

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Modal

2.1.1.1 Pengertian Modal

Menurut Munawir (2009:19), modal adalah kekayaan perusahaan yang bisa berasal dari internal maupun eksternal termasuk juga kekayaan yang dihasilkan dari proses produksi sebuah perusahaan.

Menurut Kasmir (2010:311), modal adalah merupakan hak yang dimiliki perusahaan, komponen modal yang terdiri dari : modal disetor, agio saham, laba ditahan, cadangan laba dan lainnya.

Menurut Polak (dalam Riyanto, 2010:18), modal adalah sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal adalah yang terdapat pada neraca sebelah kredit, ataupun barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan .

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dipahami bahwa modal adalah yang tertera disebelah debit neraca. Menggambarkan bentuk-bentuk penanaman dana yang diperoleh. Sedangkan jika ditinjau dari sumbernya maka modal adalah yang tertera disebelah kiri kredit yang menggambarkan dari pada dana itu sendiri.

2.1.1.2 Bentuk Modal

Menurut Riyanto (2010:240), bentuk-bentuk modal terdiri dari yaitu :

1. Modal Asing

Yaitu modal yang memperhatikan kepentingan sendiri yaitu kepentingan kreditur serta tidak mempunyai pengaruh terhadap penyelenggaraan perusahaan.

2. Modal Sendiri

Yaitu modal yang berkepentingan terhadap kontinuitas, kelancaran dan keselamatan perusahaan.

2.1.1.3 Jenis-Jenis Modal

Menurut Riyanto (2010:209), terdapat beberapa jenis modal berdasarkan sumbernya, fungsi dan wujudnya yaitu :

1. Berdasarkan sumber

Jenis-jenis modal berdasarkan sumber, dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Modal Internal

Yaitu modal yang didapatkan dari perusahaan itu sendiri biasanya dari hasil penjualan. Modal internal sulit digunakan untuk mengembangkan bisnis karena sifatnya yang terbatas dan sulit mengalami peningkatan signifikan.

b. Modal Eksternal

Yaitu modal yang berasal dari luar perusahaan atau dana yang diperoleh dari para kreditur ataupun dari pemegang saham yang dapat

ambil bagian dalam perusahaan. Adanya keterbatasan pada modal internal, sehingga perlu adanya modal eksternal yang bisa didapatkan dari luar dan sifatnya tidak terbatas.

2. Berdasarkan Fungsi

Jenis-jenis modal berdasarkan fungsi, dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Modal perseorangan

Yaitu modal yang berasal dari seseorang yang memiliki fungsi untuk memudahkan berbagai aktivitas dan memberikan laba kepada pemiliknya. Misalnya: deposito, property pribadi, saham dan lainnya.

b. Modal sosial

Yaitu modal yang dimiliki oleh masyarakat dimana modal tersebut memberikan keuntungan bagi masyarakat secara umum dalam melakukan kegiatan produksi. Misalnya : jalan raya, pelabuhan, pasar dan lainnya.

3. Berdasarkan Wujud

Jenis-jenis modal berdasarkan wujud dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Modal konkret (modal aktif)

Yaitu modal aktif yang berarti dapat dilihat secara kasat mata atau berwujud. Yang termasuk dalam modal konkret seperti bahan baku, tempat, mesin, gudang dan bentuk sarana prasarana lainnya.

b. Modal abstrak

Yaitu modal yang tidak dapat terlihat secara kasat mata. Meskipun begitu, modal ini juga penting untuk keberlangsungan perusahaan seperti skill tenaga kerja, hak cipta dan hal pendirian.

2.1.1.4 Fungsi Modal

Menurut Riyanto, (2010:217), modal mempunyai beberapa fungsi, diantaranya yaitu :

1. Keperluan investasi

Yaitu modal yang digunakan untuk membeli atau membiayai aktiva tetap dan bersifat jangka panjang yang dapat digunakan secara berulang-ulang.

2. Membiayai modal kerja.

Yaitu modal yang digunakan untuk pembiayaan jangka pendek, seperti pembelian bahan baku, membayar gaji karyawan dan upah serta biaya-biaya operasional.

