dari persediaan barang dagang yang pertama masuk.

4. Metode Rata-rata (*Average*)

Metode ini dikembangkan untuk memberikan solusi tengah dari metode FIFO dengan metode LIFO dengan menentukan harga perolehan persediaan barang dagang tidak didasarkan pada harga persediaan yang pertama ataupun terakhir masuk melainkan nilai rata-rata dari keduanya.

5. Metode Harga Beli Terakhir

Metode ini dilakukan berdasarkan harga beli terakhir tanpa mempertimbangkan apakah jumlah barang dagang yang tersisa melebihi jumlah pembelian terakhir atau tidak, maka penggunaan metode ini dalam penentuan harga perolehan persediaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas laporan keuangan.

6. Metode Nilai Penjualan Relatif

Metode ini digunakan untuk menentukan harga perolehan dari beberapa barang dagang yang diperoleh secara bersama-sama. Penentuan harga perolehan dari masing-masing jenis persediaan barang dagang dilakukan berdasarkan perbandingan nilai penjualan relatif dari barang dagang tersebut.

7. Metode Laba Kotor

Metode penentuan harga perolehan ini dapat dengan mudah dan cepat menentukan harga perolehan persediaan berdasarkan data-data yang terdapat dalam rekening buku besar perusahaan sesuai dengan kebijakan manajemen atau data-data pada tahun-tahun sebelumnya.

8. Metode Harga Jual Eceran

Metode penentuan harga perolehan yang hampir sama dengan metode laba kotor, tetapi metode harga jual eceran menentukan harga perolehannya berdasarkan data-data tahun sekarang.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai jenis metode penentuan harga perolehan persediaan akhir dan penentuan harga pokok penjualan pada perusahaan dagang, diantaranya adalah metode identifikasi khusus, metode FIFO, metode LIFO, metode rata-rata, metode harga beli terakhir, metode nilai penjualan relatif, metode harga jual eceran, dan metode laba kotor. Masing-masing metode mempunyai karakteristik tersendiri yang dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi perusahaan.

2.1.2.4 Metode Penilaian Persediaan

Metode penilaian persediaan dapat digunakan dalam menghitung besarnya nilai persediaan akhir. Menurut Hery (2016:83) terdapat tiga metode penilaian persediaan, yaitu : metode FIFO (*First In First Out*), metode LIFO (*Last In First Out*), dan metode Rata-rata (*Average Cost Method*).

1. Metode FIFO

Harga pokok dari barang yang pertama kali dibeli adalah harga yang akan diakui pertama kali sebagai harga pokok penjualan. Penekanan disini terletak pada nilai harga pokok, bukan unit atau fisik barang. Dengan menggunakan metode FIFO, yang akan menjadi nilai persediaan akhir adalah harga pokok dari unit atau barang yang terakhir kali dibeli;

2. Metode LIFO

Harga pokok dari barang yang terakhir kali dibeli adalah harga yang akan diakui pertama kali sebagai harga pokok penjualan. Sama seperti FIFO, penekanan disini terletak pada nilai harga pokok, bukan unit atau fisik barang. Dengan menggunakan metode LIFO, yang akan menjadi nilai persediaan akhir adalah harga pokok dari unit atau barang yang pertama kali dibeli;

3. Metode Rata-rata

Metode ini menetapkan harga pokok penjualan per unit dihitung berdasarkan rata-rata harga perolehan per unit dari barang yang tersedia unuk dijual.

Berdasarkan penjelasan Hery (2016:84) diketahui bahwa jika harga pokok dari barang yang dibeli adalah tetap, sama atau stabil, maka dapat dipastikan bahwa ketiga metode penilaian di atas masing-masing akan menghasilkan besarnya nilai persediaan akhir yang sama, sehingga pengaruhnya terhadap besarnya harga pokok penjualan, laba kotor, serta laba bersih juga akan sama. Namun sebaliknya jika harga pokok atas barang yang dibeli mengalami perubahan, maka masing-masing dari ketiga metode penilaian tersebut di atas pada umumnya akan menghasilkan besarnya nilai persediaan akhir, harga pokok penjualan, dan laba kotor, serta laba bersih yang berbeda. Sebagai perbandingan dari ketiga metode penilaian di atas mengenai dampaknya terhadap nilai persediaan akhir, harga pokok penjualan, laba kotor, dan laba bersih.

