

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada dasarnya setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang dagang, jasa maupun manufaktur memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memperoleh laba dan menjaga kesinambungan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan semakin berkembang pesat-Nya dunia usaha, maka persaingan antar perusahaan, khususnya antar perusahaan sejenis akan semakin ketat. Untuk menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan dalam persaingan dibutuhkan suatu pengelolaan sumber daya yang dilakukan oleh pihak manajemen dengan baik. Bagi pihak manajemen, harus mengkoordinasikan penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan secara efektif dan efisien. Secara umum, keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya seringkali didasarkan pada tingkat laba yang diperoleh. Akan tetapi laba yang besar belum tentu menjadi ukuran bahwa perusahaan tersebut telah bekerja secara efisien. Tingkat efisiensi baru diketahui dengan cara membandingkan laba yang didapat dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Menurut Amran (2018) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari usahanya. Disini permasalahannya adalah keefektifan manajemen dalam menggunakan baik total aktiva maupun aktiva bersih. Keefektifan dinilai dengan mengaitkan laba bersih terhadap aktiva yang digunakan

untuk menghasilkan laba.<sup>1</sup> Analisis profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, baik dalam hubungannya dengan pendapatan, asset, maupun modal sendiri. Jadi profitabilitas dapat dijadikan sebagai tolak ukur ataupun gambaran tentang efektivitas kinerja manajemen ditinjau dari keuntungan yang diperoleh dan dibandingkan dengan hasil pendapatan dan investasi. Profitabilitas memiliki pengaruh penting dalam menjalankan usaha karena dengan melihat seberapa besar profitabilitas, maka perusahaan dapat memprediksi apakah usaha yang dijalankan memiliki prospek yang bagus atau tidak dimasa yang akan datang. Baiknya prospek yang dimiliki perusahaan akan memberikan sinyal positif bagi para investor. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga perusahaan dapat memperluas usahanya, sedangkan jika profitabilitas rendah maka investor tentu akan menarik modal yang diinvestasikan dan memilih perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Kasmir (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas antara lain: margin laba bersih, perputaran total aktiva, laba bersih, penjualan, total aktiva, aktiva tetap, aktiva lancar, dan total biaya.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini, peneliti hanya membatasi beberapa faktor yang akan diteliti yang diduga berpengaruh terhadap profitabilitas antara lain penjualan.

Penjualan (*Sales*) merupakan suatu aktivitas atau bisnis menjual produk barang atau jasa. Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang sangat

---

<sup>1</sup> Amran dan Halomoan, **Analisa Laporan Keuangan**, Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen, (Medan: 2018), hal. 131

<sup>2</sup> Kasmir, **Analisis Laporan Keuangan**, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008, hal. 89

penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Penjualan bagi perusahaan sangatlah penting karena penjualan merupakan wadah pendapatan perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan hingga ke tangan konsumen. Penjualan memiliki peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. tidak bergantung pada keberhasilan penjualan saja, tetapi bisa dari kualitas dan strategi penjualan yang baik. Hal ini yang menjadikan kunci yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan agar dapat mendorong peningkatan penjualan. Dengan tingkat penjualan yang tinggi, perusahaan dapat meraih keuntungan yang optimal. Dimana keuntungan dan kepuasan pelanggan merupakan ukuran penilaian dari keberhasilan suatu perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan. Semakin tinggi penjualan bersih yang dilakukan perusahaan dapat mendorong semakin tingginya laba kotor yang mampu diperoleh, sehingga dapat mendorong semakin tingginya profitabilitas perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan ini memiliki pengaruh penting bagi profitabilitas, karena jika penjualan dikelola dengan baik maka perusahaan dapat meningkatkan efektivitas perusahaan secara optimal yang menyebabkan meningkatnya profitabilitas. Didukung dari penelitian Lina (2016) menemukan bahwa penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun tidak sejalan dengan penelitian Ade (2011-2015) menemukan bahwa secara parsial penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas. Tidak hanya penjualan yang berpengaruh terhadap profitabilitas, piutang tak tertagih juga berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini

didukung dengan penelitian Yusmalina (2020) menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas.

Piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pembeli atau pihak lain yang timbul akibat adanya suatu transaksi penjualan atau penyerahan barang atau jasa yang pembarannya tidak tunai atau secara kredit. Menurut Warren (2008), Istilah piutang (*Receivable*) meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya.<sup>3</sup> Dalam hal ini semakin besar piutang semakin besar pula kebutuhan dana yang ditanamkan pada piutang dan semakin besar piutang maka semakin besar pula resiko yang akan timbul, disamping itu akan memperkecil profitabilitas. Selain besarnya jumlah piutang yang dimiliki, kecepatan kembalinya piutang menjadi kas sangat menentukan besarnya profitabilitas perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan dengan segala kebijakannya terhadap penjualan kredit akan dapat meningkatkan pendapatan dan laba karena resiko *bad debt* dapat diatasi sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Penjualan yang ditimbulkan dari penjualan secara kredit ini akan menimbulkan keuntungan sekaligus kerugian bagi perusahaan. penerimaan atau keuntungan perusahaan akan meningkat karena penjualan meningkat, sedangkan kerugian yang diperoleh yaitu karena konsumen tidak mampu membayar atau melunasi piutang. Hal ini menimbulkan beban yang disebut sebagai beban piutang tak tertagih. Piutang tak tertagih timbul karena adanya penunggakan atau kredit

---

<sup>3</sup> Warren, **Pengantar Akuntansi**, Edisi Kedua Puluh Satu, Salemba Empat, Jakarta, 2008, hal. 356

macet. Piutang yang tidak dapat ditagih kemudian akan dicatat sebagai beban, semakin besar beban maka semakin besar nilai pengurangan pendapatan yang akan mengakibatkan semakin kecil laba yang dihasilkan. Piutang yang tidak dapat ditagih harus dihapuskan dari saldo piutang. Penghapusan piutang ini merupakan kerugian bagi perusahaan karena dapat mengurangi laba. Apabila hal ini dikaitkan dengan profitabilitas maka dapat menyebabkan penurunan terhadap laba, kemudian laba akan menyebabkan menurunnya profitabilitas. Hal ini didukung dengan penelitian Andika (2019) menemukan bahwa piutang tak tertagih berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Namun tidak sejalan dengan penelitian Iin (2020) menemukan bahwa piutang tak tertagih berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Alasan peneliti melakukan penelitian terhadap profitabilitas, penjualan dan piutang tak tertagih adalah sebagai berikut : pertama, bagi perusahaan pada umumnya masalah profitabilitas merupakan hal yang sangat penting disamping masalah laba, karena laba yang besar belum tentu merupakan suatu ukuran bahwa suatu perusahaan telah bekerja secara efisien. Efisien baru diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan modal atau kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, atau dengan kata lain ialah menghitung profitabilitas dan faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas itu sendiri.