2.1.1.5 Manfaat Modal

Berdasarkan penguraian di atas, dapat disimpulkan, modal adalah hak vital yang wajib dimiliki perusahaan apalagi untuk perusahaan yang sedang berkembang, tanpa modal, bisnis akan kesulitan untuk menjalankan kegiatannya. Beberapa hal penting modal adalah untuk membantu memproduksi barang lainnya yang dibutuhkan manusia dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan sebagai berikut :

1. Sewa tempat

Lahan atau tempat yang digunakan untuk berbisnis, ketersediaan modal sangat penting untuk urusan sewa tempat dibandingkan harus membeli lahan yang harganya jauh lebih mahal.

2. Penyediaan bahan produksi

Modal diperlukan untuk menyediakan bahan-bahan produksi termasuk bahan baku, peralatan penunjang dan mesin produksi. Pada bisnis yang menjalankan usaha dibidang penyedia prosuk tentu membutuhkan modal untuk membeli peralatan produksi.

3. Gaji pekerja

Untuk menjalankan perusahaan tidak terlepas dari anggota-anggota perusahaan dalam hal ini pegawai atau tenaga kerja. Sehingga ketersediaan modal diperlukan untuk memberikan hak-hak karyawan seperti gaji, tunjangan bahkan asuransi keselamatan kerja.

4. Simpanan

Modal tidak harus sepenuhnya dialokasikan untuk kepentingan produksi, namun modal juga harus dalam bentuk simpanan. Hal ini untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan seperti deficit, kekurangan biaya operasional atau terjadi peningkatan permintaan pasar.

2.1.2 Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Penjualan

Secara umum definisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk baik itu barang maupun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan sendiri yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsen dengan pengelolaan yang baik. Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi

perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Penjualan atau pemasaran adalah suatu proses pemindahan atau penyerahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen (Ekawarna, 2011:122).

Sedangkan menurut Assauri (2013:5) dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran* menyatakan penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan penjualan yaitu proses dimana penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli supaya dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua pihak dan juga diharapkan nantinya didapati insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

2.1.2.2 Tujuan Penjualan

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan pendapatan tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu menghasilkan laba. pada umumnya perusahaan mempunyai tiga tujuan umum seperti yang dikemukakan Assauri (2013:365) dalam penjualannya, yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Dalam realitasnya penjualan dewasa ini tampak bahwa tujuan penjualan yang utama adalah mendapatkan laba. Laba tersebut jatuh pada produsen, grosir dan lembaga-lembaga penjualan lainnya.

2.1.2.3 Jenis Penjualan

Terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat, diantaranya adalah :

1. *Trade Selling*, yaitu penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperhasikan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan dengan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjual melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
2. *Missionary Selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
3. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
4. *New Business Selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

5. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui route driving and retaining. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

2.1.2.4 Tahap – tahap dalam proses Penjualan

Dalam kegiatan penjualan, ada tahap yang ditempuh oleh penjual agar tujuan penjualan dapat tercapai. Tahap-tahap penjualan tersebut yaitu :

1. Persiapan Sebelum Penjualan.

Disini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju, dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.

2. Penentuan Lokasi Pembeli Potensial.

Dengan menggunakan data pembeli yang lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristiknya, misalnya lokasi. Oleh karena itu, pada tahap kedua ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya.

3. Pendekatan Pendahuluan.

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembelinya. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk atau merk apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya.

4. Melakukan Penjualan.

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

5. Pelayanan Sesudah Penjualan

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka.

2.1.2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Dalam prakteknya perencanaan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, yaitu:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli merupakan pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat mencapai sasaran

penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut para penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan
- b. Harga produk
- c. Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembelian atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar penjual, pasar industri, pasar pemerintah/pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c. Daya belinya.
- d. Frekuensi pembelinya.
- e. Keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dari keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dahulu/membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun

didalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

2.1.2.6 Pertumbuhan Penjualan

Peramalan Penjualan adalah suatu teknik proyeksi tentang tingkat permintaan konsumen potensial pada suatu periode tertentu dengan menggunakan berbagai asumsi tertentu juga, yakni sesuatunya berjalan seperti masa lalu. Efektivitas sistem peramalan dalam membantu organisasi dapat dievaluasi berdasarkan empat kriteria berikut:

