

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang terjadi disaat ini dan dampak yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19, berdampak banyak usaha rintisan terbentuk seperti toko atau ritel tradisional. Pertumbuhan toko-toko disekitar pajak horas sangat pesat karena tujuan untuk memperoleh laba.

Pengertian retailing menurut Kotler adalah Sebagai berikut : ***Retailing includes : Retailing includall the activities involved in selling goods or service directly tofinal consumer for their personal non business use.***¹ Kotler, 2012:532). Artinya, Ritel mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bisnis non bisnis. Berdasarkan pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa toko atau perdagangan eceran merupakan suatau usaha yang aktivitasnya menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir.

Agar penjualan tidak menurun, toko perlu memperhatikan persediaan barang dagang agar penjualan dapat stabil dan untuk meningkatkan penjualan seiring dengan permintaan konsumen yang meningkat. Selain memperhatikan persediaan toko, juga perlu memperhatikan permintaan pasar dan kualitas barang yang dijual serta harga jual barang persediaan.

¹ Kotler, **Dasar-Dasar Pemasaran**, Jilid 1, Jakarta, 2012, hal 532

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti toko-toko yang ada di sekitar Pajak Horas Pematangsiantar Sumatera Utara. Toko-toko yang dipajak ini adalah toko barang dagangan seperti toko pakaian, ulos, tas, aksesoris, perabotan, dan bahan pangan (seperti beras dan telur). Dalam penelitian ini, peneliti berfokus meneliti toko tradisional yang tidak melakukan penjualan dengan digital marketing (e-commerce).

Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian ini adalah akibat adanya permasalahan yang dihadapi di beberapa toko seperti minimnya manajemen persediaan barang dagang atau toko tidak mengetahui kapan harus memesan dan berapa banyak yang harus dipesan. Artinya terjadi persediaan barang dagang dalam kondisi stock kosong, hal tersebut terjadi akibat dari toko yang tidak memiliki manajemen persediaan seperti tidak menetapkan persediaan pengaman dan tidak menentukan reorder point pada persediaan, serta minimnya pengendalian persediaan menimbulkan permasalahan seperti kondisi persediaan barang yang rusak, tidak mengetahui stock persediaan dan kualitas produk.

Selain akibat permasalahan tersebut terdapat juga permasalahan lain yaitu minimnya tingkat perputaran persediaan dan lemahnya manajemen persediaan serta tidak adanya pencatatan persediaan barang dagangan yang berdampak kepada toko tidak dapat memprediksi kapan persediaan barang dagangan tersebut harus dijual, tidak dapat menentukan harga nilai barang dagangan dan berapa lama barang dagangan tersebut harus disimpan, akibatnya jika ada barang dagangan yang *overstock* dapat menambah biaya penyimpanan pada persediaan dan kejadian dari *overstock* ini seperti kondisi barang dagangan rusak dan bahkan harus dibuang

karena kerusakannya, hal ini berdampak pada kerugian pada toko. Kerugian ini berhubungan dengan profitabilitas toko-toko di sekitar pajak horas.

Seperti penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam manajemen persediaan, minimnya perputaran persediaan, tidak adanya pencatatan persediaan, serta tidak melampirkan laporan keuangan pada perusahaan dagang sehingga berdampak pada pelaku usaha kurang mengetahui kondisi dan pertumbuhan toko.

Profitabilitas adalah rasio dari efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang di hasilkan dari penjualan dan investasi. Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas penjualan yang dilakukan pada periode akuntansi. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri.

Pengaruh persediaan terhadap penjualan dapat dilihat dari segi jumlah persediaan barang yang dimiliki, kualitas produk, trend produk dan harga jualnya, sedangkan pengaruh dari persediaan untuk meningkatkan profitabilitas dapat dilihat dari perputaran persediaan dan kemampuan pelaku usaha untuk menutupi beban biaya pada persediaan. Karena Pada prinsipnya persediaan mempermudah dalam proses perolehan laba suatu usaha ritel atau toko. Karena persediaan merupakan salah satu investasi dalam aktivitas operasi penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas, dan karena minimnya peneliti lain menganalisis fenomena ini, sehingga penulis tertarik untuk membahas

“PENGARUH PERSEDIAAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS PADA TOKO-TOKO DISEKITAR PAJAK HORAS PEMATANGSIANTAR”

1.2 Rumusan Masalah

Dengan demikian masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persediaan barang dagangan berpengaruh terhadap penjualan di pasar tradisional disekitar Pajak Horas Pematangsiantar?
2. Apakah persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas di pasar tradisional disekitar Pajak Horas Pematangsiantar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persediaan berpengaruh untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas pada toko disekitar pajak Horas Pematangsiantar.

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi semua pihak, yaitu :

1. Bagi Pelaku Toko

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan agar dapat menetapkan manajemen persediaan dan melakukan pencatatan persediaan serta laporan keuangan untuk melihat kinerja penjualan dan mengetahui profit, karena dengan adanya pencatatan persediaan serta laporan keuangannya maka dapat diketahui permasalahan yang timbul sehingga pemilik toko dapat mengambil kebijakan untuk periode berikutnya berdasarkan laporan tersebut.

2. Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian dan masukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh persediaan untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas.

3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan khusus di bidang persediaan, penjualan dan profitabilitas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Toko (Ritel Eceran / Tradisional)

2.1.1 Defenisi Toko (ritel eceran)

Pada umumnya sebuah usaha atau toko dibentuk untuk memenuhi kebutuhan pemilik usaha dan untuk memperoleh laba atau keuntungan dari penjualan produk barang atau jasa kepada konsumen. Ditengah banyaknya rintisan usaha, kini usaha ritel tradisional semakin tinggi daya bersaingnya antar toko baik dari segi kualitas barang, pelayanan dan display produk.

Menurut Berman dan Evan penjualan eceran didefenisikan sebagai berikut:

Penjualan eceran adalah tingkat terakhir dari proses distribusi, yang didalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen.²

Menurut *Levy and Weitz Retail mix* didefenisikan sebagai berikut :

A retail mix is a set of discussions retailers make to satisfy customer needs and influence their purchase decisions. Elements in the retail mix include the type of promotional program, store design, merchandise display, assistance to customers provided by salespeople, and convenience of the store's location³.

² Berman dan Evan, **Manajemen Ritel**. Erlangga, Jakarta, 2007 hal 3

³ Levy and Weitz, **Retailing Management Information Center**. New York, 2012 hal 20

Ritel mix adalah seperangkat keputusan yang dilakukan oleh pengecer untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan mempengaruhi keputusan pembeli. Unsur dalam bauran ritel termaksud program promosi, desain toko, display barang, bantuan untuk pembeli oleh tenaga penjual, dan kenyamanan lokasi toko.

Dari definisi beberapa para ahli di atas peneliti dapat disimpulkan bahwa toko atau ritel eceran adalah suatu aktivitas yang kegiatan utamanya menjual berbagai produk dan jasa kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan mencoba memenuhi kesesuaian barang-barang yang dimiliki, harga dan kualitas barang yang dimiliki dengan tujuan untuk memperoleh laba.

2.2 Konsep Persediaan

2.2.1 Defenisi Persediaan

Persediaan pada umumnya merupakan barang-barang yang tersedia untuk dijual. Jika perusahaan itu berbentuk manufaktur maka persediaan digunakan untuk menghasilkan barang untuk dijual. Menurut Handoko Persediaan adalah: **“Persediaan (inventory) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya-sumber daya organisai yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan”**.⁴

Menurut Agus persediaan yaitu: **“persediaan dapat diartikan sebagai barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa yang akan datang”**.⁵

⁴ Handoko, **Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi**, Edisi pertama, BPFE, Yogyakarta, 2014, hal 333

⁵ Agus, **Maanajemen Persediaan**, Edisi 1. Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hal 1

Menurut Assauri persediaan adalah:

“sebagai suatu aktiva yang meliputi barang-barang yang merupakan milik perusahaan dengan sebuah maksud supaya dijual dalam suatu periode usaha normal ataupun persediaan barang-barang yang masih dalam pekerjaan sebuah proses produksi maupun persediaan bahan baku yang juga menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi”.⁶

Berdasarkan pengertian para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian persediaan adalah sebagai suatu aktiva yang meliputi barang-barang yang disimpan untuk digunakan pada masa atau periode yang akan datang, misalnya untuk digunakan dalam proses produksi atau perakitan, untuk dijual kembali, dan untuk penggunaannya dalam suatu proses produksi.

2.2.2 Jenis-jenis Persediaan

Menurut jenis usaha perusahaan, persediaan menurut Soemarso SR. (2003:412) jenis persediaan dapat dibedakan sebagai berikut:

Perusahaan perdagangan jenis usaha ini melakukan pembelian dan kemudian menjual kembali barang-barang tanpa mengadakan perubahan-perubahan yang prinsipal terhadap barang-barang yang diperjual belikan tersebut. Oleh sebab itu barang-barang yang digunakan untuk menjalankan usaha digolongkan sebagai barang dagang.

Menurut Hermantono bagi perusahaan dagang yang dalam usahnya adalah membeli dan menjual kembali barang-barang, pada umumnya persediaan yang dimiliki adalah:

- 1. persediaan barang dagang, untuk menyatakan barang-barang yang dimiliki dengan tujuan akan dijual kembali dimasa yang akan datang.**

⁶ Assauri, **Manajemen Produksi dan Operasi**, Edisi revisi. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI

2. **pembungkus lainnya. Barang-barang ini biasanya akan dipakai dalam jangka waktu relative pendek dan akan dibebebankan sebagai biaya administrative dan umum atau biaya pemasaran⁷.**

Menurut Sofjan Assauri jenis- jenis persediaan berdasarkan fungsinya dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. **Fluctuation Stock**
2. **Anticipation Stock**
3. **Batch Stock atau Los Size Inventory⁸**

Berdasarkan Fungsi-fungsi persediaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fluctuation Stock, merupakan persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi permintaan konsumen yang tidak dapat diramalkan. Dalam hal ini perusahaan mengadakan persediaan untuk dapat memenuhi permintaan konsumen, apabila tingkat permintaan menunjukkan keadaan yang tidak beraturan tahu tidak tetap dan fluktuasi permintaan tidak dapat diramalkan terlebih dahulu. Jadi apabila fluktuasi permintaan sangat besar maka persediaan yang dibutuhkan sangat besar pula guna menjaga kemungkinan turunya permintaan.
2. Anticipation Stock, Yaitu persediaan yang diadakan untuk menghadapi fluktuasi persediaan yang dapat diramalkan, berdasarkan pola musiman yang terdapat dalam satu tahun dan untuk menghadapi penggunaan atau

⁷ Harmono. 2009. Manajemen Keuangan, Pendekatan Teori Khusus. Jakarta: Bumi Aksara.

⁸ Sofjan Assauri, **Manajemen Produksi dan Operasi**, Jakarta, 2008, hal 170

penjualan/permintaan yang meningkat. Disamping itu anticipation stock dimaksudkan untuk menjaga kemungkinan sukar diperolehnya bahan-bahan/barang-barang untuk persediaan sehingga tidak mengganggu kelancaran produksi. Yang tidak termasuk dalam klasifikasi persediaan yaitu bahan penolong lainnya yang tidak digunakan dalam proses produksi, tetapi digunakan untuk kegiatan penjualan atau keperluan administrasi

3. Batch Stock atau Los size Inventory, merupakan persediaan yang diadakan karena kita membeli atau membuat bahan-bahan atau barang dalam jumlah yang lebih besar daripada jumlah yang dibutuhkan. Perlu kita ketahui bahwa relatif lebih menguntungkan apabila kita melakukan pembelian dalam jumlah besar, karena kemungkinan untuk mendapatkan potongan harga pembelian, biaya pengangkutan perunit menjadi lebih murah dan penghematan biaya-biaya lainnya yang mungkin diperoleh.

2.2.3 Tujuan Persediaan

Menurut Sunyoto, ada beberapa tujuan persediaan di antaranya;

1. Menghilangkan pengaruh ketidakpastian.
2. Memberi waktu luang untuk penjualan dan pembelian.
3. Untuk mengantisipasi perubahan pada permintaan dan penawaran.
4. Menghilangkan atau mengurangi risiko keterlambatan pengiriman bahan dan persediaan produk.
5. Menyesuaikan dengan jadwal produksi.
6. Menghilangkan atau mengurangi risiko kenaikan harga
7. Menjaga persediaan bahan yang dihasilkan secara musiman.
8. Mengantisipasi permintaan yang dapat diramalkan.
9. Mendapatkan keuntungan dari quantity discount.

10. **Komitmen terhadap pelanggan.**⁹

Pada prinsipnya semua usaha dagang memiliki persediaan barang dagang untuk kelangsungan aktivitas penjualan pada toko.

2.2.4 **Faktor-faktor Persediaan**

Menurut Faktor-faktor persediaan adalah sebagai berikut:

1. **Faktor waktu**

2. **Faktor ketidakpastian waktu**

3. **Faktor ketidakpastian**

4. **Faktor ekonomis**¹⁰

1. Faktor waktu, menyangkut lamanya proses produksi dan distribusi barang jadi sampai kepada konsumen. Waktu diperlukan untuk membuat skedul produksi, memotong bahan baku, pengiriman bahan baku, pengawasan bahan baku, produksi, dan pengiriman barang jadi ke pedagang besar atau konsumen. Persediaan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan selama waktu tunggu (lead time).
2. Faktor ketidakpastian waktu datang dari supplier menyebabkan perusahaan memerlukan persediaan, agar tidak menghambat proses produksi maupun keterlambatan pengiriman kepada konsumen. Persediaan bahan baku terkait pada supplier, persediaan barang dalam proses terkait pada departemen produksi dan persediaan barang jadi

⁹ Sunyanto, Manajemen Pemasaran, Buku Seru, Yogyakarta, 2012, hal.15

¹⁰ Yamit, "ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DAGING DAN AYAM DENGAN MENGGUNAKAN METODE ECONOMIC ORDER QUANTITY (EOQ) PADA RESTORAN STEAK RANJANG BANDUNG" *e-Proceeding of Management* : Vol.1, No.3 2014, hal 2

terkait pada konsumen. Ketidakpastian waktu datang mengharuskan perusahaan membuat skedul operasi lebih teliti pada setiap level.

3. Faktor ketidakpastian penggunaan dari dalam perusahaan disebabkan oleh kesalahan dalam peramalan permintaan, kerusakan mesin, keterlambatan operasi, bahan cacat, dan berbagai kondisi lainnya. Persediaan dilakukan untuk mengantisipasi ketidaktepatan peramalan maupun akibat lainnya tersebut.
4. Faktor ekonomis adalah adanya keinginan perusahaan untuk mendapatkan alternatif biaya rendah dalam memproduksi atau membeli item dengan menentukan jumlah yang paling ekonomis. Pembelian dalam jumlah besar memungkinkan perusahaan mendapatkan potongan harga yang dapat menurunkan biaya. Selain itu, pemesanan dalam jumlah besar dapat pula menurunkan biaya karena biaya transportasi per unit menjadi lebih rendah. Persediaan diperlukan untuk menjaga stabilitas produksi dan fluktuasi bisnis.

2.3 Biaya Persediaan

Biaya Persediaan Herjanto dalam Tamodia (2013) menyatakan bahwa dalam setiap penentuan pemesanan barang yang akan mempengaruhi besarnya jumlah persediaan, biaya-biaya variabel berikut ini harus dipertimbangkan antara lain:

1. Biaya penyimpanan adalah biaya yang dikeluarkan berkenaan dengan diadakannya persediaan barang. Biaya penyimpanan dapat dinyatakan dalam dua

bentuk yaitu persentase dari unit harga/nilai barang, dan dalam bentuk rupiah per unit barang, dalam periode waktu tertentu.

2. Biaya modal biasanya merupakan komponen biaya penyimpanan yang terbesar, baik berupa biaya bunga jika modalnya berasal dari pinjaman maupun biaya oportunitas apabila modalnya milik sendiri.

3. Biaya pemesanan (pembelian), merupakan biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan kegiatan pemesanan bahan/barang, sejak dari penempatan pemesanan sampai tersedianya barang di gudang. Setiap kali suatu bahan dipesan, organisasi menanggung biaya pemesanan (order costs atau procurement costs).

4. Biaya kekurangan persediaan (shortage costs, stockout cost) adalah biaya yang timbul sebagai akibat tidak tersedianya barang pada waktu diperlukan. Biaya kekurangan persediaan ini pada dasarnya bukan biaya nyata (riil), melainkan berupa biaya kehilangan kesempatan. Dalam perusahaan manufaktur, biaya ini merupakan biaya kesempatan yang timbul misalnya karena terhentinya proses produksi sebagai akibat tidak adanya bahan yang diproses, yang antara lain meliputi biaya kehilangan waktu produksi bagi mesin dan karyawan.

2.4 Manajemen persediaan

Manajemen persediaan merupakan bagian yang harus ada dalam toko atau perusahaan saat ini. Sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan manajemen persediaan karena hal tersebut sejalan dengan tujuan manajemen operasi yaitu untuk meminimalkan total biaya dan memaksimalkan tingkat pelayanan pada pelanggan dengan menyediakan barang atau jasa yang bermutu baik. Segala aktivitas manajemen persediaan mencakup berbagai pengelolaan, perencanaan,

pengkoordinasian dan pengendalian atau pengawasan yang dilakukan perusahaan terhadap persediaan.

Definisi manajemen persediaan menurut Rusdiana sebagai berikut:

“Suatu sistem manajemen yang dilakukan dengan merancang, mengeksekusi dan mengevaluasi persediaan terkait dengan beberapa hal seperti:

- 1. Waktu pemesanan kembali yang harus dilakukan.**
- 2. Jumlah item yang harus dipesan.**
- 3. Rata-rata level persediaan yang harus dijaga”¹¹**

Sedangkan definisi manajemen persediaan menurut Irham Fahmi adalah **“Kemampuan suatu perusahaan dalam mengatur dan mengelola setiap kebutuhan barang baik barang mentah, barang setengah jadi, dan barang jadi agar tersedia baik dalam kondisi pasar yang stabil dan berfluktuasi”¹².**

Inti dari pengertian manajemen persediaan berdasarkan pendapat para ahli di atas yaitu manajemen persediaan merupakan suatu aktivitas perkiraan dan pengisian kembali persediaan yang difokuskan pada kapan memesan persediaan, berapa banyak untuk dipesan sehingga perusahaan dapat menjaga persediaannya agar tetap seimbang kuantitasnya dengan permintaan pelanggan serta meningkatkan efisiensi dalam total biaya persediaan yang harus dikeluarkan.

Sebagai salah satu aset penting dalam perusahaan, perencanaan dan pengendalian persediaan merupakan kegiatan penting yang mendapat perhatian khusus dari manajemen persediaan. Perlu adanya pengaturan terhadap jumlah

¹¹ Rusdiana., Manajemen Operasi., Penerbit Pustaka Setia, Bandung, 2014 hal 377

¹² Irham Fahmi., 2016., Manajemen Produksi dan Operasi, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2016 hal 109

persediaan, baik bahan mentah, bahan setengah jadi dan barang jadi sehingga kebutuhan proses produksi dan kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi.

2.5 Economic Order Quantity (EOQ)

Metode Economic Order Quantity (EOQ) dapat digunakan untuk membantu menentukan persediaan yang efisien. Menurut Syamsuddin model EOQ adalah:

“Model EOQ ini tidak hanya menentukan jumlah pemesanan yang optimal tetapi yang lebih penting lagi adalah menyangkut aspek finansial dari keputusan-keputusan tentang kuantitas pemesanan tersebut”.¹³

Sedangkan menurut Heizer dan Render, EOQ adalah:

“Salah satu teknik pengendalian persediaan yang paling tua dan terkenal secara luas, metode pengendalian persediaan ini menjawab 2 (dua) pertanyaan penting, yaitu:

- 1. Kapan harus memesan dan**
- 2. Berapa banyak harus dipesan”.**¹⁴

Selain itu metode EOQ bertujuan untuk menentukan jumlah dan frekuensi pembelian yang optimal. Melalui penentuan jumlah dan frekuensi pembelian yang optimal maka akan didapatkan pengendalian persediaan yang optimal. Model kuantitas pemesanan ekonomis ini merupakan model yang umum digunakan sebagai teknik pengendalian inventory. Teknik ini secara relatif mudah digunakan, akan tetapi penerapannya harus didasarkan pada beberapa asumsi, (Assauri, 2016:230) yaitu :

- a. Permintaan akan suatu item telah diketahui jumlah unitnya dan bersifat konstan, dan permintaan ini adalah independen atas permintaan untuk item-item yang lain.**

¹³ Syamsuddin, Manajemen Keuangan Perusahaan (Teori dan Praktik), Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hal.29

¹⁴ Heizer dan Render, **Manajemen Operasi**, edisi kesembilan, 2010, hal.92

- b. Waktu antara pesanan dan datangnya barang, atau lead time adalah tetap.**
- c. Penerimaan inventory adalah seketika dan lengkap, dengan kata lain inventory dari satu pesanan datang dalam batch satu waktu.**
- d. Diskon kuantitas tidak mungkin atau tidak ada.**
- e. Hanya ada biaya variabel, yaitu biaya penempatan pesanan (yang terdiri dari biaya penyiapan dan biaya pemesanan), dan biaya memegang stok atau biaya penyimpanan (yaitu holding atau carrying cost).**
- f. Kekurangan stok atau tidak tersedianya inventory dapat dihindari, jika pesanan dilakukan tepat waktu.**

Dalam penentuan atau pemecahan jumlah pesanan yang ekonomis ini dapat

dilakukan dengan 3 cara menurut Assauri yaitu:

1. Tabular Approach

2. Dengan menggunakan rumus (Formula Approach)

3. Graphical Approach¹⁵

1. Tabular Approach

Penentuan jumlah pesanan yang ekonomis dengan tabular approach dilakukan dengan cara menyusun suatu daftar atau tabel jumlah pesanan dan jumlah biaya per tahun. Jumlah Pesanan yang mengandung jumlah biaya terkecil merupakan jumlah pesanan ekonomis.

2. Dengan menggunakan rumus (Formula Approach)

Cara penentuan jumlah pesanan ekonomis dengan menurunkan di dalam rumus-rumus matematika dapat dilakukan dengan memperhatikan bahwa jumlah biaya persediaan yang minimum.

Perhitungan (Economic Order Quantity) EOQ dapat dihitung dengan rumus

Irham Fahmi, sebagai berikut:

¹⁵ Assauri, *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kedelai Pabrik Tahu Makassar Usaha Bapak Miswan*, UMMM, 2018, hal.30

$$EOQ = \sqrt{\frac{D \cdot (OC)}{CC}}$$

Keterangan:

EOQ = Jumlah optimal barang per pemesanan

D = Permintaan tahunan barang persediaan dalam unit (Demand)

OC = Biaya Pemesanan (Ordering Cost)

CC = Biaya penyimpanan (Carrying Cost)

Q = Jumlah barang yang optimal pada setiap pemesanan (EOQ)

Untuk dapat menghitung berapa kali perusahaan dapat melakukan pembelian dalam setahun, maka diperlukan adanya perhitungan frekuensi dalam persediaan, dapat dihitung dengan rumus tersebut.¹⁶

Perhitungan untuk menghitung jumlah persediaan menurut Heizer Dan

Render dalam Michel C. Tuerah, rumus adalah sebagai berikut :

$$\text{Jumlah pesanan yang diperkirakan} = \frac{D}{Q} \text{ }^{17}$$

Perhitungan untuk menghitung biaya pemesanan tahunan menurut Heizer

dan Render, rumus biaya pemesanan adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya pemesanan} = \frac{D}{Q} \times OC$$

Perhitungan untuk menghitung biaya penyimpanan tahunan menurut Heizer

dan Render rumus biaya penyimpanan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya penyimpanan} = \frac{Q}{2} \times CC \text{ }^{18}$$

Perhitungan untuk menghitung persediaan rata-rata tahunan menurut Heizer

Dan Render dalam Michel C. Tuerah, rumus adalah sebagai berikut :

$$\text{Persediaan rata-rata} = \frac{Q}{2} \text{ }^{19}$$

3. Graphical Approach

¹⁶ Irham Fahmi, *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kedelai Pabrik Tahu Makassar Usaha Bapak Miswan*, UMMM, 2018, hal.31

¹⁷ Heizer Dan Render. Loc.cit. *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kedelai Pabrik Tahu Makassar Usaha Bapak Miswan*.

¹⁸ Heizer dan Render. Loc.Cit.

¹⁹ Heizer Dan Render dalam Michel C. Tuerah. Op.Cit. hal.32

Penentuan jumlah pesanan ekonomis dengan graphical approach, dilakukan dengan cara menggambarkan grafik-grafik carrying cost, ordering cost dalam satu gambar, dimana sumbu horizontal jumlah pesanan (order) pertahun, dan sumbu vertikal besarnya biaya dari ordering cost, carrying cost dan total cost.

2.6 Persediaan Pengaman (Safety Stock)

2.6.1 pengertian Persediaan Pengaman (Safety Stock)

Untuk memesan suatu barang sampai barang itu datanxg, diperlukan hajangka waktu yang bervariasi dari beberapa hari sampai beberapa bulan. Perbedaan waktu antara saat memesan sampai saat barang datang dikenal dengan istilah waktu tenggang (lead time). Waktu tenggang sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dari barang itu sendiri dan jarak lokasi antara pembeli dan pemasok berada. Maka dari itu safety stock sangat diperlukan.

Menurut Hansen dan Mowen, safety stock adalah persediaan ekstra dilakukan untuk melayani asuransi terhadap fluktuasi permintaan.²⁰ Rumus yang digunakan dalam melakukan perhitungan jumlah persediaan antisipasi, yaitu:

$$SS = (\text{Maximum Usage} - \text{Average Usage}) \times \text{Lead Time}$$

Keterangan:

SS = Jumlah persediaan antisipasi (unit)

²⁰ Hansen dan Mowen. Skripsi: *Analisis persediaan Barang dagang Menggunakan Metode EOQ Pada PT. Mulia Prima Sentosa*.UMA. 2018. Hal. 24

Maximum Usage = Penggunaan unit maximal

Average = Penggunaan rata-rata unit per bulan (unit)

Lead Time = Waktu yang dibutuhkan untuk menerima pesanan
(bulan)

2.7 Konsep Pemesanan Kembali (Reorder Point)

2.7.1 Pengertian Pemesanan Kembali (Reorder Point)

Pemesanan kembali (*reorder point*) adalah pemesanan yang dilakukan kembali sehingga penerimaan bahan yang dipesan tepat pada waktunya.

Menurut Heizer, Render *reorder point*, adalah **“Tingkat pemesanan kembali (reorder point / ROP) adalah suatu titik atau batas dari jumlah persediaan yang ada pada suatu saat dimana pemesanan harus diadakan kembali”**.²¹

Cara menghitung titik pemesanan kembali (*reorder point*) sebagai berikut :

$$ROP = (LT \times AU) + SS$$

Keterangan:

ROP = Titik pemesanan kembali

LT = Waktu tenggang

AU = Pemakaian rata-rata dalam satuan waktu tertentu

²¹ Heizer, Render. LOC.Cit. “ANALISIS PERSEDIAAN BARANG DAGANG MENGGUNAKAN METODE EOQ (ECONOMIC ORDER QUANTITY) PADA PT. MULIA PRIMA SENTOSA”. Hal. 25

SS = Persediaan Pengaman

Menurut Slamet (2007:71), adapun faktor yang mempengaruhi titik pemesanan kembali (reorder point) adalah sebagai berikut:

1. Lead Time, yaitu jangka waktu yang diperlukan sejak dilakukan pemesanan sampai saat datang barang yang dipesan.
2. Stock Out Cost, yaitu biaya-biaya yang terpaksa dikeluarkan karena keterlambatan datangnya barang yang dipesan.
3. Extra Craying Cost, yaitu biaya-biaya yang terpaksa dikeluarkan karena barang yang dipesan datang terlalu awal.

2.8 Pengendalian Persediaan

Pengendalian persediaan usaha dagang merupakan kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan dan kualitas pada persediaan. Jika usaha dagang tidak melakukan pengendalian persediaan maka toko akan mengalami kesulitan dalam menentukan persediaan yang tepat.

Pengertian pengendalian persediaan menurut Eddy Herjanto (2015) adalah:

“Serangkaian kebijakan dalam melakukan pengendalian dengan cara menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga sehingga perusahaan mendapatkan persediaan dalam jumlah yang tepat dan pada waktu yang tepat.”²²

Pengertian pengendalian persediaan menurut Rusdiana (2014) menyatakan

“Pengendalian persediaan merupakan aktivitas mempertahankan jumlah persediaan pada tingkat yang dihendaki”²³

²² Eddy Herjantono, **Manajemen Operasi**, edisi Revisi. 2015. Hal 237

²³ Rusdiana, **Manajemen Operasi**, penerbit Pustaka Setia, 2014. Hal. 381

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa pengendalian persediaan merupakan suatu cara untuk menentukan tingkat persediaan pada jumlah yang seharusnya serta kualitas barang sehingga menyebabkan terjadinya keseimbangan antara persediaan dengan tingkat permintaan barang.

Oleh sebab itu toko harus dapat mengetahui dan mampu mempertahankan persediaan dengan jumlah serta mutu yang baik dan dapat menjamin kebutuhan bagi kelancaran kegiatan penjualan kepada konsumen pada usaha dagang.

Bagian yang harus ada untuk mendukung pengendalian yang baik atas persediaan adalah

1. Perhitungan persediaan secara fisik
2. Menyimpan persediaan dengan baik
3. Membatasi akses persediaan dengan baik
4. Menggunakan sistem perpetual membeli persediaan dalam jangka yang ekonomis
5. Menyampaikan persediaan yang cukup banyak
6. Tidak menyimpan persediaan terlalu banyak

Pengendalian persediaan merupakan bukan hal yang mudah, sebab jumlah persediaan yang terlalu besar dapat mengakibatkan timbulnya investasi dalam bidang persediaan yang terlalu besar, dan berisiko terjadinya kerusakan barang. Tetapi apabila persediaan terlalu sedikit dapat mengakibatkan terjadinya kekurangan persediaan barang dagang sedangkan persediaan yang kosong tidak dapat melakukan aktivitas operasi usaha dagang dalam melakukan penjualan.

Pengendalian persediaan dapat dicapai melalui organisasi fungsional pelimpahan tanggungjawab, dan adanya bukti-bukti dokumenter yang diperoleh dalam berbagai tahapan operasi. Tahap-tahap ini dimulai dengan pengesahaan anggaran penjualan dan produksi dan penyelesaian barang-barang siap jual yang dikirim ke gudang atau kepada pelanggan.

Ada dua tingkatan pengendalian persediaan:

1. pengendalian atas unit dan
2. pengendalian atas nilainya

Usaha dagang lebih tertarik pada pengendalian atas satuan unit. Toko melakukan pemesanan dan mengajukan permintaan bahan dalam satuan unit bukan dalam nilai uangnya. Usaha dagang lebih memandang dari segi pengembalian modal yang digunakan secara memadai yaitu uang di investasikan pada persediaan harus dimanfaatkan secara efisien dan efektif.

Pengendalian bahan harus memenuhi dua kebutuhan yang bertentangan :

1. Menjaga persediaan dalam kuantitas dan keragaman yang memadai untuk operasi yang efisien.
2. Menjaga persediaan yang menguntungkan secara finansial.

Pengendalian persediaan yang efektif harus :

- a. Menyediakan bahan dan suku cadang yang dibutuhkan bagi operasi yang efisien dan lancar.
- b. Menyediakan cukup banyak stok dalam periode kekurangan pasokan (musiman, siklus atau pemogokan) dan dapat mengantisipasi perubahan harga.

- c. Menyiapkan bahan dengan waktu dan biaya penanganan yang minimum serta melindunginya dari kebakaran, pencurian, dan kerusakan selama bahan tersebut ditangani.
- d. Mengusahakan agar jumlah persediaan yang tidak terpakai, berlebihan, atau yang usang sekecil mungkin dengan melaporkan perubahan produk secara sistematis, dimana perubahan tersebut mungkin akan mempengaruhi bahan suku cadang.
- e. Menjamin memadainya persediaan bagi pengiriman yang tepat waktu kepada pelanggan.
- f. Menjaga agar jumlah modal yang diinvestasikan dalam persediaan berada pada tingkat yang konsisten dengan kebutuhan operasi dan rencana manajemen.

2.9 Sistem pencatatan persediaan

Menurut Achmad Tjahjono dan Sulastiningsih (2009: 59) sistem pencatatan persediaan dibagi menjadi dua, yaitu Sistem Persediaan Periodik (*Periodic Inventory System*) dan Sistem Persediaan Perpetual (*Perpetual Inventory System*).²⁴

2.9.1 Sistem pencatatan Perpetual (*Perpetual Inventory System*)

Dalam sistem perpetual, baik jumlah penjualan maupun biaya pokok penjualan akan dicatat pada setiap penjualan. Cara demikian dapat dilakukan karena informasi tentang persediaan diikuti mutasi masuknya keluaranya, dalam sebuah buku pembantu persediaan. Sehingga harga pokok barang yang terjual dapat

²⁴ Achmad Tjahjono dan Sulastiningsih, <https://adoc.pub/queue/bab-ii-landasan-teori26aa9337d169c40548989f2adf5b11b193367.html>, 9/4/2022

diketahui setiap saat. Sama seperti sistem periodik, potongan tunai yang diberikan perusahaan akan dicatat pada akun terpisah, yaitu akun potongan penjualan. Apabila terjadi pengembalian barang, selain mencatat adanya retur penjualan, juga mencatat pengurangan harga pokok penjualan dan barang dagangan yang diterima kembali.

2.9.2 Sistem pencatatan Periodik (*Periodic Inventory System*)

Pada sistem periodik, persediaan barang dagangan tidak diikuti mutasi masuk keluarnya barang, sehingga besarnya persediaan barang dapat diketahui dengan cara penghitungan secara fisik barang di gudang. Oleh karena itu, sistem periodik sering disebut dengan sistem fisik. Pendapatan dari penjualan barang dagangan dicatat pada waktu penjualan dilakukan, tetapi biaya pokok atas barang yang terjual tidak dicatat pada saat yang sama. Biaya pokok barang yang terjual dihitung pada akhir tahun, setelah diketahui besarnya persediaan barang digudang. apabila perusahaan memberikan potongan tunai akan dicatat secara terpisah dalam akun potongan penjualan. Demikian juga apabila ada pengembalian barang yang telah terjual, juga dicatat di akun yang terpisah yang disebut retur penjualan. akun potongan penjualan dan retur penjualan merupakan pengurang akun penjualan sehingga keduanya disebut sebagai akun kontra penjualan.

2.10 Metode Penilaian Persediaan

Menurut Herry 2008 dalam akuntansi dikenal dengan 3 metode yang dapat digunakan dalam menghitung besarnya nilai persediaan akhir, yaitu “**Metode**

FIFO (*First In First Out*), metode LIFO (*Last in, Last Out*, dan metode rata-rata (*average cost method*)).²⁵

2.10.1 Metode FIFO

Dalam metode FIFO, harga pokok dari barang yang pertama kali dibeli adalah yang akan diakui pertama kali sebagai harga pokok penjualan. Dalam hal ini tidak berarti bahwa unit atau barang yang pertama dibeli adalah unit atau barang yang pertama kali dijual. Dengan menggunakan metode FIFO, yang akan menjadi nilai persediaan akhir adalah harga pokok dari unit atau barang yang terakhir dibeli. Dengan menggunakan metode ini sehingga dapat mengurangi kerusakan persediaan barang dagang.

2.10.2 Metode LIFO, (*Last in, Last Out*)

Dalam metode LIFO, harga pokok dari barang yang terakhir dibeli adalah yang akan diakui pertama kali sebagai harga pokok penjualan. Dalam hal ini tidak berarti bahwa barang yang terakhir kali dibeli adalah unit atau barang yang pertama kali dijual. Dengan menggunakan metode LIFO yang akan menjadi nilai persediaan akhir adalah harga pokok dari barang yang pertama kali dibeli.

2.10.3 Metode Rata-rata (*average cost method*)

Jika menggunakan rata-rata, maka harga pokok penjualan barang per unit berdasarkan rata-rata dari harga perolehan per unit dari barang yang tersedia untuk dijual.

²⁵. **Ibid.** Hal. 13-14

2.11 Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga pokok penjualan Tersedia Dijual	= Persediaan awal + Harga Pokok Pembelian
Harga Pokok Penjualan	= Harga pokok barang – Harga pokok yang tersedia dijual – persediaan akhir
Laba kotor penjualan	= Penjualan bersih – Harga Pokok Penjualan

Rekening-rekening yang diperlukan untuk menghitung harga pokok (*cost*) barang dagang menggunakan metode persediaan periodik adalah sebagai berikut:

Persediaan Awal		xxx
Pembelian Tunai/kredit		xxx
Beban Angkut Pembelian		xxx +
xxx		
Return Pembelian	xxx	
Potongan Pembelian	xxx +	
		<u>Xxx</u>
Jumlah Pembelian Bersih		<u>xxx +</u>
Barang tersedia untuk dijual		xxx
Persediaan akhir barang dagang		xxx -
Harga pokok penjualan		<u>xxx</u>

Perhitungan harga pokok penjualan sangat penting, karena dengan adanya perhitungan harga pokok penjualan yang tepat akan menjadikan laporan keuangan, khususnya laporan laba rugi yang dapat dipertanggung jawabkan dan akurat.

2.12 Tujuan dan manfaat harga pokok penjualan

Walaupun Penetapan harga pokok penjualan cukup sulit dilakukan, tetapi perusahaan harus tetap menentukan. Dalam hal ini, penjual juga harus mengetahui besar pengorbanan yang dilakukan pada saat penjualan barangnya. Hal ini berfungsi untuk dasar penetapan harga penawaran di pasar, maupun untuk menentukan pendapatan yang diperoleh. Dengan demikian dapat diketahui penjualan menghasilkan laba atau tidak. Jadi tujuan dari kalkulasi harga pokok penjualan adalah untuk menetapkan laba penjualan, yaitu laba untuk setiap transaksi penjualan yang terdiri dari selisih yang menguntungkan antara harga jual dan harga pokok penjualan.

Prof. Dr. H. J. Van Der Schroeff dalam J. Sudarsono (2009:174), berpendapat bahwa harga pokok penjualan mempunyai manfaat dan tujuan sebagai berikut:

1. Dasar untuk menetapkan harga di pasar penjualan
2. Menetapkan pendapatan yang diperoleh pada penjualan.

2.13 Konsep Perputaran Persediaan

2.13.1 Pengertian Perputaran Persediaan

Menurut Kasmir (2013) perputaran persediaan merupakan **“Rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan**

(inventory) ini berputar dalam satu periode.²⁶ Perputaran persediaan dapat pula diartikan sebagai rasio yang menunjukkan berapa kali jumlah barang persediaan diganti dalam satu tahun. Semakin cepat perputarannya semakin baik karena dianggap kegiatan penjualan berjalan cepat.

Menurut Subramanyam (2010) perputaran persediaan dalam satu periode dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Perputaran persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata-rata Persediaan}}$$

Jumlah hari yang diperlukan untuk menjual semua persediaan yaitu periode penjualan rata-rata (average sale period) dapat dihitung dengan membagi 365 dengan angka perputaran persediaan.

$$\text{Periode Penjualan Rata-rata} = \frac{365}{\text{Perputaran Persediaan}} \quad 27$$

2.14 Konsep Pertumbuhan Penjualan

2.14.1 Defenisi Pertumbuhan Penjualan

Sebelum ke pertumbuhan penjualan terlebih dahulu mengetahui dari defenisi penjualan, Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang/jasa dalam suatu periode tertentu (Rangkuti 2009:57).

Defenisi pertumbuhan penjualan menurut Kasmir (2012:107) merupakan Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Selain itu

²⁶ Kasmir,

<http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/90/BAB%202.pdf?sequence=7&isAllo wed=y>, 10/4/2022

²⁷ **Ibid.** Hal.15-16

definisi sales growth menurut Widarjo dan Setiawan (2009) adalah Pertumbuhan penjualan (sales growth) mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya

Berdasarkan defenisi beberapa parah ahli tersebut maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memasarkan produknya untuk meningkatkan volume penjualannya sehingga berdasarkan kejadian tersebut dapat mencerminkan perusahaan bahkan profit yang akan dicapai oleh perusahaan tersebut pada periode akuntansi yang ditentukan.

Berikut ini rumus pertumbuhan penjualan menurut Harahap (2013:309)

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{P_{00000000} (t) - P_{00000000} (t-1)}{P_{00000000} (t-1)} \times 100\%$$

Keterangan:

Penjualan (t) = Penjualan tahun ini

Penjualan (t-1) = Penjualan tahun sebelumnya

2.14.2 Tujuan Penjualan

Usaha yang baik dapat ditinjau dari pertumbuhan penjualan yang baik yang setiap tahunnya dapat mengalami peningkatan. Hal ini dapat dapat meningkatkan keuntungan bagi toko sehingga pendanaan internal toko juga meningkat.

Tujuan penjualan secara umum meliputi beberapa hal :

1. Untuk mencapai volume penjualan
2. Untuk menapatkan laba yang ditargetkan
3. Merupakan usaha untuk mengembangkan toko

Berdasarkan ketiga tujuan tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dan aktivitas penjualan adalah untuk meningkatkan laba, untuk memenuhi kehidupan owner dan meningkatkan kelangsungan hidup toko.

2.14.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Kotler, buku Hakim Simanjuntak (Manajemen Pemasaran 2013), **faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah:**

- 1. Harga Jual**
- 2. Produk**
- 3. Biaya Promosi**
- 4. Saluran Distribusi**
- 5. Mutu atau Kualitas²⁸**

1. Harga jual

Harga jual adalah apa yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi jasa dan produk dengan membayar sejumlah uang yang menjadi patokan bagi Swastha dan Irawan 2005. Menurut Harini (2008) penetapan harga memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan penetapan harga suatu produk adalah untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh pendapatan dan untuk memperoleh tujuan investasi dengan persentase keuntungan yang telah ditentukan. telah ditentukan. diproduksi oleh perusahaan. Untuk menjaga kestabilan harga suatu produk.
2. Penetapan harga harus dilakukan untuk mencegah persaingan dari perusahaan lain dengan produk yang hampir identik.

²⁸ Kotler, Skripsi: *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan pada Industri Kecil Usaha Genteng*. UMM.2022

3. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk membawa produk ke pasar sehingga dapat dipertahankan di pasar.

4. Perusahaan menetapkan harga untuk menentukan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat memproduksi barang untuk dijual.

Faktor harga jual sangat penting dan mempengaruhi penjualan barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah konsumen sasaran memiliki akses ke barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.

2. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi, dan hampir semuanya, termasuk produksi, adalah asli dan dapat dilihat sehingga datanya memenuhi keinginan atau kebutuhan dari pengertian tersebut. yang dapat dan dapat Anda sentuh. , Dan merasa. Variasinya cukup banyak karena produknya asli, M Tohar (2000). Secara garis besar jenis produk dapat dibedakan menjadi dua jenis.

1. Produk konsumsi (consumer products) Barang konsumsi adalah barang yang digunakan oleh pengguna akhir atau rumah tangga dengan maksud untuk tidak diperdagangkan atau dijual kembali.

2. Produk industri (business product) Produk industri merupakan produk yang banyak digunakan dalam program pengembangan pemasaran. Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, tergantung pada tingkat kebutuhan konsumen.

3. Biaya promosi

Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong (2010), “Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it”, artinya promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

Hal-hal yang biasanya menggunakan biaya promosi menurut Wibowo (2014)

1. Biaya periklanan di media elektronik, media cetak dan atau media lainnya.
2. Biaya pameran produk.
3. Biaya pengenalan produk baru.
4. Biaya sponsorship yang berkaitan dengan promosi produk.

Biaya promosi secara langsung dapat mempengaruhi jumlah penjualan yang diterima perusahaan. Semakin tinggi biaya iklan yang dikeluarkan perusahaan, maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima perusahaan.

4. Saluran distribusi

Saluran distribusi yaitu sekelompok perusahaan atau individu yang memiliki produk atau membantu perusahaan mentransfer kepemilikan produk

atau layanan saat berpindah dari produsen ke konsumen. Kotler (1991; 279).

Saluran distribusi dapat kategorikan menjadi beberapa macam(Swastha 2014):

1. Produsen - konsumen

Yaitu bentuk saluran distribusi terpendek dan paling sederhana karena produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau langsung ke rumah konsumen (door to door) tanpa perantara.

2. Produsen Konsumen ritel Produsen hanya grosir ke grosir, tidak menjual ke pengecer, grosir melayani pembeliannya ke grosir, dan pengecer hanya melayani pembelian ke konsumen.

3. Produsen, grosir, pengecer, konsumen Saluran distribusi ini sering digunakan oleh produsen dan disebut saluran distribusi tradisional, dimana produsen hanya melayani grosir ke grosir, bukan pengecer.

4. Produsen-agen-pengecer-konsumen Di sini, produsen memilih agen sebagai distributor. Dia melakukan kegiatan perdagangan grosir di saluran distribusi terutama menargetkan saluran distribusi pengecer besar.

5. Produsen-agen-pedagang besar-pengecer-konsumen Dalam saluran distribusi, produsen sering menjadi perantara distributor untuk mendistribusikan barang ke pedagang grosir, yang sering menjual ke toko yang lebih kecil. Distributor yang terdapat dalam saluran distribusi ini khususnya adalah distributor.

5. Mutu atau Kualitas

Menurut Supriyono (2002; 377), kualitas adalah tingkat baik buruknya, dan kualitas juga dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan. Oleh karena itu,

kualitas adalah ukuran relatif dari kebaikan operasional. Produk berkualitas tinggi memenuhi harapan pelanggan kami. Mutu Produk adalah salah satu faktor yg mempengaruhi volume penjualan. Dengan kualitas yang baik, konsumen tetap loyal terhadap produk perusahaan, dan jika kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka konsumen beralih ke produk lain.

2.15 Konsep Profitabilitas

2.15.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016) rasio profitabilitas merupakan **“Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”**.²⁹ Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

Berdasarkan defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

²⁹ Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo persada. 2018. Hal. 196

2.15.2 Tujuan Profitabilitas

Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan, tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan maupun bagi pihak luar perusahaan.

Tujuan Penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2016:197), adalah sebagai berikut:

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
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.³⁰

Manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas menurut Kasmir (2016:198), sebagai berikut:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Mengetahui perkembangannya 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.³¹

³⁰ Ibid. Hal. 197

³¹ Ibid. Hal.198

2.15.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, diantaranya:

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sale)*
2. *Retur non Investment (ROI)*
3. *Retur non Equity (ROE)*
4. *Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share).*³²

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sale)*

Profit Margin Sale atau Rasio Margin atau Margin Laba atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Dengan rumus sebagai berikut:

Terdapat dua rumus untuk mencari *profit margin*, yaitu sebagai berikut (Kasmir, 2016):

- a. Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rasio ini merupakan cara penetapan harga pokok penjualan

- b. Untuk margin laba bersih dengan rumus

³² **Ibid.** Hal. 199-207

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Profit} / \text{Sales} \times 100\%}{\text{Sales}} \quad (\text{Ratios})$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. Return on Investment (ROI)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama Return on Investment (ROI) atau *Return on Total Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran rentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Di samping itu hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Rumus untuk mencari Return on Investment dapat digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2016) :

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Net Profit} / \text{Sales} \times 100\%}{\text{Sales} / \text{Assets} \times 100\%}$$

3. Return on Equity (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau Return on Equity atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri.

Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Retur non Equity} = \frac{\text{Laba Bersih} + \text{Dividen}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

4. Laba per lembar saham (*Earning Per Share*)

Rasio laba per saham biasa atau biasa disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas. Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut (Kasmir, 2016) :

$$\text{Laba per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{Dividen}}{\text{Jumlah Saham}} \times 100\%$$

Pada peneliti ini dilihat dari jenis usahanya maka rasio profitabilitas yang digunakan yaitu, *Rati Profit Margin*, *Return on Investment* dan *Return non Equity*.

Tabel 2.1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN PERSEDIAAN	Variabel Independen: - Penerapan Manajemen Persediaan	Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa total biaya persediaan dengan metode economic

	PADA CV.INDOSPICE MANADO (B.F. Rambatin., J.S.B Sumarauw., A.H.an, 2018)	- Persediaan Bahan Baku Variabel Dependen: - Persediaan Optimal	order quantity (EOQ) lebih efisien dibandingkan dengan manajemen persediaan yang digunakan CV. INDOSPICE.
2	ANALISIS PENGELOLAAN PERSEDIAAN BARANG DAGANGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN LABA USAHA PADA UD. ARTI JAYA DI KAB. TAKALAR (Hasdiana. A, 2015)	Variabel Independen: - Pengelolaan persediaan barang dagang Variabel Dependen: - Peningkatan Laba	Hasil penelitian menyatakan bahwa pengelolaan persediaan dagang merupakan salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan laba.
3	PENGARUH PERPUTARAN PERSEDIAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Mei Listiawanawati, Deden Abdul Wahab Sya'roni)	Variabel Independen: - Perputaran persediaan - Pertumbuhan penjualan - Ukuran perusahaan Variabel Dependen: - Profitabilitas	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa, perputaran persediaan, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas
4	ANALISIS PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUAALN, PERPUTARAN KAS, PERPUTARAN PERSEDIAAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTPUTAN AKTIVA TERHADAP PROFITABILITAS STUDI KASUS	Variabel Independen: - Pertumbuhan penjualan - Perputaran persediaan - Ukuran perusahaan - Perputaran aktiva Variabel Dependen: - Profitabilitas	Hasil penelitian menyatakan variabel <i>Inventory Turnover</i> dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> . Sedangkan variabel Rasio <i>Cas Turnover</i> , ukuran perusahaan dan perputaraan aktiva tidak berpengaruh terhadap <i>Return on Aset</i> .

	PADA SPBU DI DAERAH TANGERANG PERIODE TAHUN 2012-2015 (Eka Setifani Afrianah, 2016)		
5	PENGARUH PERPUTARAN PIUTANG DAN PERPUTARAN PERSEDIAAN TERHADAP PROFITABILITAS (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2008-2012), (Erik Pebrin Naibaho dan Sri Rahayu, 2014)	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perputaran Piutang - Perputaran Persediaan <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas 	<p>Perputaran piutang pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012 memiliki rata-rata sebesar 9,0460 dengan standar deviasi sebesar 4,49384, Begitu juga dengan perputaran persediaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012 memiliki rata-rata sebesar 7,1895 dengan standar deviasi 7,75188. Dan ROA pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012 memiliki rata-rata sebesar 8,8564 dengan standar deviasi sebesar 6,33261, 2 Secara simultan, perputaran piutang dan perputaran persediaan memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012. Secara parsial. Perputaran piutang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan makanan dan minuman</p>

			<p>yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012.</p> <p>Perputaran persediaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2012.</p>
	<p>PENERAPAN <i>INVENTORY MANAGEMENT</i> DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS DI TOKO X KUPANG</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Inventory Management</i> <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas 	<p>Dengan adanya penerapan inventory management ini dapat mewujudkan efisiensi biaya dengan adanya EOQ, ROP, dan Safety Stock agar pengelolaan inventory baik dari aktivitas pembelian, penyimpanan, dan penjualan lebih terorganisir. Selain itu, adanya pengembangan bisnis yang lebih profitable dengan memproduksi produk dari kain yang menumpuk sehingga meningkatkan margin laba. Penerapan inventory management ini ditunjang dengan adanya SO dan kartu stok yang dapat dijadikan alat evaluasi dan monitoring kinerja karyawan. Dengan demikian, pengelolaan inventory Toko X pun menjadi lebih terorganisir dan penerapan inventory management yang diterapkan dapat mengembangkan bisnis Toko X dalam</p>

			peningkatan profitabilitas yang lebih maksimal.
--	--	--	---

2.16 Kerangka Konseptual

Pertama kali yang dilakukan dalam penelitian mengenai “Pengaruh Persediaan Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Profitabilitas pada Toko-Toko Disekitar Pajak Horas Pematangsiantar” dengan menentukan *lead time*, *reorder point* dan jumlah persediaan barang dagang.

Persediaan pada toko sangatlah krusial karena dengan persediaan usaha dagang dapat melakukan operasinya. Persedian yang over stock dan persediaan yang kosong sangat tidak baik bagi toko, karena stok barang yang berlebih akan mengakibatkan dampak yang fatal seperti kondisi barang yang rusak atau tidak layak pakai, dan kehilangan tren pasar sehingga berdampak kerugian pada toko dan dampak dari persediaan kosong pada toko adalah tidak dapat melakukan operasi toko yaitu aktivitas menjual barang dagang pada toko-toko yang berada disekitar pajak Horas Pematangsiantar, toko-toko tersebut adalah beragam seperti toko perabotan, toko pakaian, toko ulos, toko buku dan toko bahan pangan (seperti telur dan beras).

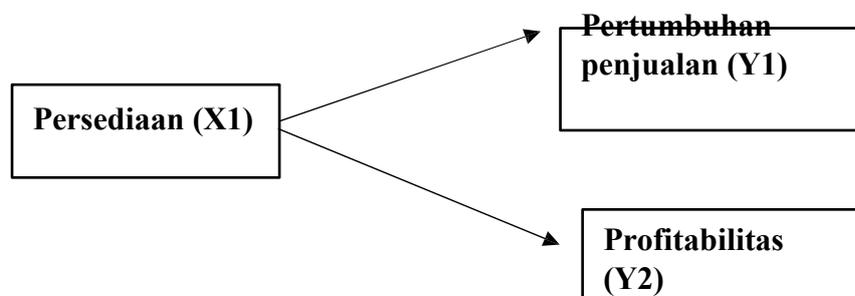
Waktu tunggu (*lead time*) dan *reorder point*, akan digunakan dalam penentuan antisipasi persediaan barang dagang (*safety stock*). Pada penelitian ini berfokus pada penentuan antisipasi persediaan menggunakan pengendalian *Economic Order Quantity* (EOQ). Dalam penelitian ini pelaku usaha menetapkan reoder point pada persediaan yang berjumlah 2-3 pcs per produk dan safety stock

berjumlah 3-5 pcs per produk jika perputaran persediaan lancar dan jika perputaran persediaan atau penjualan tidak lancar maka pelaku usaha menetapkan *reorder point* jika persediaan tersisa 1 bahkan sampai produk tersebut sampai kosong maka dilakuakn pemesanan kembali dan tidak menetapkan safety stock lagi karena produk tersebut sudah tidak trending. Dengan menetapkan reorder point sehingga dapat menghemat biaya pengiriman pada persediaan barang dagangan.

Dengan menggunakan catatan persediaan perpetual maka dapat memantau jumlah keseluruhan persediaan, karena setiap transaksi dilakukan pencatatan *up to date*, sehingga jumlah persediaan terkendalikan dan dengan menggunakan penilaian persediaan seperti fifo dan lifo dapat mengoptimalkan harga jual barang.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan Persediaan barang dagang sebagai variabel independen serta Pertumbuhan penjualan, dan Profitabilitas sebagai variabel dependen yang akan diuji. Kerangka pemikiran disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun didalam penelitian.

Maka kerangka pemikiran dapat dinyatakan pada gambar berikut:



2.17 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:64) **“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”**³³

Hipotesis penelitian ini dapat di simpulkan sebagai berikut:

2.17.1 Pengaruh Persediaan Terhadap Penjualan

Tujuan utama dari sebuah toko adalah untuk menjual produk persediaan dan untuk mendapatkan laba. Untuk mencapai tujuan tersebut, toko harus memiliki persediaan barang. Hasil hipotesis ini didukung oleh penelitian Nasdia Adiyanto yang berjudul pengaruh persediaan terhadap penjualan pada perusahaan bidang lain yang ada di bursa efek Indonesia yang menyatakan persediaan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas.

Ha : Terdapat pengaruh persediaan terhadap peningkatan penjualan pada toko-toko disekitar pajak Horas Pematang Siantar.

Ho : Tidak terdapat pengaruh persediaan terhadap peningkatan penjualan pada toko-toko disekitar pajak Horas Pematang Siantar.

³³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ke-2, Alfabeda, Bandung, 2010, hal.64

2.17.2 Pengaruh Persediaan terhadap Profitabilitas

Persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas hal ini dapat dilihat dari penelitian sebelumnya yang berjudul penerapan *inventory Manajemen* dalam meningkatkan profitabilitas di toko x kupang oleh Rosina Jappi dan Dianne Frisko Koan, menyatakan bahwa manajemen persediaan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas.

Ha : Terdapat pengaruh persediaan terhadap peningkatan profitabilitas pada toko-toko disekitar pajak Horas Pematang Siantar.

Ho : Tidak terdapat pengaruh persediaan terhadap peningkatan profitabilitas pada toko-toko disekitar pajak Horas Pematang Siantar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.³⁴

Populasi pada penelitian ini adalah toko-toko yang tersebar diwilayah sekitar Pajak Horas Pematang Siantar yang tidak melakukan digital marketing pada tokonya.

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010:) **“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”**³⁵ Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling. Menurut Sugiyono (2015:122), nonprobability sampling adalah teknik penarikan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang diambil dari metode non probability sampling adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yaitu tokoyang tidak melakukan digital marketing. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil 32 toko sampel

³⁴ **Ibid**, hal. 80

³⁵ **Ibid**, hal. 81

3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah studi asosiatif kausal. Penelitian jenis ini berusaha untuk menguji hipotesis yang menyatakan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini ingin melihat hubungan sebab akibat dua variabel, yaitu persediaan barang dagang sebagai variabel independen dan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang disajikan berhubungan dengan angka atau scoring. Data-data yang tersebut lalu dianalisis dan diolah ke dalam bentuk analisis statistik untuk menguji hipotesis yang menjelaskan hubungan antar variabel yang digunakan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dalam penelitian ini berupa hasil jawaban kuesioner.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di pergunakan berupa koesioner. Menurut Sugiyono (2010) **“Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaann atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.”**³⁶ Adapun langkah langkah didalam penyebaran koesioner adalah sebagai berikut:

1. Koesioner diberikan kepada responden yang memiliki yang telah ditetapkan yaitu pemilik toko atau usaha ritel tradisonal atau berskala

³⁶ **Ibid**, hal.142

kecil yang ada disekitar pajak Horas Pematang Siantar. Pendistribusian koesioner dilakukan dengan cara mengirimkan koesioner tersebut pada owner atau pemiilik toko tersebut.

2. Responden mengisi koesioner sesuai dengan penilaiannya sendiri.
3. Setelah koesioner selesai diisi oleh responden, peneliti segera mengumpulkan data yang telah diberikan oleh para responden.

3.4 Defenisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Pada sebagian ini dijelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan oleh penelitian bagaimana pengukurannya. Variabel tersebut terdiri dari variabel dependen, independen, dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah persediaan, variabel dependen adalah peningkatan penjualan dan profitabilitas.

3.4.1 Variabel Dependen

Sinullingga (2014;85) mendefinisikan variabel dependen sebagai variabel yang nilai atau valuenya dipengaruhi atau ditentukan oleh nilai variabel lain. Variabel dependen merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas.

a. Pertumbuhan Penjualan (Y1)

Pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang yang tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang meningkat juga. Perputaran persediaan yang optimal

dan meningkat dan sistem pencatatan persediaan yang baik maka akan meningkatkan penjualan toko.

b. Pertumbuhan Profitabilitas (Y2)

Variabel peningkatan profitabilitas ini untuk mengukur kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal.

Pengukuran profitabilitas toko ini dapat dilihat menggunakan Net Profit Margin dan Return On Assets. Margin laba bersih adalah rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi pajak dari pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih semakin baik operasi suatu perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa sales growth atau pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan penjualan dari setiap tahunnya. Variabel pertumbuhan penjualan dan profitabilitas suatu toko dalam penelitian ini diukur menggunakan modifikasi atas instrumen yang dikembangkan oleh Musran Minuzu (2010). Pengukuran tersebut menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan penjualan
- b. Perputaran persediaan
- c. Pertumbuhan profitabilitas dari Net Profit Margin
- d. Pertumbuhan Profitabilitas berdasarkan ROI atau ROA

3.4.2 Variabel independen

Sinulingga (2014:85) mendefinisikan variabel independen sering disebut juga sebagai variabel predictor (predictor variable) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun secara negative. Dengan kata lain, varians variabel dependen ditentukan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel independennya yaitu pengaruh persediaan. Variabel ini diukur dengan kuesioner.

a. Persediaan

Variabel persediaan barang dagang diukur berdasarkan indikator:

- a. Menetapkan manajemen persediaan dan pengawasan persediaan
- b. Safety Stock pada persediaan
- c. Menentukan Reorder Point
- d. Metode pencatatan persediaan

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Konsep	Indikator	Defenisi Operasional	Parameter
Persediaan (X1)	Manajemen Persediaan	Manajemen persediaan merupakan suatu aktivitas perkiraan dan pengisian kembali persediaan yang difokuskan pada kapan memesan persediaan, berapa banyak untuk dipesan sehingga perusahaan	

		dapat menjaga persediaannya agar tetap seimbang kuantitasnya dengan permintaan pelanggan serta meningkatkan efisiensi dalam total biaya persediaan yang harus dikeluarkan.	
	Safety Stock	Safety stock adalah persediaan ekstra dilakukan untuk melayani asuransi terhadap fluktuasi permintaan.	$SS = (Maximum\ Usage - Average\ Usage) \times Lead\ Time$
	Pemesanan Kembali (Reorder Point)	Pemesanan kembali (<i>reorder point</i>) adalah pemesanan yang dilakukan kembali sehingga penerimaan bahan yang dipesan tepat pada waktunya	$ROP = (LT \times AU) + SS$
Pertumbuhan Penjualan (Y1)	Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan tujuan perusahaan dalam	Pertumbuhan Penjualan = $\frac{(Q) - (Q-1)}{(Q-1)} \times 100\%$

		meningkatkan kinerja keuangan perusahaan	
Profitabilitas (Y2)	Profit Margin	Rasio Margin atau Margin Laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan	Untuk margin laba kotor dengan rumus: $\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$
	<i>Net Profit Margin</i>	Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan.	$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Penjualan}}$
	<i>Return on Investment</i> atau <i>Return on Assets</i>	<i>Return on Assets</i> , merupakan rasio yang menunjukkan hasil (<i>return</i>) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.	$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Return}}{\text{Investment}}$
	<i>Return non Equity (ROE)</i>	<i>Return non Equity</i> (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih	$\text{Return non Equity} = \frac{\text{Return non Equity}}{\text{Equity}}$

		sesudah pajak dengan modal sendiri.	
--	--	---	--

3.5 Skala Pengukuran

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan skala interval dengan teknik penskalaan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang ada berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2017:93). Instrumen penelitian dengan skala *likert* menggunakan *checklist*. Data dalam penelitian ini adalah kuantitatif, maka jawaban dari responden akan diberi skor. Adapun skor yang peneliti tentukan dalam penelitian ini terdapat pada pada Tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

No.	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Pengujian Kualitas Data

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen pertanyaan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan apabila dapat menggunakan data variabel yang diteliti secara tepat. Langkah pertama, mendefinisikan konsep yang akan diukur

1. Melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden minimal 30 orang. Dengan batas minimal 32 orang maka distribusi skor akan lebih mendekati kurva normal.
2. Langkah ketiga mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
3. Selanjutnya menghitung korelasi dengan masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus product moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(\sum x^2 - (\sum x)^2)(\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

x = Jumlah skor setiap item

y = Jumlah skor total

Instrumen dikatakan valid apabila profitabilitas (p) pada masing-masing butir pertanyaan kurang dari 0.05. dalam menganalisis penelitian yang

merupakan penelitian korelasi ini, maka penelitian menggunakan *SPSS For Windows*.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak.

Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas. Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Ada tiga alasan peneliti menggunakan uji *Cronbach's alpha*. Pertama, karena teknik ini merupakan teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering digunakan (Bryman dan Bell, 2007: 176). Kedua, dengan melakukan uji *Cronbach's alpha* maka akan terdeteksi indikator-indikator yang tidak konsisten (Malhotra, 2012: 289). Ketiga, pada penelitian sebelumnya oleh Elsingerich dan Rubera (2010), uji keandalan yang digunakan dengan menggunakan *Cronbach's alpha*.

Cronbach's Alpha merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu (Hair *et al.*, 2010: 92). Menurut Eisingerich dan Rubera (2010: 27) nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* minimum adalah 0,70. Ada dua alasan peneliti menggunakan nilai keandalan *Cronbach's Alpha* minimum 0,70. Pertama, *Cronbach's Alpha* yang andal (0,70), dapat memberikan dukungan untuk konsistensi internal. Rata-rata varians dan realibilitas komposit melebihi ambang batas yang disarankan (Bagozzi dan Yi, 1988, dalam Eisingerich dan Rubera, 2010: 27). Kedua, karena peneliti mengikuti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eisingerich dan Rubera (2010: 27). Nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

3.7 Uji Asumsi Normal

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang kita miliki berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan keputusan untuk uji normalitas ini

yaitu, jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika $\text{sig} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Menurut Ghazali (2009:147) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak salah satunya dengan analisis grafik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan grafis histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Uji Linieritas

Uji Linieritas Uji linieritas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah model persamaan regresi yang diperoleh cocok atau tidak. Pengujian linieritas regresi dilakukan dalam rangka menguji model persamaan regresi apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. Jika tidak linier maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan.

Pada SPSS pengujian ini bernama *Test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Terdapat dua cara pengambilan keputusan dalam uji linearitas berupa :

1. Dua variable tersebut dikatakan linear apabila signifikansi lebih dari 0,05 sehingga pengambilan keputusan berupa terdapat hubungan yang linear secara Sedangkan jika signifikansi dibawah 0,05 maka pengambilan keputusan berupa tidak terdapat hubungan yang linear dari kedua variable tersebut.

2. Melihat nilai F hitung dan F tabel, jika F hitung lebih besar daripada F tabel maka kesimpulannya berupa tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variable tersebut sedangkan jika F hitung lebih kecil daripada F tabel maka kesimpulannya berupa terdapat hubungan yang linear antara kedua variable tersebut.

3.8 Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji Regresi Linier Sederhana digunakan untuk menguji signifikan atau tidak hubungan tidak lebih dari satu variable melalui koefesien regresinya. Dalam penelitian ini, analisis regresi sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh persediaan terhadap penjualan dan profitabilitas.

Regresi linier sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y1 = a+bX+e$$

$$Y2 = a+bX+e$$

Keterangan:

Y1 = Variabel Dependent (Peningkatan Penjualan)

Y2 = Variabel Dependent (Profitabilitas)

a = Konstanta

X = Persediaan

b = Koefesien Regresi Persediaan

Dikarenakan dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas (persediaan) dan dua variabel terikat (peningkatan penjualan dan profitabilitas), maka dilakukan

pengukuran pengaruh antara persediaan dengan peningkatan penjualan dan persediaan dengan profitabilitas.

<https://penalaran-unm.org/uji-linearitas/>

3.9 Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk **“Menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen”**³⁷.

Pengujian uji t dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- Jika $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.
- Jika $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data yang sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi (R^2)

³⁷ Santoso Slamet, 2014:126 hal 44 PENGARUH KEPEMIMPINAN, KEDISIPLINAN, DAN LINGKUNGAN KERJATERHADAP PRESTASI KERJA GURU
<http://eprints.umpo.ac.id/5297/4/Pengaruh%20Kepemimpinan.pdf>

ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat diterangkan dengan variabel bebas (X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Apabila R^2 sama dengan 1 maka fungsi regresi 100% menjelaskan variasi dari nilai Y sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y kecocokan model dikatakan lebih baik jika nilai R^2 mendekati 1 (Ghozali, 2011).