Sementara itu menurut Syakur (2015:175) metode penilaian persediaan menentukan nilai persediaan barang dagangan akhir yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan. Secara umum terdapat dua metode yang digunakan dalam penilaian persediaan barang dagang akhir, antara lain yaitu metode harga perolehan, dan metode harga terendah antara harga perolehan dengan harga pasar.

1. Metode Harga Perolehan (*Cost Method*)

Metode ini menggunakan nilai persediaan barang dagangan akhir yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan sebagai nilai harga perolehannya yang dihitung dengan menggunakan salah satu dari metode penentuan harga perolehan persediaan. Penggunaan metode penilaian ini sesuai dengan prinsip pencatatan dan pengakuan aktiva, sehingga tidak memerlukan jurnal penyesuaian.

2. Metode Harga Terendah antara Harga Perolehan dengan Harga Pasar

Metode penilaian persediaan barang dagangan akhir ini disebut juga dengan metode *Comwil (cost or market whichever is lower)* atau metode *Lcom (lower cost or market)*. Penggunaan metode penilaian ini merupakan salah satu bentuk penyimpangan prinsip akuntansi yang diperkenankan, dengan catatan persediaan barang dagangan tersebut dapat segera dapat dijual dan diganti dengan persediaan yang baru.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai jenis metode penilaian persediaan barang dagangan akhir, diantaranya adalah metode FIFO (*First In First Out*), metode LIFO (*Last In First Out*), metode rata-rata, metode harga perolehan, dan metode harga terendah antara harga perolehan dengan harga pasar. Namun pada umumnya yang sering digunakan dalam perusahaan ialah metode FIFO dan metode rata-rata, sedangkan metode yang tidak boleh digunakan adalah metode LIFO karena tidak sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku.

2.1.2.5 Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas digunakan untuk mengukur berapa tingkat aktivitas aktiva-aktiva tersebut pada tingkat kegiatan tertentu. Aktivitas yang rendah pada tingkat penjualan tertentu akan mengakibatkan semakin besarnya dana kelebihan yang tertanam pada aktiva-aktiva tersebut. Dana yang kelebihan tersebut lebih baik ditanamkan pada aktiva lain yang lebih produktif. Berikut ini analisis rasio aktivitas terdapat empat rasio (Hanafi dan Halim, 2007:78) yakni :

1. Rata-rata umur Piutang, rasio ini mengukur berapa lama yang diperlukan untuk melunasi piutang (mengubah piutang menjadi kas). Semakin lama rata-rata piutang berarti semakin besar dana yang tertanam pada piutang.

Rata-rata umur piutang bisa dihitung sebagai berikut :

$\text{Rata-rata umur piutang} = \frac{365 \text{ Hari}}{\text{Perputaran Piutang}}$	Rumus 2.4 Rata-rata umur Piutang
--	---

2. Perputaran Persediaan, rasio ini mengukur berapa kali persediaan berputar selama satu periode. Perputaran persediaan yang tinggi menandakan semakin tingginya persediaan berputar dalam satu tahun. Perputaran persediaan bisa dihitung sebagai berikut :

$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}}$	Rumus 2.5 Perputaran Persediaan
---	--

3. Perputaran Aktiva Tetap, rasio ini mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan penjualan berdasarkan aktiva tetap yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif penggunaan aktiva tetap tersebut. Perputaran aktiva tetap bisa dihitung sebagai berikut :

$\text{Perputaran Aktiva Tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$	Rumus 2.6 Perputaran Aktiva Tetap
---	--

4. Perputaran Total Aktiva, rasio ini mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan penjualan berdasarkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio yang tinggi menunjukkan manajemen yang baik dan efektif dalam penggunaan total aktiva tersebut. Rasio Perputaran total aktiva bisa dihitung sebagai berikut :

Perputaran Total Aktiva	=	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$
----------------------------	---	--

**Rumus 2.7 Perputaran
Total Aktiva**

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai rasio aktivitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam penggunaan aktiva yakni, rata-rata umur piutang, perputaran persediaan, perputaran aktiva tetap, dan perputaran total aktiva. Penelitian ini akan menggunakan perputaran persediaan sebagai indikator variabel independen persediaan barang dagang karena mampu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam pengendalian persediaan yang berdampak pada perolehan laba perusahaan.