- *Accuracy*. Ini merupakan aspek terpenting dari *forecast*, karena perbedaan antara aktual dan forecast berarti biaya. Lebih jauh, forecast error dapat menjadi sumber terjadinya kesulitan-kesulitan yang serius, misalnya bila forecast lebih besar dari aktual maka akan terjadi kapasitas menganggur dan surplus persediaan, dan bila forecast lebih kecil dari aktual maka dapat terjadi stockout atau opportunity loss.
- *Stability vs Responsiveness*. Artinya *forecast* harus mampu mengkover kompleksitas dan ketidakpastian lingkungan baik yang disebabkan oleh long term growth trend maupun seasonal influences
- *Objectivity*. Kadang-kadang kondisi yang diramalkan tidak dapat atau tidak ada kaitannya dengan data historis yang digunakan dalam *forecasting*. Bila demikian maka pertama, data tetap diolah secara obyektif apa adanya, kedua baru kemudian hasil *forecasting* pada pengolahan data secara

obyektif disesuaikan dengan memperhitungkan perkembangan terakhir situasi dan kondisi.

- *Timing*. Agar sistem forecasting dapat efektif, maka forecast harus tersedia tepat waktu.
- *Benefit to Cost Ratio*. Merupakan perbandingan antara manfaat yang berupa perbaikan kualitas keputusan sehubungan dengan adanya sistem peramalan yang diukur dengan cost saving dan biaya untuk membangun dan memelihara sistem peramalan.

Berikut beberapa metode peramalan yang dapat digunakan :

1. Metode Peramalan Kualitatif

Forecast berdasarkan pendapat (judgement method). Di gunakan untuk menyusun forecast penjualan maupun forecast kondisi bisnis pada umumnya.

2. Model Kuantitatif (*statistik/Statistic Method*)

Peramalan menghendaki perpaduan antara analisis ilmiah kuantitatif dengan menggunakan statistik sebagai alat primer dalam membuat peramalan. Berikut ini beberapa metode peramalan dengan menggunakan pendekatan statistik:

- a. Trend bebas
- b. Trend setengah rata-rata
- c. Trend Matematis

3. Model Khusus

Metode khusus ini adalah cara khusus untuk meramalkan penjualan dengan menggunakan analisis market share, analisis product line, dan analisis pengguna akhir. Model kuantitatif (statistik) dalam realita penggunaan secara keseluruhan masih kurang dapat di percaya hasilnya, sebab banyak hal yang tidak dapat di ukur secara kuantitatif seperti :

- a. Perkembangan politik
- b. Struktur masyarakat
- c. Perubahan secara konsumen

2.1.3 Laba

2.1.3.1 Pengertian laba

Menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32) menyatakan bahwa ‘’ Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya’’.

Menurut Suwordjono (2008:464) Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa).

Menurut Subramanyam (2010:109) Menyatakan Bahwa Laba adalah sebagai berikut: ‘’ laba merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha

dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Serta informasi perusahaan yang paling dimintai dalam pasar uang.’’

Dari berbagai definisi dinyatakan tentang pengertian laba, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa laba adalah suatu laporan utama yang berisikan tentang ringkasan kinerja perusahaan, ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha yang dapat mencerminkan prestasi suatu perusahaan.

2.1.3.2 Cara untuk meningkat laba

Menurut Sri Sulityanto, 2009 : 33, Ada beberapa cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan laba adalah

1. Meningkatkan penjualan, baik volume penjualan maupun harga jualnya.

Hal ini dapat dimengerti karena laba adalah penjualan dikurangi biaya. jadi semakin banyak penjualan perusahaan maka semakin meningkat pula laba perusahaan; dengan asumsi biaya tidak berubah.

2. Menurunkan biaya

Biaya merupakan salah satu kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan yang untuk menghasilkan laba. Laba merupakan tujuan utama perusahaan didirikan dengan demikian agar laba yang diperoleh perusahaan meningkat salah satu caranya yaitu menurunkan biaya. Menurunkan biaya yaitu menghemat atau menekan biaya yang kurang perlu dalam perusahaan.

2.1.3.3 Peranan laba

Menurut Sri Sulityanto, 2009 : 33, peranan laba bagi perusahaan yaitu:

1. Suatu kekuatan pokok agar perusahaan dapat tetap bertahan untuk jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Laba dapat disebut juga sebagai simpanan untuk membantu perusahaan dalam kegiatan dimasa depan agar bisa menanggulangi permasalahan yang dapat terjadi dikemudian hari.
2. Balas jasa atas dana yang ditanam perusahaan. Balas jasa disini dimaksud adalah buah yang ditanam dari hasil investasi kepada perusahaan berupa keuntungan.
3. Salah satu sumber dana perusahaan. Sumber dana sebagai bentuk dana dimana pemenuhan kebutuhan dananya berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, dengan kata lain dana dengan kekuatan atau kemampuan sendiri
4. Daya tarik bagi pihak ketiga yang ingin menanam dana. Kegiatan perusahaan yang bisa menghasilkan keuntungan atau laba bukan hanya menguntungkan pemilik perusahaan saja namun bisa menjadi keuntungan bagi investor untuk menanam modal diperusahaan.

2.1.3.4 Komponen-komponen yang mempengaruhi laba

Menurut Subramanyam (2011:5), terdapat komponen - komponen yang mempengaruhi laba sebagai berikut:

1. Pendapatan dan keuntungan

Pendapatan (revenues) merupakan arus kas masuk yang diperoleh atau arus kas masuk yang akan diperoleh yang berasal dari aktivitas usaha

perusahaan yang masih berlangsung. Pendapatan mencakup arus kas masuk seperti penjualan tunai dan arus kas masuk prospektif seperti penjualan kredit. Keuntungan (gains) merupakan arus masuk yang diperoleh atau akan diperoleh yang berasal dari transaksi dan kejadian yang terkait dengan aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung.

2. Beban dan Kerugian

Beban (expenses) merupakan arus keluar yang terjadi atau arus keluar yang akan terjadi, atau alokasi arus kas keluar masa lampau yang berasal dari aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung. Kerugian (losses) merupakan penurunan aktiva bersih perusahaan yang berasal dari aktivitas sampingan atau insidental perusahaan.

Hal ini berarti keuntungan dan kerugian merupakan sumber daya dan jasa yang dapat dikonsumsi, dihabiskan atau hilang dalam memperoleh atau memproduksi pendapatan dan keuntungan. Akuntansi beban dan kerugian sering kali melibatkan penilaian jumlah dan waktu alokasi atas periode pelaporan. Waktu merupakan saat beban atau kerugian terjadi, sering kali berdasarkan kaitannya dengan pendapatan yang dihasilkan.

2.1.3.5 Jenis-jenis laba

Menurut Kasmir (2011:303) Jenis-jenis Laba Yaitu :

1. Laba Kotor (gross Profit)

Merupakan laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.

2. Laba bersih (Net Profit)

Merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

2.2 Penelitian Terdahulu

Bunga Teratai (2017) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Modal Kerja dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Laba digunakan untuk mengukur kinerja operasional perusahaan dan mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh modal kerja dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Jenis penelitian yang digunakan, adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga mendapatkan 7 sampel perusahaan food and beverages. Hasil penelitian menunjukkan nilai probabilitas sig F sebesar $0,000 < 0,05$ artinya secara simultan variabel Modal Kerja dan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Dan secara parsial variabel Modal Kerja dan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap Laba Bersih perusahaan food and beverages di Bursa Efek Indonesia.

Arya, dkk (2017) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kebijakan Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi dan Food and Beverage di BEI. Tujuan dari penelitian adalah mengukur dan membandingkan

perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan, dan perputaran profitabilitas (earning power) pada perusahaan farmasi dan food and beverage. Hasil dari penelitian ini adalah perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan dan perputaran modal kerja berpengaruh secara serentak pada profitabilitas di perusahaan farmasi dan perusahaan food and beverage ditemukan hal yang berbeda. Perputaran kas berpengaruh negatif signifikan pada profitabilitas di perusahaan farmasi dan food and beverage. Perputaran piutang, perputaran persediaan dan perputaran modal kerja tidak berdampak signifikan pada profitabilitas pada perusahaan farmasi dan food and beverage.