Kedua, profitabilitas perusahaan menunjukkan pendapatan yang mampu dihasilkan oleh perusahaan dalam satu atau setiap periode. Pendapatan yang diperoleh setiap perusahaan akan sangat mempengaruhi kontinuitas setiap

perusahaan yang bersangkutan, tak terkecuali dengan perusahaan makanan dan minuman (perusahaan manufaktur). Ketiga, karena penulis menemukan masih adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu atau ketidakkonsistenan mengenai pengaruh antar variabel tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti hubungan antar variabel tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lina Andayani, et. al (2016) tentang Analisis Pengaruh Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada perusahaan perdagangan, jasa dan investasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel independen penelitian menggunakan piutang tak tertagih sebagai sebab, objek penelitian menggunakan perusahaan makanan dan minuman sebagai sampel, penelitian ini menggunakan data tahun 2017-2019.

Peneliti dalam penelitian ini memilih perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian, karena perusahaan makanan dan minuman adalah salah satu sektor dari perusahaan manufaktur yang dominan dalam Bursa Efek Indonesia. perusahaan makanan dan minuman memiliki pangsa pasar dan jumlah konsumen yang cukup besar di Indonesia. Pada umumnya perusahaan makan dan minuman memiliki aktivitas yang berfluktuatif atau berubah-ubah dibandingkan dengan perusahaan lainnya, karena perusahaan yang bergerak dalam sub sektor ini merupakan perusahaan yang menghasilkan barang siap untuk dikonsumsi oleh masyarakat setiap harinya. Sub sektor ini juga tahan terhadap krisis ekonomi.

Berdasarkan dengan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya **“PENGARUH PENJUALAN DAN PIUTANG TAK TERTAGIH TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2019”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019
2. Apakah piutang tak tertagih berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019
3. Apakah penjualan dan piutang tak tertagih berpengaruh terhadap pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019

## **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya untuk mengetahui pengaruh penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019 saja yang menjadi ruang lingkup penelitian. Dimana penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah

penjualan bersih dan piutang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah piutang dagang.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019
2. Untuk mengetahui pengaruh piutang tak tertagih terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019
3. Untuk mengetahui pengaruh penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



## 2. Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan juga sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan akhir.

## 3. Perusahaan

Hasil penelitian yang terbatas ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan perkembangan perusahaan untuk masa mendatang bagi perusahaan dalam mengelola modal kerjanya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Profitabilitas**

##### **2.1.1 Pengertian Profitabilitas**

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang oleh perusahaan. Menurut Edi Sutrisno: **“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya”**.<sup>4</sup>

Menurut Munawir mengemukakan :

**Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif. dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.**<sup>5</sup>

Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis,

---

<sup>4</sup> Edi Sutrisno, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Edisi pertama. (Jakarta: 2009), hal.16

<sup>5</sup> Munawir, **Analisis Laporan Keuangan**. Yogyakarta : Liberty, 2014, hal. 33

mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan. Menurut Simamora: “Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisa profitabilitas ini”.<sup>6</sup> Menurut Sofyan Syafri Harahap: “Profitabilitas menunjukkan keberhasilan suatu badan usaha dalam menghasilkan pengembalian (return) kepada pemiliknya”.<sup>7</sup> Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat menggunakan rasio profitabilitas. Menurut Kasmir: **“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”**.<sup>8</sup>

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa profitabilitas sangat penting bagi perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu dari keseluruhan operasi perusahaan dan merupakan sebagai alat ukur kinerja manajemen.

### 2.1.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Adapun tujuann dan manfaat rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2017) yaitu :

1. **Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;**
2. **Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;**
3. **Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;**
4. **Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;**

---

<sup>6</sup> Sinamora, **Akuntansi: Basis Pengambilan Keputusan**, Jakarta, 2000, hal.528

<sup>7</sup> Sofyan Syafri Harahap, **Analisis Kritis Laporan Keuangan**, Jakarta, 2010, hal. 190

<sup>8</sup> Kasmir, **Analisis Laporan Keuangan**, (Jakarta: 2017), hal.196

5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. Dan tujuan lainnya.<sup>9</sup>

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Manfaat lainnya.<sup>10</sup>

### 2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Menurut Munawir (2004), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan, yaitu:

1. **Jenis perusahaan.** profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan yang stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang-barang modal.
2. **Umur perusahaan,** sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.
3. **Skala perusahaan.** jika skala ekonomi perusahaan lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan.

---

<sup>9</sup> Ibid, hal.197-198

<sup>10</sup> Ibid, hal.198

4. **Harga produksi.** Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.
5. **Habitat bisnis.** Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (*habitual basis*) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil daripada *non habitual basis*.
6. **Produk yang dihasilkan.** perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.<sup>11</sup>

#### 2.1.4 Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas dapat diukur dengan berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau model mana yang akan diperbandingkan antara satu dengan yang lainnya. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian Yusmalina, et.al. (2020) dengan judul Pengaruh Penjualan dan Piutang Tak Tertagih Terhadap Profitabilitas Di PT. Batam Marine Indobahari Karimun Periode 2016-2018 yaitu rasio ROA (*Return On Asset*). Menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim : ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagikan laba bersih dengan total aktiva. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan juga meningkat yang artinya kinerja perusahaan semakin baik. Dan profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan formula menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim dikutip dari Veny Iswari (2018) :

---

<sup>11</sup> Munawir, **Analisis Laporan Keuangan**, Yogyakarta, 2004, hal. 83

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}^{12}$$

Sumber : Veny Iswari (2018)

## 2.2 Penjualan

### 2.2.1 Pengertian Penjualan

Secara umum defenisi penjualan adalah kegiatan jual beli yang dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah. Pada sebuah perusahaan terkhusus perusahaan yang bergerak dibidang usaha perdagangan maka penghasilan utama yang dihasilkan adalah berasal dari penjualan. Penjualan adalah suatu usaha untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan penjualan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan. Semakin besar penjualan maka semakin besarpula pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut. Menurut Winardi (2011) dikutip dari Putri Rizkyanti (2019:6) bahwa penjualan adalah proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.<sup>13</sup> Sedangkan Menurut Sofjan Assauri: **“Penjualan adalah**

---

<sup>12</sup> Veny Iswari, **Pengaruh Struktur Modal, Ukuran perusahaan, dan Rasio Aktivitas Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar d BEI**, Surabaya, 2018, hal.7

<sup>13</sup> Putri Rizkyanti, **Analisis Saluran Distribusi Untuk Meningkatkan Penjualan Teh Siiplan PT. Mannasatria Kusumajaya Perkasa di Kabupaten Bojonegoro**, other thesis, Universitas Bojonegoro, 2019, hal. 6

**kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”<sup>14</sup>**

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah proses dimana penjual menawar atau memasarkan suatu produk kepada konsumen sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen demi menguntungkan kedua pihak. Perusahaan melakukan penjualan untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan tersebut akan digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dimasa mendatang. Hal ini diharapkan agar kegiatan operasional perusahaan dapat terus berjalan untuk jangka waktu yang lama. Menurut Pirmatua Sirait: **“penjualan bersih (*net sales*) adalah harga penjualan barang atau jasa perusahaan kepada langganan pada saat penyerahan barang”**.

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Pengertian penjualan sangatlah luas dan ada para ahli mengemukakan tentang defenisi penjualan.

Menurut Swastha dalam Rogi dan Eka (2016:296) bahwa Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan”<sup>15</sup> Menurut Moekijat dalam Ulfa Zahara (2014:15) bahwa Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk

---

<sup>14</sup> Sofjan Assauri, **Manajemen Pemasaran**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hal. 5

<sup>15</sup> Rogi, Eka, **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan**, Jurnal Valuta, Vol. 2, No.2, 2016, hal. 296

agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak.<sup>16</sup> Sedangkan Menurut Himayati dalam Ulfa Zahara (2014:15) bahwa Penjualan adalah suatu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan dan merupakan suatu jantung dari suatu perusahaan, penjualan bisa dilakukan dengan jasa atau barang, secara tunai ataupun secara kredit.<sup>17</sup>

Dari penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi seseorang agar terjadi pembelian barang atau jasa yang ditawarkan, baik secara tunai maupun secara kredit berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak tanpa ada pihak yang dirugikan.

### 2.2.2 Jenis dan Bentuk Penjualan

Adapun beberapa jenis penjualan menurut Basu Swastha dalam Nafilla karina (2017) diantaranya adalah :

1. ***Trade Selling*** adalah penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Biasanya penjualan ini dilakukan oleh wiraniaga kepada grosir-grosir dengan tujuan untuk dijual kembali dan melibatkan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk baru.
2. ***Missionary Selling*** adalah wirausaha berusaha meningkatkan penjualan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
3. ***Technical Selling*** yaitu berusaha meningkatkan penjualan dengan pembelian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang

---

<sup>16</sup> Ulfa Zahara, Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Operasi Pada Pizza Hut Delivery (Studi Kasus : Pizza Hut Delivery Condet), Skripsi, Jakarta, 2014, hal. 15

<sup>17</sup> Loc,Cit



atau jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasanya dapat mengatasi masalah tersebut.

4. *New Businies Selling* merupakan berusaha membuka transaksi baru dengan mengubah calon pembeli menjadi pembeli. Seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
5. *Responsive Selling* ialah setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *Root driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan yang akan baik dan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus pada pembelian ulang.<sup>18</sup>

### 2.2.3 Metode Penjualan

Ada beberapa metode penjualan yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Penjualan Tunai adalah aktivitas penjualan produk perusahaan di mana pihak pembeli wajib menyerahkan uang ketika produk diserahkan penjualan kepada pembeli. Terkadang dalam transaksi penjualan tunai, pihak penjualan memberikan potongan tunai kepada pembeli sebagai imbalan atas kesediaan pihak pembeli membayar secara tunai.
2. Penjualan Kredit adalah transaksi penjualan di mana pembayar oleh pihak pembeli dilakukan tidak pada saat penyerahan produk, tetapi dilakukan beberapa waktu kemudian-sembinggu, dua minggu atau bahkan satu bulan kemudian dengan pembayaran seakligus.

---

<sup>18</sup> Nafilla Karina, **Pengaruh Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi BEI 2012-2016**, Batam, 2017, hal. 24-25

3. Penjualan Cicilan atau penjualan angsuran adalah metode penjualan di mana pembayarannya dilakukan secara bertahap dalam jangka waktu yang disepakati.

#### **2.2.4 Fungsi dan Tujuan Penjualan**

Fungsi–fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjualan untuk merealisasikan penjualan seperti :

1. Menciptakan permintaan
2. Mencari pembeli/pelanggan
3. Memberikan saran-saran
4. Memindahkan Hak Milik
5. Membicarakan syarat-syarat penjualan

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan yaitu mendapatkan laba tertentu dan mempertahankan atau berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Pada umumnya perusahaan mempunyai 3 (tiga) tujuan umum dalam penjualan yaitu :

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

### **2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan**

Menurut Basu Swastha dalam Rogi dan Eka (2016), bahwa kenyataanya dalam menjual barang atau jasa ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, antara lain :

#### **1. Kondisi dan Kemampuan Pasar**

**Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua belah pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat menyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan, untuk mencapai tujuan tersebut pihak penjuka harus memahami beberapa masalah yaitu :**

- a. Lokasi**
- b. Suasana toko**
- c. Cara Pembayaran**
- d. Promosi**

#### **2. Kondisi Pasar**

**Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dengan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjukaan perlu memperhatikan kondisi pasar sebagai berikut :**

- a. Jenis pasar itu sendiri, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjualan, pasar pemerintah, pasar internasional.**
- b. Jenis dan karakteristik barang**
- c. Harga produk**
- d. Kelengkapan barang**

#### **3. Modal**

**Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk melaksanakan maksudnya tersebut diperlukan sasaran usaha, seperti alat transportasi,tempat peragaan, biaya promosi dan sebagainya.**

**Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.**

#### **4. Kondisi Organisasi Perusahaan**

**Pada dasarnya perusahaan besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli dibidang penjualan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak selengkap perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ditangani langsung oleh pimpinan atau tidak diserahkan pada orang lain.<sup>19</sup>**

#### **2.2.6 Pengukuran Penjualan**

Pengukuran yang digunakan mengukur variabel penjualan yaitu dengan rasio TATO (*Total Assets Turnover*). Menurut Kasmir (2008,185) adalah rasio ini dipakai untuk menilai perputaran semua aktiva yang dimiliki sebuah perusahaan dan juga menilai berapa jumlah penjualan yang didapat dari setiap rupiah yang dihasilkan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Mariana dan Ratih (2014) dengan judul analisis hutang lancar dan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan (studi kasus PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT Mayora Indah Tbk).

