

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Perputaran Piutang**

###### **2.1.1.1 Pengertian Perputaran Piutang**

Menurut Kasmir (2011:176)

“Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau beberapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode”.

Bambang Riyanto (2008:90)

“Perputaran piutang merupakan periode terikatnya modal dalam piutang yang tergantung kepada syarat pembayaran. Makin lunak atau makin lama syarat pembayarannya, berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu adalah makin rendah.”

Ada juga definisi lain Menurut Harahap (2018:308) “

“Perputaran piutang adalah rasio yang menunjukkan seberapa cepat penagihan piutang, Semakin besar semakin baik karena penagihan piutang dilakukan dengan cepat”.

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa perputaran piutang merupakan alat untuk mengukur besar kecilnya piutang dalam satu periode agar bisa memaksimalkan laba.

### **2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Piutang**

Piutang merupakan aktiva yang penting dalam perusahaan dan dapat menjadi bagian yang besar dari likuiditas perusahaan. Besar kecilnya piutang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Bambang Riyanto dalam buku karangan Dewi astuti (2004:176-177). mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam piutang sebagai berikut :

#### 1) Volume Penjualan Kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit darikeseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besarnya jumlah piutang berarti makin besarnya risiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar Penjualan.

#### 2) Syarat Pembayaran Penjualan Kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat.

#### 3) Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para

langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Sebaliknya, jika batas maksimal plafond lebih rendah, maka jumlah piutang pun akan lebih kecil.

#### 4) Kebijakan Dalam Mengumpulkan Piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif, maka perusahaan harus mengeluarkan uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang, tetapi dengan menggunakan cara ini, maka piutang yang ada akan lebih cepat tertagih, sehingga akan lebih memperkecil jumlah piutang perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan menggunakan kebijakan secara pasif, maka pengumpulan piutang akan lebih lama, sehingga jumlah piutang perusahaan akan lebih besar.

#### 5) Kebiasaan Membayar Dari Para Langgan

Kebiasaan para langganan untuk membayar dalam periode *cash discount* akan mengakibatkan jumlah piutang lebih kecil, sedangkan langganan membayar periode setelah *cash discount* akan mengakibatkan jumlah piutang lebih besar karena jumlah dana yang tertanam dalam piutang lebih lama untuk menjadi kas

### 2.1.1.3 Indikator Perputaran Piutang

Bambang Riyanto (2008:90 )

“Perputaran Piutang ( *Receivable Turnover* ) dapat di ketahui dengan membagi penjualan Kredit selama periode tertentu dengan jumlah rata – rata piutang ( *Average receivable* ) pada periode tersebut”.

Menurut Harmono (2011:109)

Mengemukakan bahwa: “Indikator perputaran piutang adalah penjualan dibagi rata-rata piutang”.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka indikator untuk perputaran piutang adalah penjualan dibagi rata-rata piutang. Dari indikator di atas peneliti mengambil indikator perputaran piutang dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata – Rata Piutang}}$$

Bambang Riyanto (2008:90)

rata rata piutang dapat di rumus sebagai berikut

$$\text{Rata-rata} = \frac{\text{Piutang awal} + \text{Piutang Akhir}}{2}$$

2

Kasmir (2011;176)

## **2.1.2 Volume Penjualan**

### **2.1.2.1 Pengertian Volume**

Menurut Basu Swasta (2001:31)

“Volume diukur dengan selisih antara *fixed overhead* yang semula dianggarkan dan ditentukan untuk tingkat produksi yang sesungguhnya dicapai, jika *overhead* tetap yang dihitung lebih rendah dari pada yang semula dianggarkan, akan timbul *varians volume* yang menguntungkan yang menunjukkan bahwa organisasi beroperasi dengan kapasitas yang lebih rendah dari pada tingkat yang direncanakan, karena masalah ini dapat diinterpretasikan dengan berbeda-beda”.

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa volume adalah kapasitas perusahaan yang beroperasi karena di rencanakan untuk mengukur pencapaian kapasitas perusahaan.