2.1.2.6 Hubungan Antara Persediaan Barang Dagang dengan Laba

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa juga terdapat keterkaitan antara persediaan barang dagang dengan laba. Berdasarkan PSAK 14 (Revisi 2008) tentang Persediaan, persediaan diartikan sebagai aset yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal (Pulungan dkk, 2013:114). Sementara itu, menurut Kasmir (2016:258) pengertian persediaan adalah sejumlah barang yang harus disediakan oleh perusahaan pada suatu tempat tertentu guna memenuhi kebutuhan penjualan barang dagangan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farhana dkk. (2016) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara perputaran persediaan terhadap profitabilitas atau laba. Hasil ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Raharjaputra (2009:120) yaitu semakin tinggi tingkat

perputaran persediaan, kemungkinan perusahaan memperoleh keuntungan semakin besar. Begitu pula sebaliknya, jika tingkat perputaran persediaan rendah maka kemungkinan perusahaan memperoleh semakin kecil pula.

Namun di samping itu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Wibowo dan Iriyadi (2014) menunjukkan bahwa pengaruh antara persediaan terhadap profitabilitas atau laba tidak signifikan. Penyebab pengaruh yang tidak signifikan yaitu karena biaya yang dieliminasi dari biaya persediaan perusahaan tidak besar. Dengan demikian dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara persediaan barang dagang dengan laba pada perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian terkait dengan sistem akuntansi keuangan daerah terhadap kualitas laporan keuangan telah dilakukan, berikut ini beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

I Wayan Bayu Wisesa, Anjuman Zuhkri, Kadek Rai Suwena (2014) melakukan penelitian tentang Pengaruh Volume Penjualan Mente dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD Agung Esha Karangasem Tahun 2013. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UD Agung Esha tahun 2013 (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol:4 No:1 Tahun 2014).

Putu Rustami, I Ketut Kirya, Wayan Cipta (2014) melakukan penelitian tentang Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan

Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (*e-Journal Bisma*, Volume 2 Tahun 2014).

Elisabeth Maria Wibowo dan Iriyadi (2014) melakukan penelitian tentang Pengaruh Persediaan Terhadap Peningkatan Profitabilitas Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi dan regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persediaan berpengaruh tidak signifikan baik terhadap laba bersih maupun laba kotor (*Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, Vol. 2 No. 1 Tahun 2014).

Muh. Najib Kasim dan Riska (2014) melakukan penelitian tentang Analisis Perputaran Persediaan Barang Dagang Dalam Meningkatkan Laba Pada Kopkar Gotong Royong PT. PLN (Persero) Area Palopo. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin besar perputaran persediaan maka semakin meningkat pula nilai laba (*Jurnal Equilibrium*, Vol. 4 No. 2 Tahun 2014).

A.A. Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (*E-Journal Manajemen Unud*, Vol. 4 No. 7 Tahun 2015).

Cintya Dewi Farhana, Gede Putu Agus Jana Susila, I Wayan Suwendra (2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja Tahun 2012-2014. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja tahun 2012-2014 (*e-Journal Bisma*, Volume 4 Tahun 2016).

Rima Silvania dan Nur Fadji Asyik (2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Perubahan Laba. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba, hal ini menunjukkan tingkat penjualan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya usaha (*Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 No. 1 Tahun 2016).

Mohammad Rizal Nur Irawan (2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh Modal Usaha dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD Sari Tani Tenggerrejo Kedungpring Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode analisis data korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba usaha UD Sari Tani (*Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 1 No. 2 Tahun 2016).

Berdasarkan uraian di atas, disajikan ringkasan tabel penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
I Wayan Bayu Wisesa, Anjuman Zuhkri, Kadek Rai Suwena (2014)	Pengaruh Volume Penjualan Mente dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD Agung Esha Karangasem Tahun 2013	Volume Penjualan, Biaya Operasional, Laba Bersih	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UD Agung Esha tahun 2013
Putu Rustami, I Ketut Kirya, Wayan Cipta (2014)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis	Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan, dan Laba	Metode Analisis Regresi Berganda	Volume penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih
Elisabeth Maria Wibowo dan Iriyadi (2014)	Pengaruh Persediaan Terhadap Peningkatan Profitabilitas Perusahaan	Persediaan dan Profitabilitas	Metode Analisis Korelasi dan Regresi Linier	Persediaan berpengaruh tidak signifikan baik terhadap laba bersih maupun laba kotor
Muh. Najib Kasim dan Riska (2014)	Analisis Perputaran Persediaan Barang Dagang Dalam Meningkatkan Laba Pada Kopkar Gotong Royong PT. PLN (Persero) Area Palopo	Perputaran Persediaan Barang Dagang, Laba	Metode Analisis Kuantitatif	Semakin besar perputaran persediaan maka semakin meningkat pula nilai laba

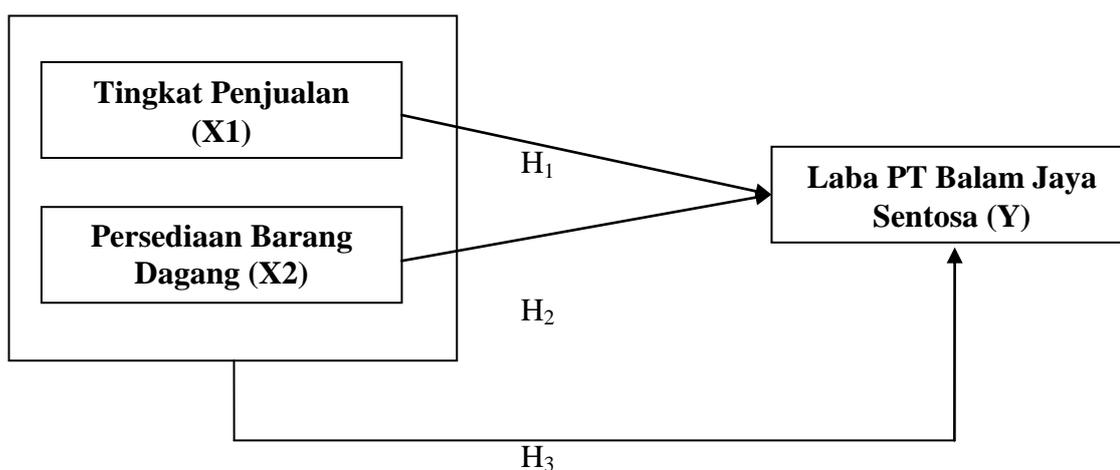
A.A. Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	<i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas
Cintya Dewi Farhana, Gede Putu Agus Jana Susila, I Wayan Suwendra (2016)	Pengaruh Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja Tahun 2012-2014	Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas	Metode Analisis Data Regresi Linier Berganda	Perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan secara simultan dari terhadap profitabilitas pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja tahun 2012-2014
Rima Silvania dan Nur Fadji Asyik (2016)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Perubahan Laba	Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Perubahan Laba	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba
Mohammad Rizal Nur Irawan (2016)	Pengaruh Modal Usaha dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD Sari Tani Tenggerejo Kedungpring Lamongan	Modal Usaha, Penjualan, Laba Usaha	Metode Analisis Data Korelasi	Variabel penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba usaha UD Sari Tani

Sumber : Penelitian terdahulu diolah (2016)

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan kajian pustaka. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh tingkat penjualan terhadap laba perusahaan PT. Balam Jaya Sentosa, pengaruh persediaan terhadap laba perusahaan PT. Balam Jaya Sentosa dan pengaruh tingkat penjualan dan persediaan barang dagang terhadap laba perusahaan PT. Balam Jaya Sentosa.

Berdasarkan teori-teori yang telah diperoleh dan dijelaskan, maka kerangka berpikir dari penelitian, digambarkan pada kerangka pemikiran yang disajikan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaahan kepustakaan. Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji lagi kebenarannya. (Kuswanto, 2012:74). Berdasarkan rumusan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis sementara yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : Tingkat penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan PT. Balam Jaya Sentosa.
- H₂ : Persediaan barang dagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan PT. Balam Jaya Sentosa.
- H₃ : Tingkat penjualan dan persediaan barang dagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan PT. Balam Jaya Sentosa.