# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

## 2.1 Kajian Pustaka

### 2.1.1 Volume Penjualan

#### 2.1.1.1 Pengertian Volume

Menurut Basu Swasta (2001:31) Volume adalah sebagai berikut:

> "Volume adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas penggunaan, yang 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 di interpretasikan dengan berbeda-beda,maka pengertiannya harus ditetapkan menurut konteksnya."

#### 2.1.1.2 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Beberapa para ahli mengemukakan tentang definisi penjualan antara lain.

Menurut M. Narafin (2006:60), bahwa:

> "Penjualan adalah proses menjual, padahal yang dimaksud penjualan dalam laporan laba-rugi adalah hasil menjual atau hasil penjualan (*sales)* atau jualan".

Adapun menurut *Warren Reeve fess* yang diterjemahkan oleh Aria Faramita dan kawan-kawan, (2006:300), bahwa:

> "Penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang dagang yang dijual, baik secara tunai maupun kredit".

Sedangkan menurut Kusnadi (2009:300), bahwa:

> "Penjualan *(sales*) adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual".

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu proses pembuatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait baik dibayar secara tunai maupun kredit.

**2.1.1.3 Pengertian Volume Penjualan**

Pengertian volume penjualan menurut *John Downes* dan *Jordan Elliot Goodman* yang diterjemahkan oleh Susanto Budidharmo (2000:646), yaitu :

> "Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu".

Selain itu menurut Alamiyah dan Padji (2003:126), bahwa :

> "Volume penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu".

Sedangkan volume penjulan menurut Assegaf Abdullah (2001:444), menyatakan :

> "Volume penjulan adalah jumlah unit yang terjual dari unit produksi suatu pemindahan dari pihak produk ke pihak konsumen, dan tetap pada suatu periode tertentu".

Rumus Volume penjualan menurut Dwi prastowo dan Rifka julianty (2002:148)

| Total penjualan = Harga jual perunit x total unit yang terjual |
|---|

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

**2.1.1.4 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 memperhasilkan 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 *Roote driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

Selain itu tedapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penjualan Secara Tunai

   Penjualan yang bersifat *"Cash And Carry*" dimana penjualan setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, pembeli langsung menyerahkan pembayaran secara tunai dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan Kredit

   Penjualan non cash dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.

3. Penjualan Secara Tender

   Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4. Penjualan Ekspor

   Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan *fasilitas Letter of Credit* (LC).

5. Penjualan Secara Konsiyasi

Penjualan Barang secara “titipan” kepada pembeli yang juga sebagai penjualan apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan pada penjual.

6. Penjualan Secara Grossir

   Penjualan yang dilakukan tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

**2.1.1.5 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan**

Menurut Basu Swasta (2001:129) Dalam kenyataanya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar, beberapa faktor tersebut antara lain :

1. Kondisi dan Kemampuan Pasar

   Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami masalah penting yang sangat berkaitan yaitu:

   a.) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan

   b.) Harga Pokok

   c.) Syarat penjualan seperti pembayaran, Perantaraan garansi dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

   Hal yang diperhatikan pada kondisi pasar antara lain :

   a.) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar internasional.

   b.) Kelompok pembeli dan segmen pasarnya.

   c.) Daya beli.

d.) Frekuensi pembeliannya.

e.) Keinginan Dan Kebutuhan.

3. Modal

Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk :

a.) Kemampuan untuk membiayai penelitian pasar yang dilakukan.

b.) Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan.

c.) Kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

**2.1.1.6 Fungsi Dan Tujuan Penjualan**

Menurut Basu Swasta (2003:406) Fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjual seperti:

1.) Menciptakan permintaan.

2.) Mencari pembeli.

3.) Memberikan Syarat-Syarat Penjualan.

4.) Memindahkan Hak milik.

Pada Umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba semaksimal mungkin dan dapat mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut

dapatdirealisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan oleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

1. Mencapai Volume penjulan tertentu.
2. Menentukan Laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

### 2.1.2 Piutang

#### 2.1.2.1 Pengertian Piutang

Menurut Wild, Subramanyam, Halsey (2005:260)

> "Piutang (*receivable*) merupakan nilai jatuh tempo yang berasal dari penjualan barang atau jasa, atau dari pemberian pinjaman uang."

Lalu menurut Warren, Reeve, Fess (2005:404)

> "Istilah piutang (*receivable*) meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya."

Sedangkan menurut Horne (2005:258), mendefinisikan

> "Piutang adalah jumlah uang yang dipinjam dari perusahaan oleh pelanggan yang telah membeli barang atau memakai jasa secara kredit".

Piutang menurut PSAK no 9 (revisi 2009) adalah :

> "Menurut sumber terjadinya, piutang digolongkan dalam dua kategori yaitu piutang usaha dan piutang lain-lain. Piutang usaha meliputi piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan. Piutang yang timbul dari transaksi di

luar kegiatan usaha normal perusahaan digolongkan sebagai piutang lain-lain. Piutang usaha dan piutang lain-lain yang diharapkan dapat tertagih dalam satu tahun atau siklus usaha normal, diklasifikasikan sebagai aktiva lancar."

Sedangkan Piutang diungkapkan oleh Zaki Baridwan (2004:125)

"Piutang termasuk dalam komponen aktiva lancar. Dalam hubungannya dalam penyajian piutang didalam neraca digunakan dasar pengakuan nilai realisasi atau penyelesaian. Dasar pengukuran ini mengatur bahwa piutang dinyatakan sesuai bruto tagihan dikurangi taksiran jumlah yang tidak dapat diterima"

Rumus piutang menurut Zaki Baridwan (2004:125)

| Piutang = jumlah bruto tagihan - taksiran jumlah yang tidak diterima |
|---|

Jadi secara umum piutang timbul akibat adanya penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang juga dapat timbul dengan adanya pemberian pinjaman uang kepada individu, perusahaan, atau organisasi atau transaksi-transaksi lainnya yang menciptakan suatu hubungan antara pihak yang memberi pinjaman dengan pihak yang terhutang.Piutang dicatat pada neraca dengan mendebet akun piutang usaha (*account receivable*) dan diklasifikasikan sebagai aktiva lancer.

**2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Piutang**

Menurut Manullang (2005:38) faktor yang mempengaruhi piutang adalah:

1. “Volume penjualan kredit

   Makin besar proposi penjualan kredit dari total penjualan maka jumlah investasi dalam piutang juga demikian artinya perusahaan harus menyediakan investasi yang lebih besar dalam piutang dan meski berisiko semakin besar, profitabilitasnya juga akan meningkat.

2. Syarat pembayaran kredit

   Syarat pembayaran dapat bersifat ketat atau lunak.Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat, artinya keselamatan kredit lebih diutamakan dari pada profitabilitasnya. Syarat pembayaran yang ketat antara lain tampak dari batas waktu pembayaran yang pendek dan pembebanan bunga yang berat untuk pembayaran piutang yang terlambat.

3. Ketentuan tentang pembatasan kredit

   Dalam penjualan secara kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafon bagi kredit yang diberikan kepada para pelanggan. Makin tinggi plafon yang diberikan kepada pelanggan, makin besar pula dana yang di investasikan ke dalam piutang.

4. Kebijakan dalam penagihan piutang

   Kebijakan dalam penagihan piutang secara aktif maupun pasif, dapat dilakukan oleh perusahaan.Perusahaan juga berharap agar pelanggan menyetor pembayaran hutang tepat waktu. Kebijakan ini ditempuh dengan cara:

   a. Memungut secara langsung
   b. Memberi peringatan dengan mengirim surat kepada pelanggan

5. Kebiasaan pembayaran pelanggan

   Sebagai pelanggan mempunyai kebiasaan membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan *cast discount*, sedang sebagian lagi tidak demikian.”

**2.1.2.3 Klasifikasi Piutang**

Banyak perusahan menjual secara kredit agar dapat menjual lebih banyak produk atau jasa. Dengan adanya penjualan kredit maka akan timbul piutang. Piutang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, berikut ini menurut Michell Suharli (2006:202) mengenai pengklasifikasian piutang yaitu:

> “Piutang dapat diklasifikasikan menjadi:
> 1. Piutang Dagang *(trade receivable)*
> 2. Piutang Lain *(other receivable)*
> 3. Piutang Wesel *(notes receivable)”*

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

1. Piutang dagang yaitu jumlah piutang dari pelanggan yang terjadi karena transaksi penjualan barang dan jasa.
2. Piutang wesel yaitu surat pernyataan berhutang atau janji pelunasan secara tertulis.
3. Piutang lainnya yaitu meliputi piutang yang berasal bukan dari perdagangan.

Selanjutnya ketiga jenis *receivable* tersebut dikelompokan lagi menjadi piutang afiliasi atau tidak afiliasi.Piutang afiliasi artinya piutang dari perorangan atau organisasi yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.Sedangkan

piutang tak terafiliasi artinya piutang dari perorangan atau entitas bisnis yang bukan pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan, yang kita sebut pihak ketiga.

**2.1.2.4 Kebijakan Penjualan Kredit**

Gitosudarmo dan Basri (2002) mengatakan bahwa piutang adalah aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya kebijakan penjualan kredit.

Kebijakan penjualan kredit dapat menimbulkan keuntungan-keuntungan dalam bentuk:

a. Kenaikan hasil penjualan.
b. Kenaikan laba. Hal ini adalah sebagai akibat dari kenaikan dalam hasil penjualan akan dapat menimbulkan kenaikan pada laba perusahaan.
c. Memenangkan persaingan. Dalam dunia bisnis saat ini maka hampir semua perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit ini. Oleh karena itu untuk menjaga posisi perusahaan di dalam persaingan maka haruslah dilakukan politik penjualan kredit tersebut, apabila tidak ingin merosot dalam posisi persaingan di pasar. Kebiajakan penjualan kredit yang agresif akan dapat merangsang minat calon konsumen akan dimungkinkan untuk memakai dn menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli; sehingga pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan membayarnya nanti di kemudian hari.

Kebijakan penjualan kredit terdiri dari empat variabel,yaitu:

1. Periode kredit, yaitu jangka waktu yang diberikan kepada pembeli untuk membayar pembelian mereka.
2. Standar kredit, yang mengacu pada kemampuan keuangan dari para pelanggan yang dapat diterima.
3. Kebijakan penagihan, yang diukur dengan keketatan atau kelonggaran yang diberikan perusahaan dalam menagih piutang yang lamban pembayarannya.
4. Diskon atau potongan yang diberikan untuk pembayaran yang lebih cepat, termasuk persentase diskon dan seberapa cepat pembayaran harus dilakukan agar mendapat diskon tersebut.

**2.1.2.5 Metode Piutang Tak Tertagih**

Menurut Herry (2002:269) jika perusahaan tidak mampu menagih piutang dari pelanggan sehingga menciptakan beban, maka disebut dengan beban piutang tak tertagih

Menurut Kieso (2008:350) yang diterjemahkan oleh Emil salim piutang tak tertagih adalah sebagai berikut:

> "Kerugian pendapatan, yang memerlukan, melalui ayat jurnal pencatatan yang tepat pada akun, penurunan aktiva piutang usaha serta penurunan yang berkaitan dengan laba".

Maka kesimpulan dari beberapa teori di atas bahwa piutang tak tertagih adalah piutang yang tidak terbayarkan oleh konsumen.

Menurut Michell Suharli (2006:205) pencatatan transaksi terhadap piutang tak tertagih memiliki dua pilihan metode yaitu :

1. "Metode Langsung (*direct method)*

2. Metode Penyisihan *(allowance methode)"*

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

1. Metode Langsung

   Metode langsung mengakui beban piutang tak tertagih pada saat terjadinya, sehingga mungkin saja jumlah besar piutang tak tertagih menyebabkan penurunan laba bersih yang sinifikan pada saat periode tertentu. Menurut metode penghapusan langsung, ketika keterangan laporan dianggap tidak tertagih, kerugian dijurnal ke akun *"bad debt expense"* atau "*uncollectible expense".* Perusahaan memilih metode ini karena menggambarkan benar kapan piutang benar-benar tidak dapat tertagih. Namun kerugiannya, laporan laba/rugi bersih menjadi terganggu apabila jumlah beban tak tertagih dilaporkan dalam jumlah besar. Gangguan atas laporan laba/rugi bersih tersebut dapat mempengaruhi keputusan para pengguna. Guna menyiasati agar laporan laba/rugi tidak terganggu, beberapa perusahaan mencadangkan piutang tak tertagih meskipun belum benar-benar tidak tertagih sebagaimana dinyatakan dalam metode penyisihan.

2. Metode Penyisihan

   Metode penyisihan mengakui beban penyisihan piutang tak tertagih setiap akhir periode agar tidak mengganggu laba bersih secara signifikan. Metode penyisihan menuntut perusahaan menghitung jumlah kemungkinan piutang tak tertagih pada setiap akhir periode. Hal ini menyediakan laporan piutang yang seolah menjamin berapa kas yang dapat diterima dari piutang yang dilaporkan. Metode penyisihan memiliki 3 hal yang harus diperhatikan:

a. Piutang tak tertagih adalah perkiraan. Perkiraan ini dianggap sebagai beban dikaitkan dengan penjualan pada periode akuntansi yang sama ketika penjualan tersebut terjadi sesuai prinsip perbandingan.
b. Perkiraan piutang tak tertagih mendebet *"account expense"* dan mengkredit *"allowance for doubtful account"* . jurnal ini menjadi ayat jurnal penyesuaian dalam akhir setiap periode dan akun "*allowance for doubtful account"* dilaporkan di laporan neraca menjadi kontra akun dari akun *"account receivable"*. Dengan demikian saldo normal perkiraan "*allowance for doubtful account"* adalah kredit.

3. Ketika piutang yang spesifik dihapuskan karena tak tertagih, akuntan mendebet "*allowance for doubtful account"* dan mengkredit *"accounts receivable"* sejumlah piutang yang tidak tertagih.

### 2.1.3 Laba

#### 2.1.3.1 Pengertian Laba Bersih

Menurut Nasution & Lisa (2013:4) yang dimaksud dengan laba bersih adalah

> "Laba bersih merupakan selisih positif antara total pendapatan dengan total biaya pendapatan denan total biaya. Sehingga besarnya jumlah laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada kedua pos tersebut".

Sedangkan menurut Hery (2013:46) yang dimaksud dengan laba bersih adalah

> "Laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transkasi-transkasi ini diiktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode tertentu".

Menurut Soemarso (2005 :230)

> "Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Apabila beban lebih besar dari pendapatan, selisihnya disebut rugi. Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik (berkala). Laba atau rugi ini belum merupakan laba atau rugi sebenarnya baru dapat diketahui apabila perusahaan telah meghentikan kegiatannya dan dilikuidasi".

Rumus Laba menurut Stice dan Skousen (2004:241)

| |
|---|
| Laba = Laba sebelum pajak-pajak |

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulakan bahwa laba bersih merupakan selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, yang diperoleh dari transaksi-transaksi atau kejadian yang mempengaruhi badan usaha dalam suatu periode tertentu. Laba dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan penjualan dan maminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan.

**2.1.3.2 Jenis- Jenis Laba**

Menurut Stice dan Skousen (2004:241) jenis-jenis laba dalam kaitannya dengan perhitungan laba-rugi terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Laba Kotor

   Yang dimaksud dengan laba kotor adalah selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok persediaan.

2. Laba Operasional

   Laba operasional merupakan hasil dari aktivitas yang termasuk rencana-rencana kecuali ada perubahan-perubahan besar dalam ekonomi yang dapat diharapkan akan dicapai setiap tahun. Oleh karena, angka ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk hidup dan mencapai laba yang pantas sebagai balas jasa pada pemilik modal.

3. Laba sebelum di kurangi pajak

   Laba sebelum dikurangi pajak merupakan laba operasi ditambah hasil usaha dan dikurangi biaya diluar operasi biasa. Bagi pihak-pihak tertentu dalam hal pajak,angka itu adalah yang terpenting kerena jumlah ini menyatakan laba yang pada akhirnya dicapai perusahaan.

4. Laba sesudah pajak atau laba bersih

   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.

**2.1.3.3 Konsep Laba**

Dalam kehidupan yang nyata konsep laba sangat diperlukan dalam proses dunia atau bisnis, dimana konsep ini sebagai pedoman dalam pembuatan laporan keuangan bagi pihak-pihak tertentu dan berguna dalam pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan dikeluarkan.

Menurut Sofyan S. Harahap (2002;273) konsep laba terdiri dari berbagai macam bentuk atau jenis diantaranya adalah:

A. “Konsep Laba Akuntansi

B. Konsep Laba Ekonomi

C. Konsep *Capital Maintenance”.*

Adapun penjelasan dari kutipan diatas adalah:

A. Konsep Laba Akuntansi dimana konsep ini menyatakan lima dari khas laba yang akuntansi diantaranya adalah ;

1. Laba akuntansi didasarkan pada transaksi *actual* yang dilakukan oleh perusahaan (terutama pendapatan yang timbul dari penjualan barang atau jasa dikurangi biaya diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu).
2. Didasarkan pada postulat periodik dan berhubungan dengan prestasi keuangan perusahaan selama periode tertentu.
3. Didasarkan pada prinsip pendapatan dan membutuhkan definisi pengukuran dan pengakuan pendapatan.
4. Membutuhkan pengukuran biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan hasil tertentu.

Didasarkan pada prinsip *matching* artinya hasil dikurangi biaya yang diterima atau dikeluarkan dalam periode yang sama.

B. Konsep Laba Ekonomi, yang menyatakan bahwa laba adalah kenaikan dalam kekayaan dan dikaitkan dengan praktis bisnis. Laba ekonomi sebagai peristiwa yang dihubungkan dengan tiga tahapan yaitu :

1. *Physical income* yaitu konsumsi barang atau jasa pribadi yang sebenarnya memberikan kesenangan fisik dan pemenuhan kebutuhan, laba jenis ini tidak dapat diukur.

2. *Real income* adalah ungkapan kejadian yang memberikan peningkatan terhadap kesenagan fisik. Ukuran ini yang digunakan adalah “biaya hidup” *(Cost of living).*
3. *Money income* merupakan hasil uang yang diterima dan dimasukin untuk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup.

C. Konsep *Capital Maintenance* ada dua konsep utama pemeliharaan modal atau pemulihan biaya yaitu :

1. *Financial Capital* (dalam satuan unit uang) yang terdiri :
   A. *Money Maintenance* yaitu modal keuangan yang diukur dengan jumlah unit uang. Modal uang yang diinvestasikan, dipelihara dan laba yang dihasilkan sama dengan perubahan aktiva bersih yang disesuaikan dengan transaksi modal yang dinyatakan dalam satuan uang.
   B. *General Purchasing power Money Maintenance* yaitu modal keuangan diukur dengan jumlah unit daya beli yang sama. Daya beli modal keuangan yang dinvestasikan, dipelihara, dan laba yang dihasilkan sama dengan perubahan dalam aktivitas bersih yang disesuaikan dengan transaksi modal yang diinyatakan dalam jumlah unit daya beli.
2. *Physical Capacity* (dalam satuan unit daya beli umum) terdiri dari :
   A. *Productive Capacity Maintenance* yaitu modal fisik diukur dalam jumlah unit uang kapasitas produksi yang digunakan, dipelihara, kapasitas produksi dapat diartikan sebagai kapasitas fisik, kapasitas untuk beroperasi, volume barang dan jasa yang sama dengan kapasitas atau memproduksi nilai barang dan jasa yang sama.

B. *General Purchasing Power Productive Capacity Maintennance* yaitu modal fisik diukur dalam jumlah unit daya beli yang sama. Konsep ini disesuaikan dengan tingkat harga umum.

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa konsep laba akuntansi didasarkan pada transaksi aktual, didasarkan pada postulat periodik, didasarkan pada prinsip pendapat, pengukuran biaya dan didasarkan pada prinsip *matching* yang dilakukan oleh perusahaan. Konsep laba ekonomi adalah kenaikan dalam kekayaan dan bisnis yang dihubungkan dengan tiga tahapan yaitu *phisical income, real income, money income*. Kemudian konsep *capital maintennance* yang dihubungkan dengan pemeliharaan modal atau pemulihan biaya yang terdiri *financial capital dan physical capacity*.

**2.1.3.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Laba**

Laba merupakan pos yang penting dan paling dasar dari ikhtisar keuangan yang memiliki beberapa kegunaan. Dalam berbagai konteks laba pada umumnya dipandang sebagai dasar bagi perpajakan, penentuan kebijakan, pembayaran dividen, pedoman investasi, pengambilan keputusan (decision making), dan unsur prediksi.

Menurut Mulyadi (2009;513) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap laba, antara lain:

1. “Biaya

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

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

3. Volume penjualan dan produksi

   Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi".

Sedangkan menurut Sofyan S.Harahap (2002;233) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba diantaranya adalah:

1. "Perubahan dalam prinsip akuntansi adalah perubahan yang diterima umum dengan prinsip lain yang juga diterima umum yang lebih baik, misalnya menggunakan metode penyusutan *straight line* yang sebelumnya *declining balance*, FIFO ke LIFO dan sebagainya.
2. Perubahan dalam taksiran adalah merubah taksiran dari yang ditetapkan setelah taksiran tersebut tidak sesuai dengan apa yang kita taksir, contoh taksiran umur, taksiran deposit, barang tambang dan lain -lain jika beberapa lama kita mendapat informasi yang baru sehingga mengubah taksiran yang lama tersebut.
3. Perubahan dalam pelaporan *entity* adalah perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan yang material yang terjadi dalam *entity* yang sebelumnya dilaporkan melalui laporan keuangan misalnya anak perusahaan yang sebelumnya dilaporkan mengalami perubahan penting dibanding dengan keadaan sebelumnya".

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa faktor yang mempengaruhi laba yaitu biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah produk, dan harga jual mempengaruhi volume penjualan, dan besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi, kemudian perubahan dalam prinsip akuntansi, perubahan dalam taksiran, dan perubahan dalam pelaporan *entity*.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Tujuan utama suatu perusahaan adalah mencapai laba yang maksimal. Laba yang maksimal dapat diperoleh melalui peningkatan volume penjualan.

Semakin tinggi volume penjualan, maka semakin besar pula laba yang akan diperoleh. Penjualan merupakan unsur utama dalam mempebesar laba disamping unsure-unsur lain seperti pendapatan sewa, pendapatan bunga, dan lain sebagainya. Laba merupakan kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi (Harahap 2008:113).

Laporan keuangan merupakan per tanggung jawaban manejemen kepada parapemilik perusahaan atas kinerja yang telah dicapainya dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan kepadanya serta merupakan laporan akuntansi utama yang mengkomunikasikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalammembuat analisis ekonomi dan peramalan untuk masa yang akan datang (Suwardjono, 2008: 54).

Berbagai cara ditempuh oleh pihak manajemen untuk meningkatkan volume penjualan. Salah satu cara untuk meningkatkan laba perusahaan yaitu penjualan secara kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang kepada konsumen.Piutang juga merupakan hak perusahaan untuk menerima kas di masa yang akan datang, yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai piutang usaha dan piutang wesel (S. Munawir, 2008:228)

### 2.2.1 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

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 perolehan laba juga akan ikut turun."

Budi Rahardjon (2000:33) bahwa:

> "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".

Dari teori menunjukan bahwa untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan harus mampu menciptakan penjualan yang berkualitas dan menghasilkan volume produksi yang banyak. Dengan demikian berarti makin banyak volume penjualan yang dihasilkan maka laba yang diperoleh akan semakin besar.

Putu Rustami, I Ketut Kirya, dan Wayan Cipta hasil penelitian menunjukan bahawa volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba.

Eva Eresti (2008) hasil Penelitian adanya hubungan volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan.

I Wayan, Njuman, dan Kadek Rai hasil penelitian menunjukan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UD.

### 2.2.2 Pengaruh Piutang Terhadap Laba Bersih

Menurut Muhammad Muslich (2003:109) menyatakan bahwa:

> "Piutang terjadi karena penjualan barang dan jasa tersebut dilakukan secara kredit yang umumnya dilakukan untuk memperbesar penjualan dan memperoleh laba".

Bambang Riyanto (2008:85), menyebutkan bahwa:

> "Makin besarnya jumlah piutang berarti semakin besar resiko, tetapi bersamaan dengan itu juga akan memperbesar profitability (laba)."

Sofyan Syafri Harahap (2004:263) bahwa

> “Pendapatan, perubahan piutang, perubahan persediaan, perubahan biaya administrasi dan penjualan, perubahan gross profit margin serta perubahan arus kas ada pengaruh secara signifikan dalam memprediksi laba bersih dan arus kas di masa yang akan datang.

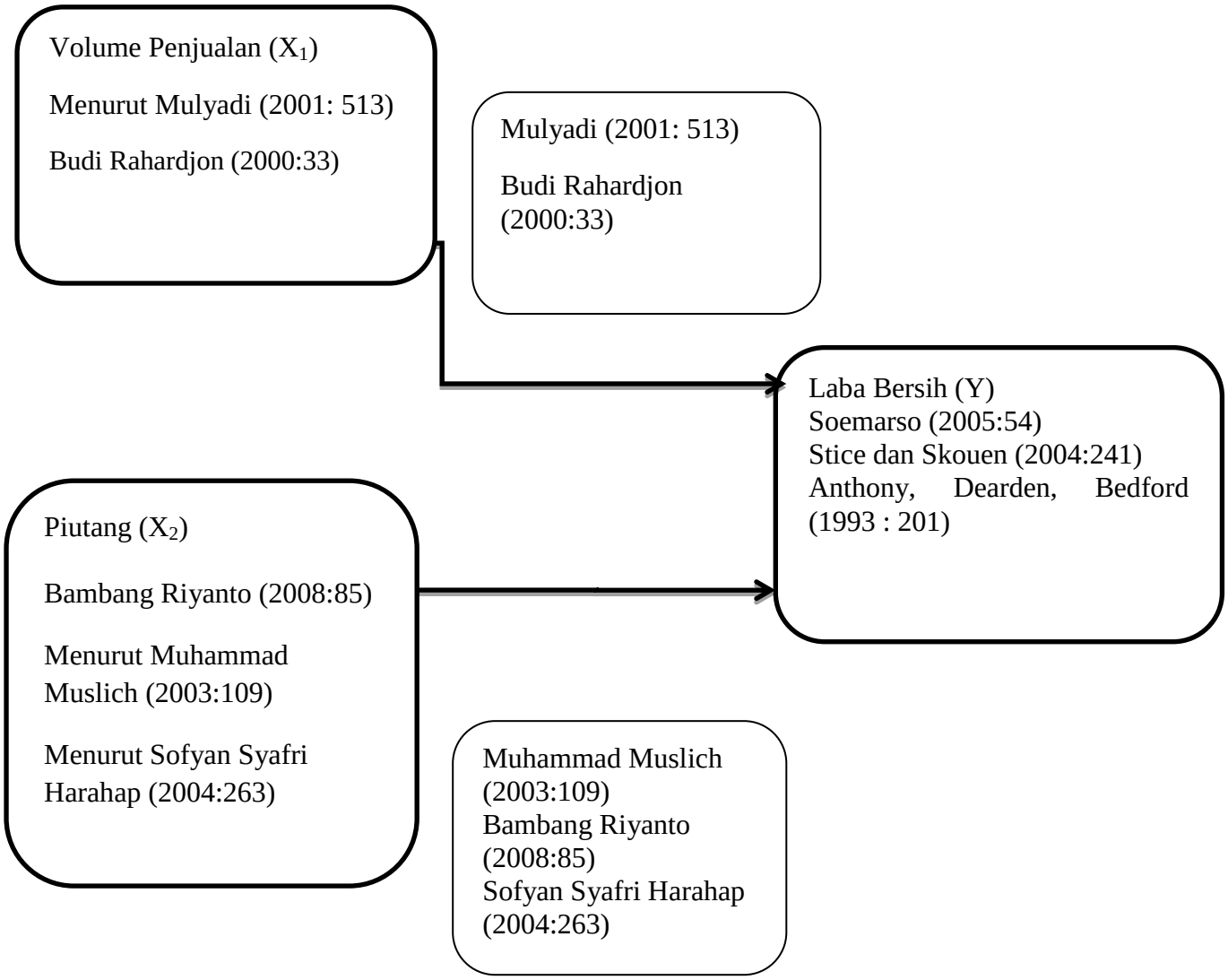
Dari teori menunjukan bahwa piutang terjadi karena penjualan barang dan jasa dilakukan dengan secara kredit namun makin besar jumlah piutang berarti semakin besar resiko tetapi bersamaan dengan itu ada pengaruh signifikan dalam memprediksi laba bersih.

Yustina Sandiyani dan Titik Aryati (2001) hasil penelitian menunjukan bahwa piutang berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.

Pardi dan Yekti Wijayanti (2010) hasil penelitian menunjukan bahwa Piutang berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.

Enik Kusumawati (2000-2005) hasil Penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, piutang, persediaan, dan biaya operasi terhadap penjualan memiliki kemampuan yang signifikan untuk memprediksi laba.

Apabila digambarkan dalam sebuah skema kerangka pemikiran, maka akan tampak gambar berikut:




**Gambar 2.1**

**Paradigma Penelitian**

## 2.3 Hipotesis

Kata hipotesis berasal dari kata "*hipo*" yang artinya lemah dan "*tesis*" berarti pernyataan.Dengan demikian hipotesis berarti pernyataan yang lemah, disebut demikian karena masih berupa dugaan yang belum teruji kebenarannya.

Menurut Kuncoro (2003:48) menyatakan:

> "Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi".

Menurut Sugiyono (2011:64)

> "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan."

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka peneliti berasumsi mengambil keputusan sementara (hipotesis) adalah sebagai berikut:

H1 = Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih.

H2 = Piutang berpengaruh terhadap Laba Bersih.