### **2.1.2.2 Pengertian Penjualan**

#### **A. Pengertian Penjualan**

Menurut Basu Swastha DH (2004 : 403)

Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain”.

Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama.

#### **B. Tujuan Penjualan**

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan oleh keberhasilan dalam mencari keuntungan, Apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Menurut Basu Swastha DH (2004 : 404) tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

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

Menurut Efendi Pakpahan (2009)

“faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum”.

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

### C. Jenis Dan Bentuk Penjualan

Menurut Basu Swasta (2001:11) Terdapat beberapa jenis penjualan yang bisa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

1. *Trade Selling*

Penjualan Yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperhasikan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk yang baru, jadi titik beratnya adalah para penjual melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.

2. *Missionary selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.

### 3. *Technical Selling*

Berusaha Meningkatkan Penjualan dan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

### 4. *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

### 5. *Responsive selling*

Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *Route driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang”.

## **2.1.2.3 Pengertian Volume Penjualan**

Menurut Basu Swastha (2014 :197),

“ Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi)”

Volume penjualan juga merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat

tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

Menurut Marbun (2003: 225)

“Volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.”

Alamiyah dan Padji (2003:126)

“Volume penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu”.

#### **2.1.2.4 Indikator volume penjualan**

Indikator volume penjualan sebagai berikut :

|   |
|---|
| <p>Volume Penjualan = Total Penjualan</p> |
|---|

|                                      |
|--------------------------------------|
| <p>Alamiyah dan Padji (2003:126)</p> |
|--------------------------------------|

Dimana untuk mencari total penjualan berikut ini adalah rumusnya

|   |
|---|
| <p>Total Penjualan = Quantity x Price</p> |
|---|

|   |
|---|
| <p>= Harga Jual per unit x total unit yang dijual</p> |
|---|

|   |
|---|
| <p>Dwi Prastowo dan Rifka Julianty (2002:148)</p> |
|---|

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba.

### **2.1.3 Laba Bersih**

#### **2.1.3.1 Pengertian Laba Bersih**

Menurut Kasmir (2011:303)

“Laba bersih (Net Profit) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak”

Menurut Soemarso (2004 : 352),

“Laba Bersih adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan kerugian, umlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal.”

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa laba bersih dalah semua pendapatan perusahaan atau keuntungan perusahaan yang di dapat hasil perusahaan

#### **2.1.3.2 Jenis-Jenis Laba**

Jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba, yaitu :

- 1.Laba kotor yaitu perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan.
- 2.Laba dari operasi yaitu selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.
- 3.Laba bersih yaitu angka terakhir dalam perhitungan laba-rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain.

### 2.1.3.3 Indikator Laba bersih

Menurut Stice, Stice dan Skousen (2010 : 241),

Laba bersih adalah:

“laba sesudah pajak atau laba bersih merupakan laba setelah dikurangi dengan pajak. Laba bersih dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan atau Retained Earning. Dalam perkiraan ini akan diambil suatu jumlah tertentu untuk dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham. Dengan gambaran seperti dibawah ini:

$$\text{Laba bersih} = \text{laba} - \text{beban pajak}$$

Sumber: Stice, Stice dan Skousen (2010 : 241)

Sedangkan menurut kasmir (2011:303) bahwa laba bersih dapat diukur dengan rumus:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Operasi} - \text{Beban Pajak}$$

Sumber : Kasmir (2011:303)

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran yang dikutip oleh Sugiyono (2013:60) Kerangka Berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

### 2.2.1 Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Laba Bersih

Piutang muncul karena perusahaan melakukan penjualan secara kredit untuk meningkatkan volume usahanya.

Menurut Bambang Riyanto (2008: 90)

“Perputaran piutang menunjukkan periode terikatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat periode berputarnya menunjukkan semakin cepat perusahaan mendapatkan keuntungan dari penjualan kredit tersebut.