Penjualan merupakan kekuatan yang dinamis yang penting dalam perusahaan, karena tanpa hasil penjualan barang atau jasa yang cukup maka perusahaan tidak akan berhasil untuk mencapai atau memperoleh laba yang maksimum. Dan penjualan dapat dihitung dengan menggunakan formula menurut Kasmir (2016) :

---

<sup>19</sup> Rogi, Eka, **Op.Cit**, hal. 293-294

$$\text{Total Assets Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}}^{20}$$

Sumber : Kasmir (2016)

## 2.3 Piutang Tak Tertagih

### 2.3.1 Pengertian Piutang

Piutang merupakan tagihan yang timbul dari penjualan barang atau jasa secara kredit. Secara umum piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap entitas lain sejumlah nilai pada saat transaksi.

K.R. Subramanyan dan Jhon J.Wild mengemukakan :

**Piutang (*Receivables*) merupakan nilai jatuh tempo yang berasal dari penjualan barang atau jasa, atau dari pemberian pinjaman uang. Piutang mencakup nilai jatuh tempo yang berasal dari aktivitas seperti sewa dan bunga.<sup>21</sup>**

Dari defenisi di atas piutang secara luas diartikan sebagai tagihan atas segala hak perusahaan baik berupa uang, barang, maupun jasa atas pihak ketiga setelah perusahaan melaksanakan kewajibannya. sedangkan dalam arti sempit piutang ialah tagihan yang dapat diselesaikan dengan diterimanya uang yang akan datang sesuai dengan tanggal jatuh temponya.

---

<sup>20</sup> Kasmir, **Analisis Laporan Keuangan**, Jakarta: Raja Graafindo Persada, 2016, hal. 286

<sup>21</sup> K.R. Subramanyan And Jhon. J. Wild, **Financial Statement Analysis**, 10thEdition, **Analisis Laporan Keuangan**, Alih Bahasa: Dewi Yanti, Buku Satu, Edisi Kesepuluh: Salemba Empat, Jakarta, 2014, hal.274

Menurut Al. Haryono Jusup mengemukakan :

**Piutang merupakan tagihan sipenjual kepada sipembeli sebesar nilai transaksi penjualan. Piutang juga timbul apabila perusahaan memberi pinjaman sejumlah uang kepada pihak lain.<sup>22</sup>**

Sedangkan menurut Jadongan Sijabat mengemukakan :

**Piutang (*Account Receivable*) merupakan hak atau tagihan perusahaan kepada pihak lain yang akan dimintakan pembayarannya atau pelunasannya bilamana telah sampai pada waktunya. Biasanya tagihan ini tidak dibuat dalam suatu perjanjian khusus sebagaimana diatur oleh peraturan-peraturan hukum yang berlaku sehingga kurang mempunyai kekuatan hukum, dan kurang terjamin pelunasannya, serta sukar diperjual belikan.<sup>23</sup>**

Piutang merupakan salah satu unsur dari aktiva lancar dalam neraca perusahaan yang timbul akibat adanya penjualan barang, jasa atau pemberian kredit terhadap debitur yang pembayaran pada umumnya diberikan dalam tempo 30 s/d 60 hari. Dalam kegiatan normal perusahaan, piutang usaha biasanya akan dilunasi dalam tempo kurang dari satu tahun, sehingga dapat dikelompokkan ke dalam klasifikasi sebagai asset lancar. Piutang Non-usaha adalah piutang yang terjadi bukan dari penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan.

Menurut Al. Haryono Jusup:

**Piutang tak tertagih adalah piutang yang dapat mendatangkan kerugian apabila debitur tidak mau atau tidak mampu melaksanakan kewajibannya.<sup>24</sup>**

---

<sup>22</sup> Al. Haryono Jusup, **Dasar-dasar Akuntansi**, Buku Dua, Edisi Ketujuh, Cetakan Kedua : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta, 2014, hal.71

<sup>23</sup> Jadongan Sijabat, **Akuntansi Keuangan Menengah 1 Berbasis PSAK**, Medan, 2016, Universitas HKBP Nommensen, hal. 62

<sup>24</sup> Al. Haryono Jusup, **Op.Cit** hal. 75.

Sedangkan Menurut Donald E.Keiso,*et.al*:

**Piutang tak tertagih adalah kerugian pendapatan yang memerlukan ayat jurnal yang tepat dalam akun, penurunan aktiva piutang usaha serta penurunan yang berkaitan dengan laba dan ekuitas pemegang saham. Kerugian pendapatan dan penurunan laba diakui dengan mencatat beban piutang ragu-ragu atau beban piutang tak tertagih.<sup>25</sup>**

Jadi peneliti menyimpulkan bahwa piutang tak tertagih merupakan suatu kerugian bagi perusahaan akibat sejumlah piutang yang tidak dilunasi oleh pihak debitur. Hal ini sangat mungkin terjadi, penyebabnya antara lain karena debitur yang tidak diketahui keberadaannya, tidak mau membayar utangnya, tidak mampu membayar atau dinyatakan bangkrut, dan sebagainya. Piutang ditentukan dua faktor utama, yaitu penjualan kredit dan rata-rata piutang. Rata-rata piutang dapat diperoleh dengan cara menjumlahkan piutang awal periode dengan piutang akhir periode dibagi dua. Adakalanya angka penjualan kredit untuk suatu periode tertentu tidak dapat diperoleh sehingga yang digunakan sebagai penjualan kredit adalah angka total penjualan.

### 2.3.2 Klasifikasi Piutang

Piutang dikelompokkan menjadi 3 macam, yaitu sebagai berikut :

1. Piutang Dagang (*Account Receivable*)

Piutang dagang adalah tagihan perusahaan kepada pelanggan sebagai akibat adanya penjualan barang atau jasa secara kredit, di mana tagihan tidak disertai

---

<sup>25</sup> Donald E. Kieso,*et.al*, **Intermediate Accounting**, 12th Edition, **Akuntansi Intermediate**, Alih Bahasa: Emil Salim, Buku Satu, Edisi Keduabelas: Erlangga, Jakarta, 2007, hal.350

surat perjanjian yang formal, akan tetapi karena adanya unsur kepercayaan dan kebijakan perusahaan.

## 2. Piutang Non Dagang

Piutang non dagang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain atau pihak ketiga yang timbul atau terjadi bukan karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Yang termasuk piutang non dagang adalah sebagai berikut :

- a. Piutang Biaya (Biaya dibayar dimuka)
- b. Piutang Penghasilan (Penghasilan yang masih harus diterima)
- c. Uang Muka Pembelian (Persekot)
- d. Piutang Lain-lain

## 3. Piutang Wesel (*Notes Receivable*)

Piutang wesel adalah tagihan perusahaan kepada pihak ketiga atau pihak lain yang menggunakan perjanjian secara tertulis dengan wesel atau promes. Perjanjian secara tertulis dimaksud agar piutang tersebut mempunyai kedudukan yang lebih kuat, jadi tidak hanya berdasarkan atas kepercayaan saja.

### 2.3.3 Pengakuan Kerugian Piutang

Adapun pengakuan terhadap kerugian piutang dapat dilakukan dengan 2 (dua) metode, menurut Jadongan sijabat yaitu :

#### 1. Metode penghapusan langsung (*direct method*)

**Dengan metode penghapusan langsung, piutang yang tak tertagih dicatat pada saat ditentukan bahwa suatu piutang tertentu**



dinyatakan tidak dapat ditagih dengan mendebet perkiraan kerugian piutang dan mengkredit perkiraan piutang dagang

## 2. Metode cadangan (penyisihan)

Dalam metode ini piutang yang tak tertagih dicatat pada periode penjualan kredit dilakukan sebesar jumlah yang ditaksir dengan mendebet perkiraan kerugian piutang dan mengkredit perkiraan cadangan (penyisihan) kerugian piutang.<sup>26</sup>

### 2.3.4 Kebijakan Penjualan Kredit

Kebijakan Penjualan Kredit terdiri dari empat variabel yaitu :

1. Periode kredit, yaitu jangka waktu yang diberikan kepada pembeli untuk membayar pembelian mereka.
2. Standar kredit, yaitu mengacu kepada kemampuan keuangan dari pelanggan yang dapat diterima.
3. Kebijakan penagihan, yaitu diukur dengan ketaatan atau kelonggaran yang diberikan perusahaan dalam menagih piutang yang lambat pembayarannya.
4. Diskon atau potongan yang diberikan untuk pembayaran yang lebih cepat, sebagai contoh syarat pembayaran 2/10, net/30 yang diartikan jika pembayaran dilakukan dalam jangka waktu 10 hari sesudah waktu penyerahan barang akan mendapatkan diskon atau potongan tunai sebesar 2% dari harga jual atau pembayaran yang dilakukan selambat-lambatnya dalam kurun waktu 30 hari tanpa mendapatkan potongan harga. Apabila dalam tempo waktu tersebut belum dilakukan

---

<sup>26</sup> Jadongan Sijabat, **Op. cit**, hal. 125

perlunasan atau pembayaran maka semakin besar jumlah investasi perusahaan dalam piutang.

### **2.3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besar Kecilnya Piutang**

Piutang tak tertagih yang dimiliki perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan jumlah penjualan kredit, sehingga didalam usaha pengendalian piutang yang dilakukan oleh perusahaan adalah melalui kebijakan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan terhadap hasil produksinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi piutang, yaitu sebagai berikut:

1. Volume penjualan kredit
2. Syarat pembayaran kredit
3. Ketentuan tentang pembatasan kredit
4. Kebijakan dalam penagihan piutang
5. Kebiasaan pembayaran pelanggan

### **2.3.6 Pengukuran Piutang Tak Tertagih**

Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel piutang tak tertagih pengukuran yang digunakan yaitu metode penyisihan. Dalam metode ini piutang yang tak tertagih dicatat pada akhir periode ketika perusahaan akan menyusun laporan keuangan untuk digunakan pada periode tersebut. Hal ini di dukung oleh penelitian Rizki A Pasaribu (2017) dengan judul pengaruh piutang tak tertagih dan perputaran piutang terhadap profitabilitas pada perusahaan pembiayaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2016.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian In S.M, dkk dengan judul Pengaruh Piutang Tak Tertagih Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pembiayaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan ini. Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan, yaitu piutang tak tertagih dan profitabilitas yang menjadi variabel terikat. Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder data kuantitatif, dimana datanya dalam berupa angka yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana, analisis product moment dan uji t. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa piutang tak tertagih berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan pembiayaan yang terdaftar di bursa efek indonesia. Piutang tak tertagih cukup memiliki risiko yang dapat menyebabkan terjadinya penurunan profitabilitas perusahaan, sehingga hal ini harus diperhatikan oleh setiap perusahaan agar dapat berhati-hati dalam mengelola piutang sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Yusmalina, dkk dengan judul Analisis Pengaruh Penjualan dan Piutang Tak Tertagih Terhadap Profitabilitas di PT. Batam Marine Indobahari Karimun periode 2016-2018, memiliki beberapa persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan, yaitu penjualan dan piutang tak tertagih serta profitabilitas yang menjadi variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis data yang dikumpulkan dengan pencatatan dokumen, dimana datanya diperoleh dari data laporan keuangan (neraca dan laba

rugi) dan dianalisis melalui bantuan teknologi komputer yaitu program aplikasi SPSS, maka disimpulkan dari penelitian ini adalah secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas.

Ade P.F dan Kevin D.N dengan judul Pengaruh Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman (BEI) periode 2011-2015), memiliki beberapa persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan, yaitu penjualan dan profitabilitas pada variabel terikat, serta perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI yang menjadi subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu laporan keuangan dan dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan secara simultan, penjualan berpengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan karena hasil dari penjualan digunakan untuk menambah aktiva lancar perusahaan, sehingga perusahaan perlu menurunkan tingkat penjualannya untuk meningkatkan profitabilitas.

Lina Andayani, et. al dengan judul pengaruh penjualan dan likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan perdagangan, jasa dan investasi di bursa efek indonesia tahun 2014, memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan, yaitu penjualan dan profitabilitas yang menjadi variabel terikat. Berdasarkan hasil

analisis data yang telah dikumpulkan dengan pencatatan dokumen, dimana datanya diperoleh dari data laporan keuangan (neraca dan laba rugi) dan dianalisis melalui bantuan teknologi komputer yaitu program aplikasi SPSS, maka disimpulkan dari penelitian ini adalah secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan penjualan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penjualan merupakan faktor yang efektif dalam meningkatkan profitabilitas.

Rizki A.P dengan judul pengaruh piutang tak tertagih dan perputaran piutang terhadap profitabilitas pada perusahaan pembiayaan yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2011-2016, memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan, yaitu piutang tak tertagih dan profitabilitas yang menjadi variabel terikat. Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder data kuantitatif, dimana datanya dalam berupa angka yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Data penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Untuk itu, disarankan kedepannya agar Perusahaan harus lebih teliti dalam pengambilan keputusan dan memilih konsumen, lebih mempertimbangkan lagi masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan terutama dalam masalah piutang agar tidak banyak menimbulkan piutang tak tertagih yang dapat menurunkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Andika P.N dan Safitri dengan judul pengaruh piutang tak tertagih terhadap profitabilitas pada cabang PT. Mino Perkasa Motor di Tanjung Balai Karimun tahun 2014-2016, Memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan, yaitu piutang tak tertagih dan profitabilitas yang menjadi variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikumpulkan melalui bantuan teknologi komputer yaitu program aplikasi SPSS, maka disimpulkan dari penelitian ini adalah secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa piutang tak tertagih merupakan faktor yang efektif dalam meningkatkan profitabilitas.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Iin Setiawati Munandar, et. al (2020)	Piutang Tak Tertagih (X)  Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piutang tak tertagih berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.</li> </ul>
2.	Yusmalina, et. al (2020)	Penjualan (X1) Piutang Tak Tertagih (X2) Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan berpengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Piutang tak tertagih berpengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Penjualan dan piutang tak tertagih berpengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.</li> </ul>
3.	Ade Pipit Fatmawati, Kevin Dwi Novianto (2016)	Penjualan (X1) Perputaran Piutang (X2) Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan dengan tanda negatif terhadap profitabilitas</li> </ul>

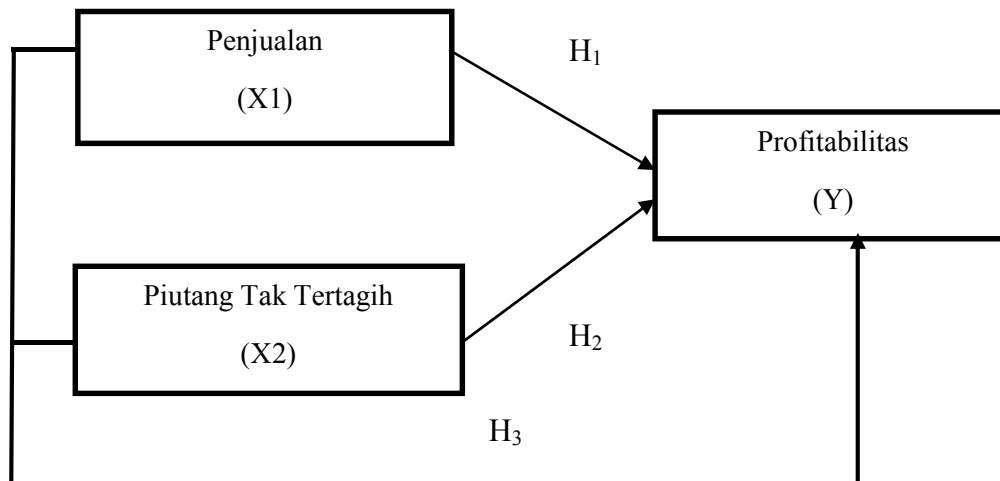
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan dan perputaran piutang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.</li> </ul>
4.	Lina Andayani, et. al (2016)	Penjualan (X1) Likuiditas (X2) Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Penjualan dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.</li> </ul>
5.	Rizki Ananda Pasaribu (2017)	Piutang Tak Tertagih (X1) Perputaran Piutang (X2) Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piutang tak tertagih berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>• Piutang tak tertagih dan perputaran piutang berpengaruh secara bersamaan terhadap profitabilitas.</li> </ul>
6.	Andika Prasetya Nugraha, Safitri (2019)	Piutang Tak Tertagih (X) Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piutang tak tertagih berpengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.</li> </ul>

## 2.5 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka teoritis akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah penjualan dan piutang tak tertagih. Sedangkan variabel dependen adalah profitabilitas.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



## 2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu gejala, peristiwa atau masalah yang masih perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan kerangka konseptual yang dibuat, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis alternatif untuk menguji pengaruh penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas adalah sebagai berikut :

### 2.6.1 Pengaruh Penjualan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat keuntungan perusahaan tersebut, karena tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya dan hal ini merupakan penentu keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan makanan dan minuman tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan



ujung tombak dari sebuah perusahaan. Menurut Buchari: **“Penjualan adalah mendapatkan seseorang untuk membeli salah satu produk dan jasa apakah dengan cara promosi atau secara langsung”**.<sup>27</sup>

Perusahaan yang meningkatkan penjualan dengan menggunakan asset mereka secara efisien serta mengarahkan pada penggunaan sumberdaya yang optimal dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut dapat mempertahankan posisi ekonomi dan kelangsungan hidupnya memberikan dampak positif terhadap profitabilitas suatu perusahaan. ketika jumlah barang yang dijual semakin besar, maka biaya rata-rata per-satuan produk akan semakin kecil sehingga profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan akan meningkat. Dengan demikian, penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan Lina (2014) dan Yusmalina, dkk (2020) menyatakan hasil penelitian bahwa penjualan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap profitabilitas. Penjualan dapat mempengaruhi profitabilitas apabila perusahaan mampu meningkatkan penjualan.

Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, maka hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019

---

<sup>27</sup> Buchari Alma, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, (Bandung: Alfabeta, 2002), Cet. Ke-4, Hlm 136.

### **2.6.2 Pengaruh Piutang Tak Tertagih Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan**

Menurut Andika P.N dan Safitri mengemukakan bahwa “**semakin besar piutang semakin besar pula biaya-biaya (*Carrying Cost*) yang dikeluarkan perusahaan**”.<sup>28</sup> Piutang timbul akibat adanya penjualan barang atau jasa secara kredit yang dilakukan pihak perusahaan kepada pelanggan atau konsumen. Semakin besarnya piutang yang diberikan maka semakin besar juga resiko yang harus diterima oleh perusahaan seperti halnya piutang tak tertagih. Piutang tak tertagih cukup memiliki resiko yang dapat menyebabkan terjadinya penurunan profitabilitas perusahaan, sehingga hal ini harus diperhatikan oleh setiap perusahaan agar dapat berhati-hati dalam mengelola piutang sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Berdasarkan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit tidak selamanya dapat menguntungkan perusahaan, apabila tidak adanya kebijakan kredit yang cermat dan sehat. Suatu perusahaan harus dapat mengendalikan kebijakan kredit, sehingga resiko piutang tak tertagih semakin kecil dan jumlah penjualan tetap meningkat dengan demikian profitabilitas perusahaan akan bertahan atau meningkat. Hal ini berarti peningkatan piutang tak tertagih secara tidak langsung dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas suatu perusahaan.

---

<sup>28</sup> Andika, Safitri, **Analisis Pengaruh Piutang Tak Tertagih Terhadap Profitabilitas Pada Cabang PT. Mino Perkasa Motor di Tanjung Balai Karimun**, Vol. 2 No.2, 2019, hal. 150

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki A.P (2011-2016) dan Andika P.N (2014-2016) menyatakan bahwa piutang tak tertagih berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap profitabilitas. Piutang tak tertagih dapat mempengaruhi profitabilitas apabila manajemen perusahaan mampu mengelolah piutang dengan baik.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Piutang tak tertagih berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019

### **2.6.3 Pengaruh Penjualan dan Piutang Tak Tertagih Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan**

Perusahaan dalam meningkatkan jumlah penjualan cenderung memberikan kredit bagi pelanggannya. Hal ini dilakukan hampir semua perusahaan untuk memperluas pasar dan sedapat mungkin menguasai pasar, yang pada awalnya bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dengan timbulnya piutang, mengharuskan perusahaan bekerja lebih optimal lagi, terlebih pada hal-hal yang berhubungan dengan pengendalian, pengumpulan dan penagihan piutang, agar kebijakan yang dijalankan tidak membuat perusahaan terganggu, terutama arus kasnya. Piutang merupakan elemen yang penting dalam meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan. Besar kecilnya piutang juga dipengaruhi oleh efektifitas pengendalian piutang yang diterapkan dan berkaitan dengan besar kecilnya piutang (modal yang tertanam dalam piutang), karena

pengendalian yang tidak efektif mengakibatkan piutang tak tertagih tepat waktu. Tingkat penagihan piutang yang tinggi akan membuat rata-rata pengumpulan piutang akan lebih cepat sehingga mengurangi resiko.

Untuk meningkatkan penjualan dan penagihan piutang, maka perusahaan harus mengendalikan penjualan kredit dengan kebijakan kredit yang cermat tetapi harus menguntungkan perusahaan, sehingga penjualan tetap meningkat sementara piutang tak tertagih tetap stabil atau resiko piutang tak tertagih bahkan lebih kecil, yang pada akhirnya akan mendorong tingginya profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusmalina, dkk (2016-2018) menyatakan bahwa penjualan dan piutang tak tertagih berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Untuk meningkatkan penjualan dan mempercepat penagihan piutang, maka perusahaan harus mengendalikan penjualan kredit dengan kebijakan kredit yang cermat dan sehat serta menguntungkan bagi perusahaan. Tetapi usaha untuk meningkatkan penjualan juga hendaknya tidak hanya bertumpu pada strategi kebijakan penjualan kredit semata, namun juga harus memperhatikan efisiensi dan efektivitas piutang itu sendiri.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Penjualan dan piutang tak tertagih secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Jenis hubungan ada yang bersifat simetris, kuasa atau sebab akibat, dan resiprokal atau timbal balik. Berdasarkan jenis datanya penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang memakai studi deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengambil, mengukur, serta menghitung data berupa angka kemudian mengubahnya ke dalam bentuk kuantitatif atau bersifat deskriptif.

Menurut Asep Hermawan dan Husna L Yusran :

**Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menyajikan suatu profil atau menjelaskan aspek-aspek yang relawan dengan suatu fenomena yang diteliti dari perpektif individual, organisasi, industri dan perspektif lainnya.<sup>29</sup>**

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah penelitian yang datanya dalam berupa angka yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.

---

<sup>29</sup>Asep, Husna, **Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif**, Edisi Pertama, Cetakan Kesatu: PT Desindo Putra Mandiri, Depok, 2017, hal. 54

Menurut Asep Hermawan dan Husna L Yusran :

**Data kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.**<sup>30</sup>

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi dari objek yang diteliti. Menurut Asep Hermawan dan Husna L Yusran: **“Data Sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain”**.<sup>31</sup> Data tersebut bersumber dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia yang diperoleh melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas dan kataristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Noor: **“Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian”**.<sup>32</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan perusahaan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019 yang berjumlah 30 perusahaan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populsainya. Menurut Sujoko Efferin, Stevanus H D, dan Yuliawati Tan:

---

<sup>30</sup> **Ibid**, hal. 5

<sup>31</sup> **Ibid**, hal. 115

<sup>32</sup> Juliansyah Noor, **Metodologi Penelitian, Edisi Pertama**, Cetakan kesatu: Prenadamedia, Jakarta, 2011, hal. 147

“Sampel adalah bagian dari populasi (elemen) yang memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai obyek penelitian”.<sup>33</sup>

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu metode penetapan sample dengan cara menentukan target dari elemen populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya. Menurut Noor: **“Purposive Sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel”**.<sup>34</sup> Tujuan dilakukan metode purposive sampling adalah untuk menghindari adanya ambiguitas yang disampaikan oleh informasi-informasi tersebut.

Dalam penentuannya ditetapkan kriteria sebagai berikut :

Adapun perusahaan-perusahaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan makanan dan minuman yang aktif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tidak keluar pada tahun 2017-2019
2. Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap dan diaudit selama tahun 2017-2019
3. Perusahaan-perusahaan tersebut menghasilkan laba yang positif tiap tahun selama periode 2017-2019

**Tabel 3.1**  
**Daftar Sampel Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Kriteria Sampel			Sampel
			1	2	3	
1	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food,Tbk	√	<b>X</b>	<b>X</b>	
2	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta, Tbk	√	√	<b>X</b>	

<sup>33</sup>Sujoko Efferin, dkk , **Metode Penelitian Akuntansi**, Edisi Pertama Cetakan Pertama, Yogyakarta, 2008, hal. 77

<sup>34</sup>Juliansyah Noor, **Op. cit**, hal. 148

3	CEKA	PT. Wilmar Indonesia, Tbk	√	√	√	1
4	DLTA	PT. Delta Djakarta, Tbk	√	√	√	2
5	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk	√	√	√	3
6	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk	√	√	√	4
7	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo, Tbk	√	√	√	5
8	SKBM	PT. Sekar Bumi, Tbk	√	√	√	6
9	SKLT	PT. Sekar Laut, Tbk	√	√	√	7
10	STTP	PT. Siantar Top, Tbk	√	√	√	8
11	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industri and Tradinggcompany, Tbk	√	√	√	9
12	PSDN	PT. Prashida Cakrawala Abadi, Tbk	√	√	<b>X</b>	
13	PCAR	Prima Cakrawala Abadi, Tbk	√	<b>X</b>	<b>X</b>	
14	CAMP	Campina Ice Cream Industry, Tbk	√	<b>X</b>	√	
15	CLEO	Sariguna Primatirta, Tbk	√	√	√	10
16	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada, Tbk	√	√	√	11
17	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk	√	<b>X</b>	√	
18	MYOR	PT. Mayora Indah, Tbk	√	<b>X</b>	√	
19	ADES	Akasha Wira International Tbk	√	√	√	12
20	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	√	<b>X</b>	<b>X</b>	
21	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	√	<b>X</b>	√	
22	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk	√	<b>X</b>	√	
23	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	√	√	√	13
24	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	√	√	√	14
25	IIKP	Inti Agri Resources Tbk	√	√	<b>X</b>	
26	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	√	<b>X</b>	√	
27	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	√	<b>X</b>	√	
28	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk	√	√	<b>X</b>	
29	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	√	√	√	15
30	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	√	√	<b>X</b>	
Total Sampel						15



Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.4 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Berdasarkan judul penelitian diatas, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Operasional untuk pengujian hipotesis yang dilakukan adalah :

1. Variabel Independen dalam bahasa indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel independen/bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen penelitian ini adalah penjualan dan piutang tak tertagih.

a. Penjualan Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel penjualan yaitu dengan rasio TATO (Total Assets Turnover). Hal ini didukung oleh penelitian Mariana dan Ratih (2014). Dan penjualan dapat dihitung dengan menggunakan formula menurut kasmir (2016) :

Rumus :

$$TATO = \frac{Sales}{Total Assets}$$

b. Piutang Tak Tertagih

Piutang tak tertagih adalah kerugian pendapatan yang memerlukan ayat jurnal yang tepat dalam akun, penurunan aktiva piutang usaha serta penurunan yang berkaitan dengan laba dan ekuitas pemegang saham. Kerugian pendapatan dan penurunan laba

diakui dengan mencatat beban piutang ragu-ragu atau beban piutang tak tertagih. Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel piutang tak tertagih penulis menggunakan metode penyisihan. Dalam metode ini piutang yang tak tertagih dicatat pada akhir periode ketika perusahaan akan menyusun laporan keuangan untuk digunakan pada periode tersebut. Hal ini di dukung oleh penelitian Rizki A Pasaribu (2017).

2. Variabel Dependen dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat.

Variabel Dependen/terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen adalah profitabilitas. “Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau model mana yang akan diperbandingkan antara satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rasio ROA (Return On Asset) dan hal ini didukung oleh penelitian Yusmalina, et. al (2020). Dan profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan formula menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim yang dikutip dari Veny Iswari (2018) :

Rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi	Pengukuran	Skala
Penjualan (X1)	“Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan”. Menurut Basu Swastha (2014)	$TATO = \frac{Sales}{Total Assets} \times 100$	Rasio
Piutang Tak Tertagih (X2)	“Piutang tak tertagih adalah kerugian pendapatan yang memerlukan ayat jurnal yang tepat dalam akun, penurunan aktiva piutang usaha serta penurunan yang berkaitan dengan laba dan ekuitas pemegang saham. Kerugian pendapatan dan penurunan laba diakui dengan mencatat beban piutang ragu-ragu atau beban piutang tak tertagih”. Menurut Donald keiso (2008)	METODE PENYISIHAN	Rasio
Profitabilitas (Y)	“Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri”. Menurut Sartono (2010)	$ROA = \frac{Laba Bersih Setelah Pajak}{Total Aktiva} \times 100$	Rasio

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan studi kepustakaan yang diuraikan sebagai berikut :

1. Studi Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber data seperti laporan keuangan perusahaan, yang menjadi sampel penelitian yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengumpulan data diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Untuk memperoleh data mengenai laporan keuangan dan laporan tahunan.

## 2. Studi Kepustakaan

Metode studi kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersifat teoritis mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode ini dilakukan untuk menunjang kelengkapan data menggunakan literatur pustaka seperti buku-buku literatur, skripsi, jurnal dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan penjualan, piutang tak tertagih dan profitabilitas.

### **3.6 Metode Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis kolerasi dan koefisien determinasi. Alasan peneliti menggunakan analisis tersebut karena analisis regresi berganda dan kolerasi digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan maksud bahwa dari hubungan tersebut dapat memprediksi besarnya dampak yang terjadi dari perubahan suatu kejadian terhadap kejadian lainnya. Analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan teknologi komputer yaitu program aplikasi SPSS.

#### **3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan penjelasan atau deskriptif mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan nilai standar deviasi dari variabel-variabel independen dan variabel dependen. Variabel penelitian terdiri dari penjualan dan piutang tak tertagih sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Statistik deskriptif didasarkan pada data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis.

### **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian Asumsi Klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala Normalitas, Multikolonieritas, Heteroskedastisitas dan gejala Autokolerasi.

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.

Data pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar disekitaran garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas,
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

#### **2. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas ini dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada kolerasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Cara untuk mengetahui apakah terjadi multikolonieritas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Apabila *tolerance value*  $> 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel bebas  $< 10$  maka dikatakan tidak terdapat gejala multikolonieritas dalam penelitian.
- b. Apabila *tolerance value*  $\leq 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel bebas  $\geq 10$  maka dikatakan terdapat gejala multikolonieritas dalam penelitian.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang atau disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat penyebaran dari varian pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokolerasi

Pengujian autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat kolerasi antara suatu periode sekarang (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Autokolerasi dalam model regresi berarti koefisien kolerasi yang diperoleh menjadi tidak akurat, sehingga model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokolerasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokolerasi adalah dengan pengujian *Durbin waston* dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokolerasi positif
- b. Jika angka D-W dibawah +2, berarti autokolerasi negatif
- c. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokolerasi.

### 3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda adalah suatu prosedur statistik dalam menganalisis hubungan antara variabel satu atau variabel Independen (X) terhadap variabel Dependen (Y). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan profitabilitas dipengaruhi oleh penjualan dan piutang

tak tertagih. Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Profitabilitas

$\alpha$  : Konstanta

X<sub>1</sub> : Penjualan

X<sub>2</sub> : Piutang Tak Tertagih

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi

e : *Error*

#### 3.6.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh penjualan dan piutang tak tertagih terhadap profitabilitas perusahaan. Adapun pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel-variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2005), uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y).

2. Uji F (Simultan)



Uji F pada dasarnya digunakan untuk penelitian agar dapat mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen atau variabel bebas terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2005), menyatakan bahwa Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Ketentuan penolakan dan penerimaan hipotesis dalam pengujian simultan ini adalah :

- a. Jika signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Ini berarti secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel independen (penjualan dan pitang tak tertagih) terhadap variabel dependen (profitabilitas) secara parsial atau untuk mencari pengaruh dominan diantara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana analisis ini dinyatakan oleh besaran kuadrat koefisien parsial atau dengan kata lain  $R^2 =$  koefisien determinasi parsial. Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) sampai 1 (satu).

Apabila nilai  $R^2$  yang mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat kemampuan variabel independen dalam model regresi dalam menerangkan variabel dependen. Sebaliknya

apabila nilai  $R^2$  yang mendekati 0 (nol) maka dapat dikatakan bahwa semakin lemah variabel independen dalam /menerangkan variabel dependen.