Veronica Reimeinda, dkk (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas pada Industri Telekomunikasi di Indonesia. Laba bersih perusahaan merupakan gambaran dari keberhasilan perusahaan dalam mengelola modal kerjanya. Pengelolaan modal kerja dapat dilihat salah satunya dari efektif atau tidak penggunaan modal kerja yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal kerja terhadap laba bersih pada perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia, dalam hal ini menggunakan variabel perputaran modal kerja bersih, perputaran persediaan, perputaran piutang, dan perputaran kas. Sampel yang digunakan adalah data laporan keuangan tahunan PT Indosat, Tbk, PT XL Axiata, Tbk, dan PT Bakrie Telekom, Tbk selama 8 tahun (2007-2014). Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh hasil 0,353 disimpulkan perputaran modal kerja bersih tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh hasil 0,925 disimpulkan perputaran persediaan tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap laba bersih. Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh hasil 0,165 disimpulkan perputaran piutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh hasil 0,000 dapat disimpulkan bahwa perputaran kas berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

Muhammad Rizal (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Modal Usaha dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerajo Kedungpring Lamongan. Tujuan dari penelitian adalah menganalisis pengaruh variabel modal usaha (X1) dan penjualan (X2) terhadap laba usaha (Y). Diajukan hipotesis bahwa variabel modal usaha (X1) dan penjualan (X2) berpengaruh secara parsial dan simultan, serta diduga variabel penjualan (X2) berpengaruh paling dominan terhadap laba usaha. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa modal usaha dan penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba usaha, dan variabel penjualan (X2) berpengaruh paling dominan terhadap laba usaha UD. Sari Tani.

Gede dkk (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Penjualan dan Modal Sendiri Terhadap Laba Pada UD Aneka Jaya Motor di Singaraja Periode 2012-2014. Tujuan Penelitian adalah untuk memperoleh temuan empirik mengenai pengaruh penjualan dan modal sendiri terhadap laba pada UD Aneka Jaya Motor Singaraja. Hasil dari penelitian adalah menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan dari penjualan dan modal sendiri terhadap laba baik secara parsial maupun simultan.

Nurul widyawati (2014) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Laba Bersih Perusahaan Farmasi. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penjualan dan perputaran piutang secara parsial terhadap laba bersih perusahaan farmasi di bursa efek indonesia, serta pengaruh dominan penjualan dan perputaran piutang terhadap laba bersih perusahaan farmasi di bursa efek indonesia. Hasil dari penelitian adalah Variabel Penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia karena nilai $\text{sign } 0,000 < (\alpha) 0,05$. Variabel perputaran piutang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia karena nilai $\text{sign } 0,039 < (\alpha) 0,05$. Variabel Penjualan mempunyai pengaruh dominan terhadap laba bersih dengan nilai koefisien regresi tertinggi diantara variabel independen yang mempengaruhi variabel dependennya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	No Volume	Judul	Hasil Penelitian
1	Bunga Teratai (2013)	Vol 5 No. 2 297-308	Pengaruh Modal Kerja dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai probabilitas sig F sebesar $0,000 < 0,05$ artinya secara simultan variable modal kerja dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial variable modal kerja dan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih perusahaan food and

				beverages di bursa efek indonesia.
2	Limas Guntur Anggriono putra (2014)	Vol 3 No. 1	Pengaruh Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Laba Bersih Perusahaan Farmasi	Hasil Penelitian ini menunjukkan variable penjualan dan perputaran masing-masing berpengaruh terhadap laba bersih. Namun penjualan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap laba bersih dengan nilai koefisien regresi tertinggi diantara variable independen yang mempengaruhi variable dependennya.
3	Veronica Reimeinda,dkk (2016)	Vol 16 No. 3	Analisis Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas pada Industri Telekomunikasi di Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan :Perputaran modal kerja bersih tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.perputaran persediaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.perputaran piutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. perputaran kas berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

4	Gede , Wayan dkk (2016)	Vol 4 Tahun 2016	Pengaruh Penjualan dan Modal Sendiri Terhadap Laba Pada UD Aneka Jaya Motor di Singaraja Periode 2012-2014	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari penjualan dan modal sendiri terhadap laba baik secara parsial maupun simultan.
5	Mohamad Rizal Nur Irawan (2016)	Vol 1 No 2 Tahun 2016	Pengaruh Modal Usaha dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerjo Kedungpring Lamongan	Modal usaha dan penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba usaha, dan variable (X2), berpengaruh paling dominan terhadap laba usaha UD. Sari Tani

2.3 Kerangka pemikiran

Setiap perusahaan didirikan pada umunya bertujuan untuk memperoleh laba. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba, selama periode tertentu, dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan yang bersangkutan.

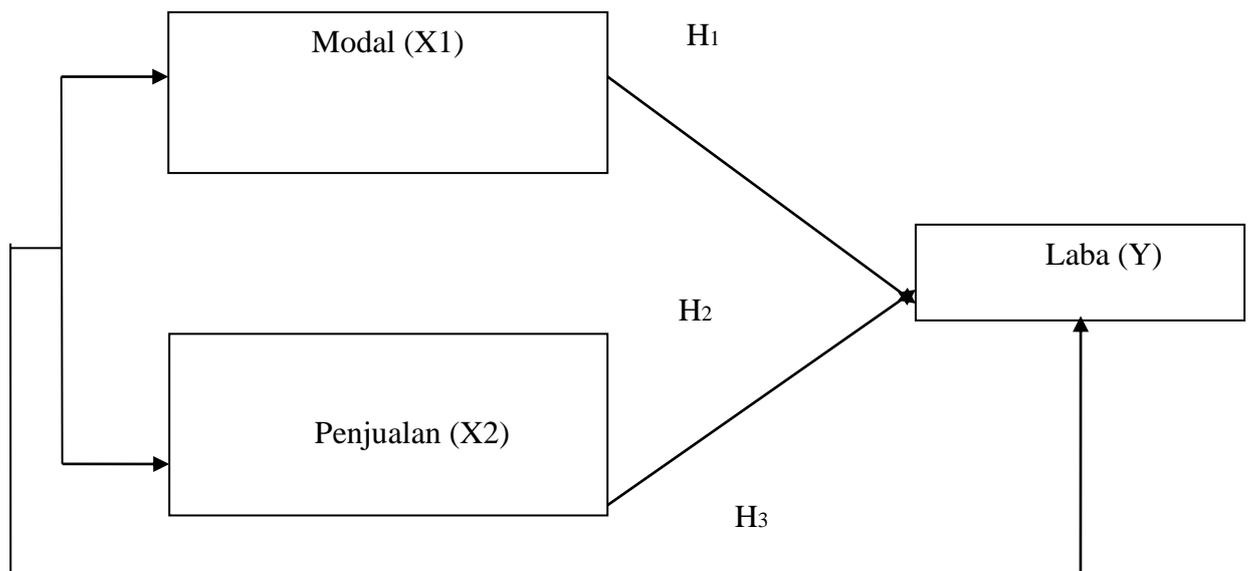
Menurut Sri Sulastyanto (2009:32), Ada beberapa cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan laba adalah:

1. Meningkatkan penjualan, baik volume penjualan maupun harga jualnya.

Hal ini dapat dimengerti karena laba adalah penjualan dikurangi biaya. jadi semakin banyak penjualan perusahaan maka semakin meningkat pula laba perusahaan; dengan asumsi biaya tidak berubah.

2. Menurunkan biaya

Berdasarkan uraian diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 ;Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan hipotesis penelitian bahwa:

- H₁ : Diduga terdapat pengaruh positif modal terhadap laba PT Intelindo Teknologi Indonesia.
- H₂ : Diduga terdapat pengaruh positif penjualan terhadap laba PT Intelindo Teknologi Indonesia .
- H₃ : Telah diduga secara bersama-sama terdapat pengaruh positif modal dan penjualan terhadap laba PT Intelindo Teknologi Indonesia.