Hal ini akan menjadi perhatian bagi perusahaan untuk mengatur perkiraan piutang agar efisien sehingga keefektifan dan keefesienan perputaran piutang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Keadaan dimana perputaran piutang yang semakin tinggi menunjukkan bahwa semakin efisien dan efektif perusahaan dalam manajemen piutang. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nina (2013) menyimpulkan bahwa perputaran piutang berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap profitabilitas perusahaan. Sehubungan dengan itu, maka dapat dikemukakan hipotesis:

Hipotesis 1: Perputaran Piutang berpengaruh terhadap Laba Bersih

### **2.2.2 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih**

Jika volume penjualan yang didapat perusahaan mengalami kenaikan, otomatis laba bersih perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan. Dari kondisi tersebut diharapkan manajemen tetap mempertahankan kinerjanya dengan baik agar pendapatan yang didapat terus meningkat.

Menurut Budi Rahardjo (2010:33)

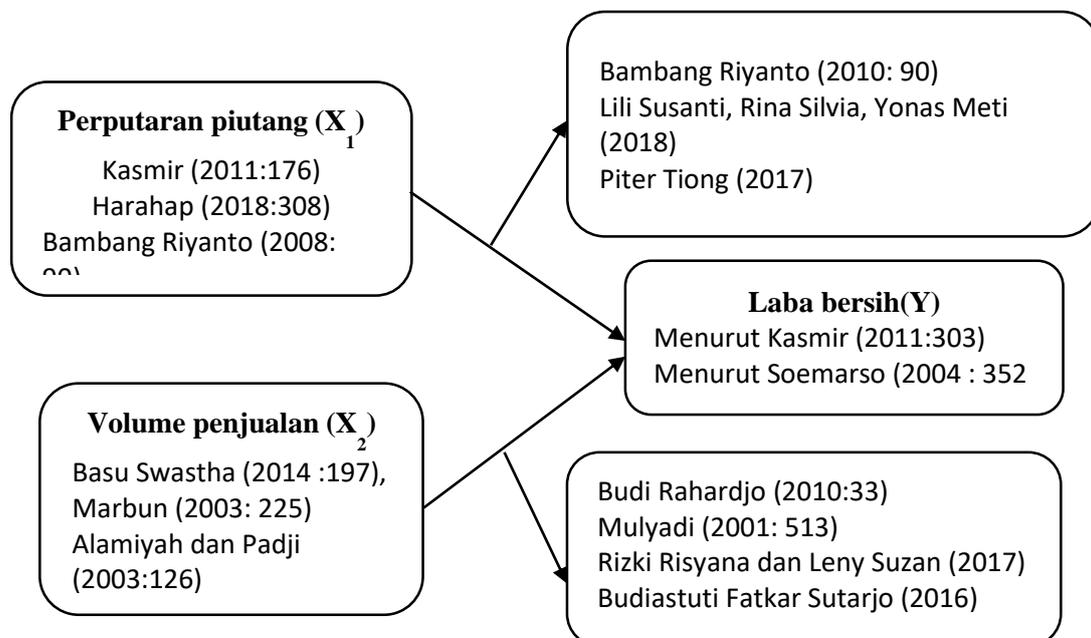
“Adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang

dikeluarkan. Faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya laba adalah pendapatan, pendapatan dapat diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan”.

Menurut Mulyadi (2001: 513) bahwa volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Semakin besar volume penjualan suatu barang, biasanya laba yang diperoleh akan semakin besar, demikian sebaliknya bila volume penjualan suatu barang menurun, biasanya maka laba juga akan ikut turun”.

Hipotesis 2: Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih.

Berdasarkan teori-teori diatas, penulis menuangkan kerangka pemikiran dalam bentuk skema kerangka pemikiran atau bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**

### **2.3 Hipotesis**

Berdasarkan Kerangka Pemikiran di atas maka peneliti mengambil Kesimpulan Sementara atau Hipotesis sebagai berikut:

H1: Perputaran Piutang berpengaruh terhadap Laba Bersih.

H2: Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih.