

**ANALISIS PERTUMBUHAN PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN
LABA PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV (PERSERO)**

MEDAN

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S,E)
Program Studi Akuntansi*



Oleh :

Nama : HAZIZAH MUSTIKA HARAHAHAP

NPM : 1305170502

Program Studi : Akuntansi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2017

ABSTRAK

HAZIZAH MUSTIKA HRP. NPM. 1305170502. Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan.

Tujuan penulis untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana pertumbuhan penjualan yang terjadi dalam meningkatkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan tahun 2011-2015.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, dengan objek penelitian adalah laporan keuangan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan. Dimana pada penelitian ini menganalisis pertumbuhan penjualan dalam meningkatkan laba.

Hasil penelitian menunjukkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan cenderung mengalami fluktuasi dari tahun 2011 sampai dengan 2015. Pertumbuhan penjualan belum mampu meningkatkan laba dimana pertumbuhan penjualan pada beberapa tahun mengalami penurunan sehingga laba mengalami penurunan atau mengalami kerugian, hal ini disebabkan oleh beban operasi perusahaan tiap tahunnya bertambah, turunnya harga kelapa sawit dan teh dipasaran sehingga harga pokok penjualan melebihi penjualan.

Kata Kunci : *Pertumbuhan Penjualan dan Laba*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi'l'allamin dengan segenap kerendahan hati memanjatkan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan ridho dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam atas junjungan Rasul Allah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyusun skripsi ini berdasarkan pengamatan data-data dari PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan dan dari berbagai buku-buku yang mendukung penelitian ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis sadar akan keterbatasan dan kemampuan yang ada, namun walaupun demikian penulis berusaha agar skripsi ini sempurna sesuai yang diharapkan. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan yang diberikan beberapa pihak yang terkait maka skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu izinkan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua saya yang paling saya sayangi dan cintai, Ayahanda Ali Basyar Harahap dan ibunda Mawar Siregar yang telah memberikan dukungan, nasehat, perhatian yang sangat luar biasa kepada penulis, cinta dan kasih sayang yang

begitu besar, serta doa yang tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab.

2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku rector Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti, SE, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Henny Zurika Lubis SE, M.Si selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan membina sehingga tersusunnya proposal ini.
5. Ibu Elizar Sinambela, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi
6. Ibu Fitriani Saragih SE, M.Si selaku sekretaris Program Studi Akuntansi
7. Ucapan terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu yang berada Di PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan yang sudah banyak membantu peneliti dalam proses untuk melakukan penelitian.
8. Kakak penulis Seri Bulan dan Adik penulis Riski Martondi, Novita Fitriani terima kasih telah memberikan semangat dukungan dan Doa-nya kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis Seri Mahdiani, Lisa Anggiliansi, Latifa hannum, Sahdiah, Mentari Nafisah, Nova Rahayu, Sriwahyuni, Ummu Habibah, dan teman-teman kelas B Akuntansi angkatan 2013 juga kelas E Akuntansi Malam Angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan motivasi selama penyusunan Laporan magang ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis mengharapkan semoga

skripsi ini dapat bermamfaat bagi penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberika keridhoaannya pada skripsi ini juga selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua serta keselamatan dunia akhirat.

Amin ya Rabbal Allamin.

Medan, April 2017
Penulis

Hazizah Mustika Harahap

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Uraian Teoritis	7
1. Pertumbuhan Penjualan	7
a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan	7
b. Standar Pengukuran Pertumbuhan Penjualan.....	9
c. Faktor-faktor Pertumbuhan Penjualan	11
d. Persyaratan Penjualan	13
2. Laba	13
a. Pengertian Laba	13
b. Jenis-jenis Laba	21
c. Unsur-unsur Laba.....	22
d. Tujuan Laba.....	23
e. Manfaat Laba	24
f. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba.....	25
g. Karakteristik Laba.....	28
h. Pengukuran Laba	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Pendekatan Penelitian	33
B. Defenisi Operasional.....	33
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
D. Jenis dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35

F. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	37
2. Deskripsi Data	37
B. Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.I	Data Pertumbuhan Penjualan dan Laba	3
Tabel II.I	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III.I	Waktu Perencanaan Penelitian	34
Tabel IV.I	Data Pertumbuhan Penjualan	39
Tabel IV.II	Data Laba Bersih Perusahaan.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.I Kerangka Berpikir	32
Gambar IV.I Pertumbuhan Penjualan.....	39
Gambar IV.II Laba Bersih	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatkan penjualan serta cara-cara pemasaran merupakan faktor penentu untuk dapat mengetahui besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan, sedangkan besar kecilnya laba perusahaan dapat dipengaruhi oleh harga pokok, biaya pemasaran serta banyaknya barang yang dijual oleh perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan hasil penjualan dalam usaha memperoleh laba yang diinginkan maka sebaiknya perusahaan memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan usaha meningkatkan jumlah barang yang dijual.

Laba adalah kenaikan modal (aset bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama periode kecuali yang timbul dari pendapatan (revenue) atau investasi oleh pemilik (Emma Lilianti,2015).

Perusahaan dengan laba bertumbuh, dapat memperkuat hubungan antara besarnya atau ukuran perusahaan dengan tingkatan laba yang diperoleh. Dimana perusahaan dengan laba bertumbuh akan memiliki jumlah aktiva yang besar sehingga memberikan peluang yang lebih besar didalam menghasilkan profitabilitasnya.

Adapun salah satu parameter penilaian kinerja perusahaan tersebut laba bersih kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi

keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas, pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa aktivitas atau investasi.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan adalah pertumbuhan penjualan, perputaran aktiva, current ratio, beban-beban operasional, tingkat utang dan modal (Munawir, 2010:64). Pertumbuhan penjualan sangat diinginkan perusahaan kerana pertumbuhan perusahaan mencerminkan suatu pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai perubahan penjualan pertahun.

Pertumbuhan penjualan adalah perubahan penjualan pada laporan keuangan per tahun. Pertumbuhan berkaitan dengan bagaimana terjadinya stabilitas peningkatan penjualan kedepan. Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan cepat yang diharapkan dan industry dimana perusahaan beroperasi, pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari hidup produk.

Kenaikan pertumbuhan penjualan relative besar dari pada kenaikan biaya usaha yang akan memperoleh keuntungan yang jauh lebih besar. Hal ini secara tidak langsung akan mengakibatkan peningkatan nilai penjualan. Namun akan berlaku sebaliknya jika penurunan penjualan menyebabkan pertumbuhan penjualan yang akan berpengaruh terhadap perolehan laba perusahaan.

Semakin tinggi pertumbuhan penjualan berarti semakin efektif penggunaan penjualan tersebut, pertumbuhan penjualan yang efektif sangat penting bagi perusahaan, karena dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan suatu perusahaan. (Mamduh M, Hanafi.2003:83).

Adapun alasan peneliti mengambil perusahaan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan karena PT. Perkebunan Nusantara IV beralamat di Jl. Letjend Suprpto No. 2 Medan , Sumatera Utara merupakan salah satu dari 14 Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Perkebunan hasil perkebunan. Kegiatan usaha perseroan mencakup usaha budidaya dan pengolahan tanaman kelapa sawit dan teh.

Tahun 2015 merupakan tahun yang menantang bagi sector agrabisnis. Perlambatan ekonomi global telah menurunkan permintaan atas produk komoditas, sehingga mengakibatkan turunnya harga-harga komoditas. Harga jual rata-rata komoditi kelapa sawit dan teh tahun 2015 mengalami penurunan dibandingkan harga jual tahun 2014.

TABEL 1.1
Data Pertumbuhan Penjualan dan Data Laba
PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero)

Tahun	Kelapa Sawit dan Teh		
	Penjualan (Rp)	Pertumbuhan Penjualan	Laba Bersih (Rp)
2011	5.536.382.794.637	-	4.389.173.889.766
2012	5.319.117.422.548	-3,92%	3.901.685.513.258
2013	5.238.000.021.635	-1,52%	3.818.378.966.574
2014	6.213.939.790.677	18,63%	4.724.475.745.602
2015	5.070.056.235.407	-18,40%	3.839.594.168.053

Sumber : Laporan keuangan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan

Pada tabel diatas dapat kita lihat data pertumbuhan penjualan dan data laba dari tahun 2011-2015. Pada tahun 2013 pertumbuhan penjualan meningkat sebesar -2.4% dari tahun sebelumnya sedangkan laba bersih mengalami penurunan sebesar Rp.83.306.546.684. Pada tahun 2014 pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan sebesar -20,15% dari tahun sebelumnya sedangkan laba bersih mengalami kenaikan yang drastis sebesar Rp.-906.096.779.028. Pada tahun 2015 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan yang drastis sebesar 37,03% dari tahun sebelumnya sedangkan laba bersih mengalami penurunan sebesar Rp.884.881.577.549. Sementara teori menyatakan “semakin tinggi pertumbuhan penjualan berarti semakin efektif penggunaan penjualan tersebut. Pertumbuhan penjualan sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan suatu perusahaan”. (Mamduh M, Hanafi, 2003:83). Penjualan yang menurun menunjukkan bahwa tidak terjadi pertumbuhan usaha, semakin rendanya produktivitas dan berarti bahwa ada permasalahan yang besar didalam penetapan strategi penjualan. Apakah berkaitan dengan penurunan volume penjualan maupun harga, kemampuan memasarkan, produk yang kurang diminati, dan lain-lain.(Syafrida Hani,2015:142).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan mengemukakan pertumbuhan penjualan kelapa sawit dan teh terhadap laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul **“Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, dapat diidentifikasi masalah yaitu:

1. Terjadinya kenaikan pertumbuhan penjualan tahun 2013 pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) tidak diikuti dengan peningkatan laba bersih.
2. Terjadi penurunan penjualan dan laba bersih tahun 2015 pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pertumbuhan penjualan pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) dalam meningkatkan laba bersih.
2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan pada laba bersih.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis bagaimana PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan dalam meningkatkan laba.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan dan laba.

2. Manfaat Penelitian

a. Peneliti

Dapat digunakan sebagai informasi didalam penelitian untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai pertumbuhan penjualan kelapa sawit dan teh terhadap laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan.

b. Perusahaan

Dapat memberikan gambaran mengenai pertumbuhan penjualan kelapa sawit dan teh terhadap laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan. Dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan yaitu dalam hal penjualan kelapa sawit dan teh dari laba yang diperoleh. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan.

c. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya agar dapat digunakan sebagai perbandingan untuk pihak-pihak yang ingin malakukan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Pertumbuhan Penjualan

a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan juga mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Secara keuangan tingkat pertumbuhan dapat ditentukan dengan mendasarkan pada kemampuan keuangan perusahaan.

Menurut Swastha dan Handoko (2001), “pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan”. Dengan demikian dapat diketahui bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan kearah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dan aktivitas utama operasinya. Jika, pertumbuhan yang terjadi dalam perusahaan dagang sering dikatakan sebagai tingkat pertumbuhan penjualan.

Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari penambahan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapat tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan. Perhitungan tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik.

Menurut Brealey (2011) menjelaskan tentang *Pecking Order Theory*. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan yang penjualannya tumbuh secara besar akan menghasilkan laba yang cukup tinggi sehingga perusahaan lebih cenderung untuk membiayai kegiatan operasi perusahaannya dengan dana intern yang dimilikinya yang berasal dari hasil operasinya.

Pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan adalah dimana penjualan perusahaan dapat bertumbuh, tergantung pada bagaimana dukungan aset terhadap peningkatan penjualan. Selain melalui tingkat penjualan, pertumbuhan penjualan dapat juga diukur dari pertumbuhan aset atau dengan kesempatan investasi yang diprediksikan dengan berbagai macam kombinasi nilai set kesempatan investasi (*Investment Opportunity Set*).

Murni dan Andriana (2007) menyatakan, pendekatan pertumbuhan perusahaan merupakan suatu komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan komponen untuk menilai prospek perusahaan pada

masa yang akan datang dan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan total pertumbuhan penjualan.

Dalam praktek, pertumbuhan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor kondisi dan kemampuan penjual dan kondisi pasar (Swastha dan Handoko,2001). Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli atau segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian.

b. Standar Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan dilakukan dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah, dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. (Elfianto Nugroho,2011) untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{penjualanperiodeini} - \text{penjualanperiodesebelumnya}}{\text{penjualanperiodesebelumnya}} \times 100\%$$

Menurut Kasmir (2008:104), “Penjualan memiliki pengaruh yang strategi bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka

aktiva harus ditambah”. Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Kenaikan penjualan menunjukkan presentase kenaikan penjualan tahun ini yang dibandingkan dengan tahun lalu, semakin tinggi presentase yang diperoleh maka semakin baik bagi perusahaan.

Menurut Kesuma (2009:42) “ Tingkat pertumbuhan penjualan yaitu kenaikan atau penurunan jumlah penjualan dari ke tahun atau dari waktu ke waktu”. Bila perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mampu memenuhi kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut membelanjai asetnya dengan utang.

Menurut Amstrong (2002:327) ada empat tahap daur hidup yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan, yaitu:

a. Tahap Introduksi

Tahap ini mulai ketika produk baru pertama kali diluncurkan. Hal ini membutuhkan waktu, dan pertumbuhan penjualan cenderung lambat. Dalam tahap ini kalau dibandingkan dengan tahap-tahap yang lain, perusahaan masih merugi atau berlaba kecil karena penjualan yang lambat dan biaya distribusi serta promosi yang tinggi.

b. Tahap Pertumbuhan

Pada saat ini pertumbuhan penjualan meningkat dengan cepat, laba meningkat, karena biaya promosi dibagi volume penjualan yang tinggi, dan juga karena biaya produksi perunit turun.

c. Tahap menjadi dewasa

Tahap dewasa ini berlangsung lebih lama dari pada tahap sebelumnya dan memberikan tantangan kuat bagi manajemen pemasaran. Penurunan pertumbuhan penjualan menyebabkan banyak produsen mempunyai banyak produk yang dijual.

d. Tahap Penurunan

Penjualan menurun karena berbagai alasan, termasuk kemajuan teknologi, selera konsumen berubah dan meningkatnya persaingan ketika penjualan dan laba menurun, beberapa perusahaan mundur dari pasar. Perusahaan yang masih bertahan dapat mengurangi macam produk yang ditawarkan.

Bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi kecenderungan perusahaan membagikan dividen lebih konsisten dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya rendah (Hatta,2002).

c. Faktor-faktor Pertumbuhan Penjualan

Dalam praktek, pertumbuhan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut : (Swastha dan Irawan, 2000)

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

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

2. Kondisi Pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjual, dapat pula mempengaruhinya kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- a. Jenis pasarnya
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c. Daya belinya
- d. Frekuensi pembelian

Dengan demikian dapat diketahui bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan kearah yang lebih baik jika peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Jadi pertumbuhan yang terjadi dalam perusahaan dagang sering dikatakan sebagai tingkat pertumbuhan penjualan.

d. Persyaratan Penjualan

Persyaratan penjualan terdiri dari 3 (tiga) unsure yang berbeda yaitu:

1. Periode untuk mana kredit diberikan (periode kredit).
2. Potongan tunai dan kredit diskon.
3. Bentuk instrument kredit.

2. Laba

a. Pengertian Laba

Perusahaan mempunyai tujuan dalam kegiatan menjalankan usahanya yaitu dengan adanya peningkatan atau laba perusahaan. Laba sangatlah diinginkan oleh perusahaan karena laba mencerminkan suatu pertumbuhan perusahaan. Perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen agar selalu memilih produknya. Untuk itu faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan harus benar-benar diperhatikan.

Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut perusahaan akan dapat menetapkan kebijakan untuk mengantisipasi kondisi tersebut, sehingga perusahaan dapat menjual produk dalam jumlah yang besar dan volume penjualan akan meningkat yang mengakibatkan laba perusahaan akan meningkat pula. Dengan meningkatnya laba perusahaan, maka keuntungan yang diperoleh para investor akan meningkat.

Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Syafrida Hani (2015: 42) menyatakan bahwa: “Laba merupakan hasil aktivitas operasi yang mengukur

perubahan kekayaan pemegang saham selama satu periode dan mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan”.

Proses menganalisis perusahaan, disamping dilakukan dengan melibatkan laporan keuangan perusahaan, juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Dari sudut pandang investor, salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan dimasa yang akan datang adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan laba perusahaan.

Menurut PSAK Nomor 1 informasi laba diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumberdaya ekonomis yang mungkin dapat dikendalikan dimasa depan menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada, dan untuk perumusan pertimbangan tentang efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya (IAI 2007). Bagi pemilik saham dan atau investor, laba berarti peningkatan nilai ekonomis (*wealth*) yang akan diterima, melalui pembagian deviden. Laba juga digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan selama periode tertentu yang pada umumnya menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumberdaya yang dipercayakan kepada mereka, serta dapat dipergunakan untuk memperkirakan prospeknya dimasa depan.

Laba adalah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expenses*). Laba merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta

perusahaan. Laba harus direncanakan dengan baik agar manajemen dapat mencapainya secara efektif. (Darsono, 2008:121).

Menurut Harahap (2011:300) *Committee on Terminology* mendefinisikan laba sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan operasi. Menurut APB Statement mengartikan laba sebagai kelebihan penghasilan biaya selama satu periode akuntansi. FASB Statement mendefinisikan *Accounting Income* atau laba akuntansi sebagai perubahan dalam equity (net asset) dari suatu entity selama satu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal dari bukan pemilik. Dalam *income* termasuk seluruh perubahan dalam *equity* selain dari pemilik dan pembayaran kepada pemilik.

Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Laba diperoleh dari hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya. Jadi untuk meningkatkan laba, perusahaan harus mampu meningkatkan penjualan, atau menekan biaya. Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks, pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan.

Bagi pemilik saham dan investor, laba berarti peningkatan nilai ekonomis (*wealth*) yang akan diterima, melalui pembagian dividen. Laba juga

digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan selama periode tertentu yang pada umumnya menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka, serta dapat dipertanggungjawabkan untuk memperkirakan prospeknya dimasa depan.

Dalam laporan keuangan yaitu laporan laba rugi terdapat komponen yang disebut *income* dan *earnings* adalah pendapatn yang menyangkut keuangan perusahaan yang disajikan dalam laporan keuangan yang diperoleh dari kegiatan operasional.

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Para akuntan menggunakan istilah "*net income*" untuk menyatakan kelebihan pendapatan atas biaya dan istilah "*net loss*" untuk menyatakan kelebihan biaya atas pendapatan. Untuk menentukan keputusan investornya, calon investornya, calon investor perlu menilai perusahaan dari segi kemampuan untuk memperoleh laba bersih sehingga diharapkan perusahaan dapat memberikan tingkat pengambilan yang tinggi. Laba merupakan hasil aktivitas operasi yang mengukur perubahan kekayaan pemegang saham selama satu periode dan mencerminkan kemampuan perusahaan yang menghasilkan keuntungan (estimasi laba masa depan).

Laporan laba rugi dapat digunakan untuk membantu pemakai laporan keuangan memprediksi arus kas masa depan. Seperti yang dijelaskan Kieso

(2005 : 36) informasi laba rugi dapat digunakan oleh investor dan kreditor untuk :

1. Mengevaluasi kinerja masa lampau perusahaan. Dengan memeriksa pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya, maka pemakai laporan laba rugi dapat menilai kinerja perusahaan dan membandingkan dengan perusahaan pesaing.
2. Menyediakan basis untuk memprediksi kinerja dimasa yang akan datang informasi kinerja masa lampau dapat digunakan untuk menentukan trend penting yang menyediakan informasi kinerja masa datang.
3. Membantu menilai risiko dan ketidakpastian dari arus kas masa datang. Komponrn-komponen dalam informasi laba, seperti pendapatan, biaya, laba dan rugi menggambarkan hubungan diantara komponen tersebut dan dapat digunakan untuk menilai risiko pada tingkat tertentu suatu arus kas dimasa datang.

Menurut Kusuma (2012), informasi pada laporan laba rugi yang menyajikan informasi laba kotor, laba operasi dan laba bersih dapat digunakan untuk menilai dan mengukur kinerja perusahaan yang mampu menggambarkan kondisi dan prospek perusahaan dimasa mendatang dengan baik.

Menurut Syafrida Hani (2015:82) konsep laba ekonomi yaitu untuk mengukur perubahan nilai pemegang saham, dimana laba adalah arus kas (yang sudah direalisasikan) dan laba atau rugi kepemilikan (yang belum dibagi), baisanya untuk menentukan tingkat pengembalian saham untuk periode berjalan tanpa menggunakan harga pasar. Laba permanen atau laba

berkelanjutan merupakan rata-rata laba stabil yang dapat diperoleh perusahaan selama umumnya, berhubungan langsung dengan konsep dan nilai perusahaan. Laba ini mencerminkan fokus pengamatan jangka panjang yang berguna bagi investor dan kreditor dalam penilaian tingkat pengambilan dan resiko bisnis.

Konsep laba akuntansi memberikan dampak terhadap penyajian laporan keuangan perusahaan bagaimana produk dari laporan keuangan tersebut melibatkan standar akuntansi, mekanisme pengaturan dan insentif manajer dan seringkali membutuhkan estimasi (Syafrida Hani, 2015:82).

Beberapa hal penyebab perbedaan laba ekonomi dengan laba akuntansi adalah konsep dasar yang menghasilkan pengukuran laba akuntansi yang tidak konsisten (Syafrida Hani, 2015:84) adalah :

1. Biaya historis, yang akan mempengaruhi laba jika, penilaian persediaan menggunakan FIFO maka biaya penjualan terkini tidak tercermin dalam laporan laba rugi, dan keuntungan atau kerugian penjualan aktiva tetap belum direalisasi tidak diakui.
2. Basis transaksi, terkait masalah pengakuan dampak transaksi ekonomi.
3. Conservatism, dampak pengakuan langsung terhadap penurunan laba dan penundaan terhadap peningkatan laba yang belum direalisasi dan manajemen laba yang menimbulkan distorsi pada laba akuntansi yang tidak mencerminkan relitas ekonomi.

Pada dasarnya ada tiga konsep laba yang umum dibicarakan dan digunakan dalam ekonomi (Sofyan Syarif Harahap 2011:301). Konsep laba tersebut adalah:

1. *Phisyc Income*, yang menunjukkan konsumsi barang/jasa yang memenuhi kepuasan dan keinginan individu.
2. *Real Income*, yang menunjukkan kenaikan dalam kemakmuran ekonomi yang ditunjukkan oleh kenaikan *cost of living* (biaya hidup).
3. *Money Income* yang menunjukkan kenaikan nilai moneter sumber-sumber ekonomi yang digunakan untuk dikonsumsi sesuai dengan biaya hidup (*cost of living*).

Disisi lain, akuntan mendefinisikan laba dari sudut pandang perusahaan sebagai suatu kesatuan. Laba akuntansi (*accounting income*) secara operasional didefinisikan sebagai perbedaan antara pendapatan yang direalisasi dari transaksi yang terjadi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Menurut akuntansi yang dimaksud dengan laba akuntansi itu adalah perbedaan antara *revenue* yang direalisasi yang timbul dari transaksi pada periode tertentu diharapkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tersebut.

Menurut Belkaoni dalam Sofyan Syarif Harahap (2011:309) menyebutkan bahwa laba akuntansi memiliki lima karakteristik sebagai berikut :

1. Laba akuntansi didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi, yaitu timbulnya hasil dan biaya untuk mendapatkan hasil tersebut.
2. Laba akuntansi didasarkan pada postulat “periodik” laba itu, artinya merupakan prestasi perusahaan itu pada periode tertentu.
3. Laba akuntansi didasarkan pada prinsip *revenue* yang memerlukan batasan tersendiri tentang apa yang termasuk hasil.

4. Laba akuntansi memerlukan perhitungan terhadap biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan hasil tertentu.
5. Laba akuntansi didasarkan pada prinsip matching artinya hasil dikurangi biaya yang diterima/dikeluarkan dalam periode yang sama.

Jumlah laba bersih kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi. Pada dasarnya laba diasumsikan sebagai nilai kas bersih yang diperoleh perusahaan selama periode tertentu yang dihitung ketika semua variabel diketahui dengan pasti.

Laba menggunakan dasar kas (cash basis) dalam penerapan akuntansinya, dimana pendapatan diakui pada saat kas diterima dan beban diakui pada saat kas dikeluarkan. Titik tolak yang berguna dalam menentukan laba tunai adalah memahami mengapa laba bersih (laba akuntansi) harus dikonversi dari dasar akrual ke dasar kas. Menurut prinsip-prinsip akuntansi yang diterima umum, sebagian besar perusahaan harus menggunakan dasar akuntansi akrual yang mewajibkan pendapatan dicatat ketika dihasilkan dan beban dicatat ketika terjadi, namun pendapatan yang dihasilkan mencakup penjualan kredit yang belum tertagih tunai dan beban yang terjadi mungkin belum dibayarkan secara tunai. Alasan inilah yang menyebabkan sebagian besar investor dan analisis prihatin bahwa dasar akuntansi akrual terlalu jauh menyimpang dari aliran kas bersih yang diperoleh perusahaan. Jadi, menurut

dasar akuntansi akrual, laba bersih (laba akuntansi) tidak akan menunjukkan aliran kas bersih dari aktivitas operasi perusahaan.

Laba tunai adalah laba akuntansi setelah disesuaikan dengan transaksi non kas, seperti beban penyusutan, beban amortisasi, beban gaji, penjualan kredit. Laba tunai yang dimaksud dalam penelitian ini adalah laba akuntansi yang telah disesuaikan dengan transaksi non kas.

Pada umumnya laba perusahaan berbeda dengan laba akuntansi, karena adanya beberapa pendapat dan beban yang tercantum dalam laporan laba rugi tidak dibayar secara tunai. Laba dipakai untuk mengukur efisiensi suatu perusahaan dalam penggunaan sumber daya ekonomi perusahaan ukuran efisiensi umumnya dilakukan dengan membandingkan laba periode berjalan dengan laba periode sebelumnya.

b. Jenis-jenis Laba

Laba pada laporan keuangan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis bagian. Menurut Lyn M Fraser (2008:127) mengklasifikasikan laba yaitu sebagai berikut :

1. Laba Kotor

Perbedaan antara penjualan bersih dan persentase beban pokok penjualan. Langkah pertama dari pengukuran laba pada laporan laba rugi banyak tahap dan merupakan suatu alat analitik kunci dalam menilai suatu kinerja operasi perusahaan.

2. Laba Operasi

Laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT. Merupakan langkah kedua dari penentuan laba pada laporan laba rugi.

3. Laba Bersih

Setelah pertimbangan semua pendapatan dan beban yang dilaporkan selama periode akuntansi.

4. Laba Per Lembar Saham Biasa

Laba bersih yang tersedia untuk pemegang saham biasa untuk suatu periode dibagi dengan jumlah rata-rata lembar saham biasa yang beredar.

c. Unsur-unsur Laba

Laba dalam suatu perusahaan harus diketahui jumlahnya, hal ini dianggap sangat penting karena laba merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan. Menurut Baridwan (2014:29) unsur-unsur laba adalah :

1. Pendapatan

Arus masuk atau peningkatan lainnya dalam aktiva entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi keduanya) selama satu periode, yang ditimbulkan oleh pengiriman atau produksi barang, penyedia jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan bagian dari operasi sentral perusahaan.

2. Biaya

Aliran kedua atau pemakaian lain aktiva dan timbulnya utang (kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang penyerahan jasa, atau dari pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.

3. Penghasilan

Selisih penghasilan-penghasilan sesudah dikurangi biaya-biaya. Bila pendapatan lebih kecil daripada biaya selisihnya sering disebut rugi.

4. Keuntungan

Kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha dan dari semua transaksi atau kejadian yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan atau investasi oleh pemilik. Contohnya adalah laba yang timbul dari penjualan aktiva tetap.

5. Rugi

Penurunan modal (aktiva bersih) dari transaksi samping atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari biaya atau distribusi pemilik. Contohnya adalah rugi penjualan surat berharga.

6. Harga Perolehan

Jumlah uang yang dikeluarkan atau utang yang timbul untuk perolehan barang dan jasa. Jumlah ini pada saat terjadinya transaksi akan dicatat sebagai aktivasi. Misalnya pembelian mesin, pembayaran uang muka sewa.

d. Tujuan Laba

Menurut Anis dan Imam (2003 : 216) mengutarakan bahwa tujuan pelaporan laba adalah sebagai berikut :

1. Sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang tertahan dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembalinya.
2. Sebagai dasar pengukuran prestasi manajemen.
3. Sebagai dasar penentuan besarnya perencanaan pajak.
4. Sebagai alat pengendalian sumber daya ekonomi suatu negara.

5. Sebagai kompensasi dan pembagian bonus.
6. Sebagai alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
7. Sebagai dasar bentuk kenaikan kemakmuran.
8. Sebagai dasar pembagian deviden.

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dilaporkannya laba atau dikenal dengan laba atau rugi adalah sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang digunakan sebagai dasar untuk pengukuran, penentuan, pengendalian, motivasi prestasi manajemen dan sebagai dasar kenaikan kemakmuran serta dasar pembagian deviden untuk para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan.

e. Manfaat Laba

Menurut Amstrong (2002:327) adapun manfaat dari laba adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.

5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.

Laba suatu produk dari emiten tergantung dari daur hidup produk. Jika laba per tahun meningkatkan, investor akan percaya terhadap emiten, bahwa emiten akan memberikan keuntungan dimasa depan, kondisi tersebut terjadi jika informasi yang diperoleh sempurna.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan Laba merupakan perubahan penjualan pertahun yang stabil. Jika Laba per tahun meningkat, investor akan dipercaya terhadap emiten bahwa emitan akan memberikan keuntungan dimasa depan.

Bagi perusahaan dengan tingkat laba yang tinggi kecenderungan perusahaan membagikan dividen lebih konsisten dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tingkat pertumbuhan labanya rendah (Harta,2002).

f. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Perusahaan

Menurut angkoso (2006) menyebutkan bahwa laba mempengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Besarnya perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan, maka ketepatan pertumbuhan laba yang diharapkan semakin tinggi.

2. Umur perusahaan

Perusahaan yang baru berdiri kurang memiliki pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga ketepatannya masih rendah.

3. Tingkat Leverage

Bila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi, semakin tinggi tingkat penjualan dimasa yang akan datang sehingga pertumbuhan laba semakin tinggi.

4. Tingkat Penjualan

Tingkat penjualan dimasa lalu yang tinggi, semakin tinggi tingkat penjualan dimasa yang akan datang sehingga pertumbuhan laba semakin tinggi.

Adapun faktor yang menjadi penilaian laba perusahaan adalah sebagai berikut (kasmir,2002)

a. Aspek permodalan

Yang dinilai dalam aspek ini adalah permodalan yang ada didasarkan kepada modal yang diperoleh dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung atau menghasilkan resiko.

b. Aspek kualitas aset

Aktiva yang produktif merupakan penetapan dana oleh perusahaan dalam asset yang menghasilkan perputaran modal kerja yang cepat untuk mendapatkan pendapatan yang digunakan untuk menutup biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dari aktiva inilah perusahaan mengharapkan adanya selisih keuntungan dari kegiatan pengumpulan dan penyaluran dana.

c. Aspek pendapatan

Aspek ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba atau untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan

profitabilitas yang dicapai perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang sehat adalah bank yang diukur secara rentabilitas terus meningkat.

d. Aspek likuiditas

Suatu perusahaan dapat dikatakan likuid, apabila perusahaan yang bersangkutan dapat membayar semua hutang-hutangnya terutama hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang pada saat jatuh tempo. Secara umum rasio ini merupakan rasio antara jumlah aktiva lancar dibagi dengan hutang lancar.

e. Aspek pertumbuhan penjualan

Menjual produk dalam jumlah yang bedar dan pertumbuhan penjualan akan meningkat yang mengakibatkan laba perusahaan akan meningkat pula. Dengan meningkatnya laba perusahaan, maka keuntungan yang diperoleh para investor akan meningkat. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan berarti semakin efektif penggunaan penjualam tersebut. Pertumbuhan penjualan yang efektif sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan suatu perusahaan.

Menurut *Weston dan Brigham*, (2007:175), "perusahaan yang bertumbuh pesat cenderung lebih banyak menggunakan utang dari pada perusahaan yang tumbuh secara lambat", bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi kecenderungan perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber dana eksternal yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualan rendah.

g. Karakteristik Laba

Menurut Chairiri dan Ghozali (2003 : 214) laba memiliki beberapa karakteristik antara lain sebagai berikut :

1. Laba didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi.
2. Laba didasarkan pada postulat periodisasi, artinya merupakan prestasi perusahaan selama periode tertentu.
3. Laba didasarkan pada prinsip pendapatan yang memerlukan pemahaman khusus tentang defenisi, pengukuran, pengakuan pendapatan.
4. Laba memerlukan pengukuran tentang biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan tertentu.
5. Laba didasarkan pada prinsip penandingan (matching) antara pendapatan dan biaya yang relevan dan berkaitan dengan pendapatan tersebut.

h. Pengukuran Laba

Pengukuran laba didasarkan pada tiga jenis pendekatan (approach), yaitu konsep laba pada tingkat structural, tingkat interpretative, dan tingkat perilaku. Hendrikson (2000 : 332)

1. Konsep pengukuran laba pada tingkat structural adalah konsep pengukuran laba yang didasari atas konsep laba akuntansi. *FASB Statement of Accounting Concepes No. 1* menganggap bahwa laba akuntansi merupakan pengukuran yang baik atas prestasi perusahaan dan bahwa laba akuntansi dapat digunakan dalam prediksi arus kas yang akan datang.
2. Konsep pengukuran laba pada tingkat interpretative menyadarkan pemikiran atas keterkaitan laba dengan modal pemilik (ekuitas). Dalam hal ini laba diakui sebagai suatu kenaikan bersih dalam kekayaan perusahaan

atau kekayaan pemilik, sehingga laba juga sekaligus dipandang sebagai pemeliharaan kekayaan.

3. Konsep pengukuran laba menurut perilaku (behavior) menghubungkan dengan proses keputusan para investor dan kreditor, reaksi harga surat berharga dipasar terorganisasi terhadap pelaporan laba, keputusan pengeluaran modal dari manajemen, dan reaksi umpan balik manajemen dan para akuntansi. Dalam konsep ini laba ditekankan sebagai alat ramal dimana pihak ketiga (investor, kreditor) berkepentingan dalam menentukan apakah akan memegang dan menunggu dividen berikutnya atau justru melepas kepemilikannya atas perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1	Emma Lilianti	Peranan Leverage dan Penjualan dalam mempengaruhi Pertumbuhan Laba perusahaan sektor Real Estate dan Properti yang terdaftar di BEI	Debt Equity Ratio, Total Asset Turnover, Pertumbuhan Laba	Hasil penelitian menunjukkan baik secara simultan dan parsial leverage (DER) dan penjualan (TATO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba perusahaan real estatedan property yang terdaftar BEI
2	Inggrid Eka Priyanti (2016)	Analisis Pertumbuhan Penjualan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan	Pertumbuhan Penjualan, pertumbuhan laba	Pertumbuhan penjualan belum mampu meningkatkan nilai laba sehingga nilai laba mengalami penurunan atau mengalami kerugian.
3	Agustina, Rice	Analisa faktor-faktor yang	Rasio	Hasil penelitian

		mempengaruhi pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	keuangan, tingkat penjualan, tingkat inflasi, pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan laba	secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, namun secara parsial hanya tingkat penjualan yang berpengaruh terhadap pertumbuhan laba
4	Sadrianto (2016)	Analisis penjualan dan harga pokok penjualan dalam meningkatkan laba bersih pada PT. Nafasindo Medan	Penjualan, harga pokok penjualan, laba bersih	Hasil penelitian bahwa penjualan dan harga pokok penjualan belum dapat meningkatkan lababersih pada PT. Nafasindo Medan karena pada beberapa tahun peningkatan atau penurunan laba bersih karena adanya pendapatan lain.
5	Rian Muharsyah	Pengaruh tingkat pertumbuhan penjualan dan perputaran piutang terhadap likuiditas pada perusahaan otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI	Tingkat pertumbuhan penjualan, tingkat perputaran piutang, tingkat likuiditas	Secara parsial hasil penelitian menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas, sedangkan perputaran piutang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas perusahaan otomotif dan komponennya yang terdaftar BEI.

C. Kerangka Berpikir

Perusahaan pada dasarnya mempunyai tujuan untuk memperoleh keuangan yang lebih besar dari setiap operasinya. Untuk itu anak perusahaan harus mampu meningkatkan pendapatannya. Salah satu langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan volume pertumbuhan penjualan barang atau jasa yang dihasilkan. Pertumbuhan penjualan timbul akibat dari transaksi atau operasi perusahaan yang menghasilkan barang untuk dijual kembali.

Laba merupakan hasil aktivitas operasi yang mengukur perubahan kekayaan pemegang saham selama satu periode dan mencerminkan kemampuan perusahaan yang menghasilkan keuntungan (estimasi laba masa depan). Pencapaian tingkat laba yang tinggi adalah tujuan dari suatu perusahaan untuk kelangsungan kegiatan usahanya, laba yang diperoleh merupakan dari pendapatan dengan semua biaya.

“Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki. Harga jual mempengaruhi volume penjualan sedangkan penjualan berpengaruh langsung terhadap volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya, tiga faktor tersebut saling berkaitan”. Oleh sebab itu, dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, penjualan dan laba memegang peranan penting untuk masa yang akan datang, manajemen memerlukan informasi untuk menilai berbagai kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan diperoleh.

Swastha dan Handoko (2001) menyatakan :

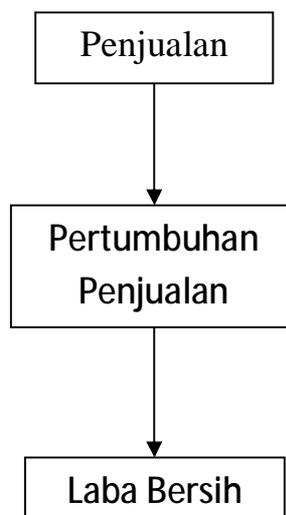
“Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan”.

Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan berarti semakin efektif penggunaan penjualan tersebut, pertumbuhan penjualan yang efektif sangat penting bagi perusahaan, karena dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, (Hanafi M Muhammad, 2003:83).

Maka dapat disimpulkan semakin tinggi nilai pertumbuhan penjualan menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan maka daya tarik saham perusahaan tersebut semakin tinggi tentunya hal ini menarik investor karena saham dan pertumbuhan tersebut memberikan prospek yang menjanjikan keuntungan bagi investor.

Kerangka berfikir dari masalah yang ada serta penjabaran mengenai permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut:

PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tentang masalah yang diteliti. Deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah menganalisis pertumbuhan laba kelapa sawit dan teh berdasarkan data pertumbuhan laba yang ada pada laporan keuangan dan menganalisis pertumbuhan kelapa sawit dan teh dalam meningkatkan pertumbuhan laba.

B. Definisi Operasional

Analisis pertumbuhan penjualan dalam meningkatkan pertumbuhan laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero), dalam penelitian ini perhitungan penjualan kelapa sawit dan teh berdasarkan data penjualan yang ada pada laporan keuangan. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. (Elfianto Nugroho, 2011) untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus:

$$\text{pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan periode ini} - \text{penjualan periode sebelumnya}}{\text{penjualan periode sebelumnya}} \times 100\%$$

2. Laba Bersih

Laba adalah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expenses*). Laba merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan. Laba harus direncanakan dengan baik agar manajemen dapat mencapainya secara efektif. (Darsono, 2008:121).

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dan waktu penelitian sebagai berikut :

Tempat : PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan Jl. Letjend
Suprpto No. 2 Medan

Waktu : Penelitian ini mulai dari bulan Januari 2017 sampai April 2017

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Keterangan	Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																
2	Pengumpulan Data					■	■	■	■												
3	Penyusunan Proposal									■	■	■	■								
4	Bimbingan proposal													■	■	■	■				
5	Seminar Proposal																	■			
6	Penyusunan Skripsi																	■	■	■	■
7	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																				■

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berupa data keuangan perusahaan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan.

Jenis data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka yang diperoleh dari laporan laba rugi dan neraca PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan sehingga dapat diukur berupa angka-angka dalam laporan keuangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi yaitu dengan meminta, mengumpulkan dan merangkum data berupa data keuangan perusahaan yang dianggap penulis berhubungan dengan penelitian, yaitu laporan penjualan dari laporan per tahun dan laporan laba yang dihasilkan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan teknis analisis data yang digunakan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data sedemikian rupa, sehingga memperoleh gambaran yang jelas mengenai fakta yang ada. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data laporan keuangan yang telah disajikan oleh perusahaan. Data yang ada dalam laporan keuangan tersebut digunakan untuk melihat komponen-komponen yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan pertumbuhan penjualan dan laba.

Adapun tahapan yang dilakukan yaitu :

1. Menganalisis penjualan kelapa sawit dan teh berdasarkan data penjualan yang ada pada laporan keuangan.
2. Menganalisis laba kelapa sawit dan teh berdasarkan data laba yang ada pada laporan keuangan.
3. Menganalisis pertumbuhan penjualan kelapa sawit dan teh dalam meningkatkan laba.
4. Menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan laba.
5. Menyajikan data pertumbuhan penjualan dan laba.
6. Kemudian menginterpretasikan hasil penelitian pada pembahasan dengan menarik kesimpulan atas masalah yang diangkat oleh penelitian, serta memberi saran untuk referensi peneliti yang selanjutnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan dimana data yang digunakan peneliti berupa laporan keuangan perusahaan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015. PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang perkebunan, pengolahan dan pemasaran hasil perkebunan. Kegiatan usaha perseroan mencakup usaha budidaya dan pengolahan tanaman kelapa sawit dan teh.

Data yang diperoleh merupakan data keuangan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015. Data ini diperoleh dari laporan laba rugi, neraca, dan data-data lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

2. Deskripsi Data

a. Data Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih tahun berjalan dan tahun penjualan tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan dalam perusahaan manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya dengan keselarasan keputusan pembiayaan. Pertumbuhan

penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan mempertahankan keuntungan dalam mencapai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang.

1. Untuk tahun 2012, didapat

$$\begin{aligned} \text{tahun 2012} &= \frac{5.319.117.422 - 5.536.382.794}{5.536.382.794} \times 100\% \\ &= -3,92\% \end{aligned}$$

Untuk pertumbuhan penjualan tahun 2012 adalah -3,92 % karena sebagai titik awal pertumbuhan penjualan.

2. Untuk tahun 2013, didapat

$$\begin{aligned} \text{tahun 2012} &= \frac{5.238.000.021 - 5.319.117.422}{5.319.117.422} \times 100\% \\ &= -1,52\% \end{aligned}$$

Pertumbuhan penjualan 2013 mengalami peningkatan -1,52%. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2012 yang meningkat sebesar -2,4%.

3. Untuk tahun 2014, didapat

$$\begin{aligned} \text{tahun 2012} &= \frac{6.213.939.790 - 5.238.000.021}{5.238.000.021} \times 100\% \\ &= 18,63\% \end{aligned}$$

Pertumbuhan penjualan 2014 mengalami peningkatan 18,63%. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2013 yang meningkat sebesar -20,15%.

4. Untuk tahun 2015, didapat

$$\begin{aligned} \text{tahun 2012} &= \frac{5.070.056.235 - 6.213.939.790}{6.213.939.790} \times 100\% \\ &= -18,40\% \end{aligned}$$

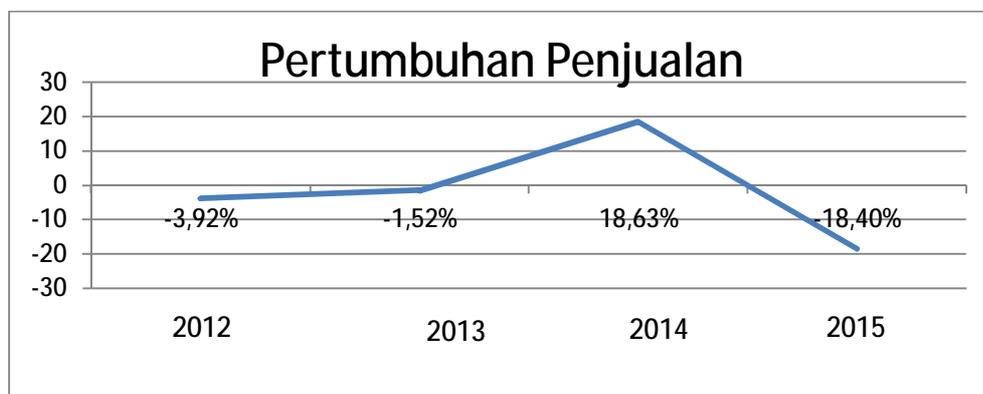
Pertumbuhan penjualan 2015 mengalami menurun -18,40%. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2014 yang menurun sebesar 37,03%.

TABEL IV.1
Data Pertumbuhan Penjualan
PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero)
Dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Kelapa Sawit dan Teh	
	Penjualan (Rp)	Pertumbuhan Penjualan
2011	5.536.382.794	-
2012	5.319.117.422	-3,92%
2013	5.238.000.021	-1,52%
2014	6.213.939.790	18,63%
2015	5.070.056.235	-18,40%

Sumber : PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan

Gambar IV.1
Pertumbuhan Penjualan



Dari data diatas dapat terlihat terjadi penurunan nilai penjualan bersih ditahun 2015 hal ini disebabkan oleh dari kondisi dilapangan terlihat fluktuasi pertumbuhan komoditas karet dan teh tahun 2015, terjadi penurunan yang signifikan dalam permintaan pelanggan ditahun 2015. Disebabkan barang untuk di jual semakin rendah tampak ketidak konsistenan dari perusahaan dalam menghasilkan laba yang telah dirancang, terjadinya penurunan penjualan hal ini berarti realisasi demi mendapatkan keuntungan dan pencapaian target perusahaan tidak tercapai. Dari segi pemasaran PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan kurang mampu dalam memasarkan produksi barang yang akan dijual mereka hanya memproduksi dikala pemesanan dilakukan. Tetapi tidak mampu menguasai pasar dengan baik, jika hal ini terjadi maka permintaan akan produksi karet dan teh akan semakin menurun dan akan berdampak pada penjualannya.

Selain itu permasalahan yang ada diperkuat dengan semakin menurunnya harga karet dan teh dipasaran sehingga mempengaruhi daya beli pelanggan. (Mamduh M, Hanafi, 2003:83),” semakin tinggi pertumbuhan penjualan berarti semakin efektif penggunaan penjualan tersebut. Pertumbuhan penjualan sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan suatu perusahaan”. (Syafri Hani,2015:142),” Penjualan yang menurun menunjukkan bahwa tidak terjadi pertumbuhan usaha, semakin rendahnya produktivitas dan berarti bahwa ada permasalahan yang besar didalam penetapan strategi penjualan. Apakah berkaitan dengan penurunan volume penjualan maupun harga, kemampuan memasarkan, produk yang kurang diminati, dan lain-lain”.

b. Data Laba Bersih Perusahaan

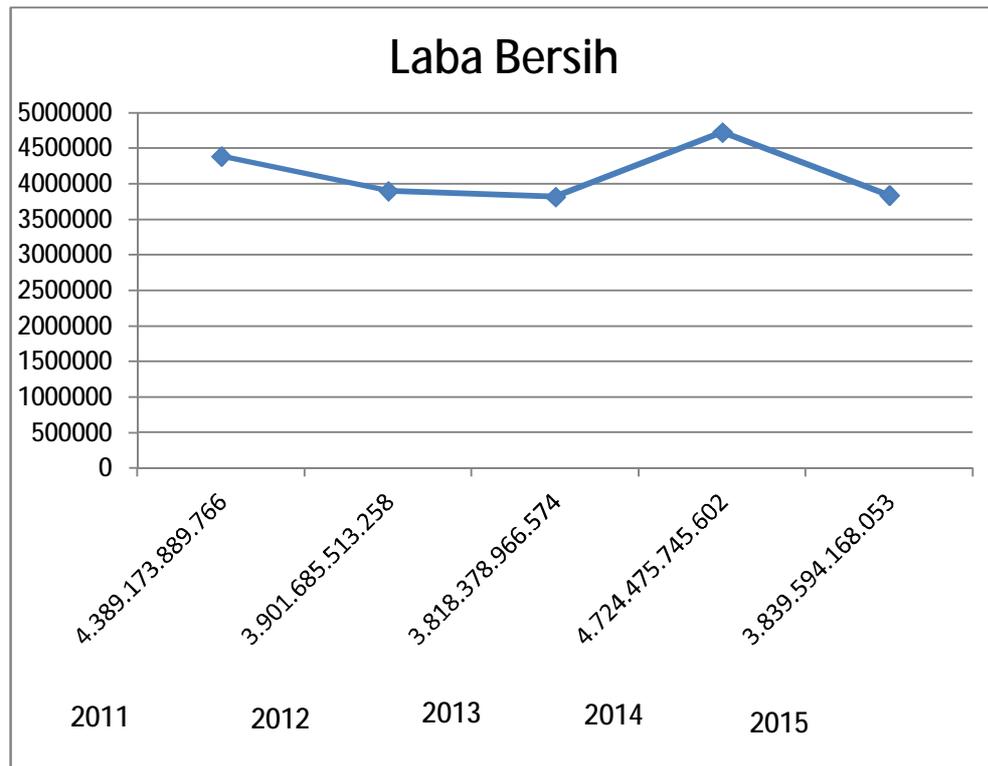
Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Para akuntan menggunakan istilah “*net income*” untuk menyatakan kelebihan pendapatan atas biaya dan istilah “*net loss*” untuk menyatakan kelebihan biaya atas pendapatan.

Untuk menghitung laba bersih rumus yang digunakan adalah sebagai berikut : $Laba\ Bersih = Pendapatan - Beban$

Tabel IV.II
Data Laba Bersih Perusahaan
PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero)

Tahun	Kelapa Sawit dan Teh		
	Pendapatan (Rp)	Beban (Rp)	Laba Bersih (Rp)
2011	5.699.146.012.780	1.309.972.123.014	4.389.173.889.766
2012	5.474.972.022.421	1.573.286.509.163	3.901.685.513.258
2013	5.449.680.180.494	1.631.301.213.920	3.818.378.966.574
2014	6.399.623.102.894	1.675.147.357.292	4.724.475.745.602
2015	5.297.292.778.922	1.457.698.610.869	3.839.594.168.053

Sumber : PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan.



Pada tabel diatas dapat dilihat nilai laba padal tahun 2012 dan tahun 2013 mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh menurunnya laba bersih ditahun 2012 dan 2013, pada tahun 2014 nilai laba mengalami peningkatan hal ini disebabkan naiknya jumlah unit yang dijual dan harga jual perunit mengalami kenaikan, pada tahun 2015 nilai laba kembali mengalami penurunan dikarenakan munurunnya laba bersih dan perjadinya penurunan penjualan.

Dari kedua data diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan pada tahun 2013 mengalami kenaikan sedangkan pada nilai laba mengalami penurunan hal ini disebabkan karena pendapatan yang dihasilkan lebih besar dari beban perusahaan, dan pada tahun 2015 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan hal ini disebabkan karena volume penjualan mengalami kenaikan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan

produksi barang untuk dijual semakin rendah dan nilai laba mengalami penurunan hal ini disebabkan karena pendapatan yang dihasilkan menurun dan beban perusahaan menurun.

Sementara itu dapat dilihat bahwa laba pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan dari tahun 2011-2015 juga cenderung mengalami fluktuasi naik-turun dimana pada tahun 2012, 2013 dan 2015 mengalami penurunan nilai pada tahun 2014 nilai laba mengalami peningkatan. Fluktuasi tersebut terjadi karena penurunan penjualan dan peningkatan biaya operasi yang cenderung meningkat dengan pesat pada tiap tahunnya. Dengan demikian laba yang mengalami fluktuasi naik turun dari tahun ketahun ini dapat disimpulkan bahwa kondisi kinerja keuangan perusahaan masih rendah.

B. Pembahasan

Untuk mencapai tujuan perusahaan maka perlu dilakukan proses manajemen yang efektif tidak hanya dilihat dari sisi laba yang diperoleh perusahaan melainkan dengan cara membandingkan nilai laba yang diperoleh tersebut dengan penjualan yang diperoleh perusahaan dalam meningkatkan nilai laba tersebut.

Berdasarkan analisis data pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan dapat diketahui pada tahun 2013 pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan sebesar -2,4% dari tahun sebelumnya sedangkan laba mengalami penurunan yang disebabkan menurunnya penjualan ekspor dan pungutan ekspor sebesar Rp. 118.109.836.358 dan meningkatnya biaya lain-

lain sebesar Rp. -78.337.693.451 dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2014 pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan disebabkan terjadinya kenaikan pertumbuhan penjualan sebesar -20,15% dan laba mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 penjualan mengalami penurunan sebesar 37,03% yang menyebabkan laba mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Penurunan nilai laba perusahaan ini berdampak terhadap kegiatan operasional perusahaan dan keberlangsungan perusahaan. Padahal jika dilihat dari pertumbuhan penjualan perusahaan dapat menjaga kestabilan pendapatan penjualan, akan tetapi perusahaan tidak mampu meningkatkan laba perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan oleh Siregar (2013) bahwa semakin besar pertumbuhan penjualan yang didapat oleh perusahaan maka akan semakin besar laba (keuntungan) yang didapat oleh perusahaan. Namun kondisi yang ditemukan kenaikan pertumbuhan penjualan tidak diiringi dengan kenaikan laba bersih. Maka demikian dapat disimpulkan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan saja tidak cukup untuk menaikkan laba bersih apabila tidak diikuti dengan efisiensi beban yang dikeluarkan.

Dari keadaan tersebut dengan meningkatnya beban biaya yang dikeluarkan perusahaan akan mempengaruhi penjualan atau perolehan nilai laba perusahaan. Ada tiga faktor komponen yang mempengaruhi biaya perusahaan yaitu biaya penjualan, biaya administrasi, biaya bunga.

Kondisi penurunan nilai laba ditahun 2012, tahun 2013 dan mengalami kerugian di tahun 2015 menyebabkan modal perusahaan harus dipertahankan untuk mendukung keuangan perusahaan. Dengan nilai laba

yang seperti ini akan berdampak pada kinerja keuangan pada tahun-tahun berikutnya baik untuk modal perusahaan, asset dan perolehan laba melalui pendapatan.

Hal ini akan mempengaruhi total nilai sekarang dari seluruh aliran kas yang akan diterima permodal. Karena laba merupakan total dari nilai perusahaan, maka bila pertumbuhan penjualan meningkat diharapkan laba akan meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan akan mendapatkan suatu peningkatan laba perusahaan dan hal itu diharapkan akan peningkatan terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai pertumbuhan penjualan menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan maka daya tarik saham perusahaan tersebut semakin tinggi tentunya hal itu menarik bagi investor karena saham dan pertumbuhan tersebut memberikan prospek yang menjanjikan keuntungan bagi investor, karena umumnya para investor mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan.

Perusahaan dengan laba bertumbuh, dapat meningkatkan dan memperkuat hubungan antara besarnya atau ukuran perusahaan dengan tingkat laba yang diperoleh. Dimana perusahaan dengan laba bertumbuh akan memiliki jumlah aktiva yang besar sehingga memberikan peluang lebih besar didalam menghasilkan profitabilitasnya. Perusahaan yang bertumbuh adalah perusahaan yang memiliki pertumbuhan margin, laba dan penjualan yang tinggi.

Pertumbuhan laba sangatlah diinginkan oleh perusahaan karena pertumbuhan laba mencerminkan suatu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan laba dapat diartikan sebagai perubahan laba pertahun. Kenaikan pertumbuhan laba relative besar dari pada kenaikan biaya usaha akan memperoleh keuntungan yang jauh lebih besar. Hal ini secara tidak langsung akan mengakibatkan peningkatan nilai penjualan. Namun, akan berlaku sebaliknya menurunnya penjualan menyebabkan pertumbuhan penjualan yang akan berpengaruh terhadap perolehan laba perusahaan, karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan berarti semakin efektif penggunaan penjualan tersebut, pertumbuhan penjualan yang efektif sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan suatu perusahaan (Mamduh M, Hanafi, 2003:83) dalam Sri Hartati (2014).

Pada tahun 2013 pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sedangkan laba mengalami penurunan yang disebabkan menurunnya penjualan ekspor dan pungutan ekspor meningkatnya biaya lain-lain dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 penjualan mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena menurunnya penjualan yang dialami perusahaan pada tahun 2015 yang disebabkan oleh menurunnya pungutan ekspor dan penjualan lokal. Menurunnya penjualan pada tahun 2015 menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih juga menurun.

Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan tahun berikutnya

terus mengalami penurunan dikhawatirkan perusahaan akan mengalami kerugian dan tidak membayar beban-bebannya.

Untuk itu bagi perusahaan harus menyesuaikan syarat penjualan yang ditawarkan apabila kondisi harga pasar produk karet dan teh cenderung stabil sehingga permintaan konsumen terhadap produk karet dan teh tidak mengalami penurunan. Agar pertumbuhan penjualan meningkat begitu juga seiring dengan meningkatnya nilai laba perusahaan harus meningkatkan volume penjualan, menekan biaya yang dikeluarkan agar tetap efisiensi sehingga tidak berdampak bagi laba yang akan dihasilkan.

Proses penjualan akan berlangsung dengan baik apabila perusahaan sebagai pihak penjual menerapkan perencanaan yang baik yang bisa mengoptimalkan penjualan, salah satu bentuk perencanaan tersebut adalah anggaran penjualan yang didasarkan atas ramalan penjualan. Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Pertumbuhan Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan, dalam masa periode 5 tahun (2011-2015), maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pertumbuhan penjualan belum mampu mengoptimalkan laba bersih. Hal ini dapat dilihat dari penjualan yang naik turun tiap tahunnya, akan tetapi perusahaan belum mampu mengoptimalkan pendapatan dan mengefesiensikan beban operasionalnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai laba bersihnya yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya.
2. Faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan adalah terjadinya penurunan permintaan akan produksi karet dan teh akan semakin menurun dan akan berdampak pada penjualan, dan faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah meningkatnya beban operasionalnya pada beberapa tahun sehingga pendapatan tidak mampu mengoptimalkan laba bersinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya antara lain :

1. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan lagi dalam menghasilkan penjualan sehingga volume pertumbuhan penjualan yang diperoleh lebih

tinggi dan meminimalkan biaya karena penjualan dan biaya yang dihasilkan akan mempengaruhi kenaikan dan penurunan pada nilai laba.

2. Dalam hal ini perusahaan harus bisa lebih baik dalam meningkatkan nilai laba perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian ditahun yang akan datang dan bisa menjalankan kegiatan operasionalnya.
3. Disarankan agar perusahaan lebih meningkat nilai pertumbuhan penjualan perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dan diharapkan perolehan laba perusahaan dapat ditingkatkan dengan cara perusahaan dapat meminimalisir biaya-biaya yang dikeluarkan agar dapat mengimbangi keuntungan dan mengurangi kerugian.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan periode penelitian yang lebih panjang sehingga diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih akurat dan dapat digeneralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Rice, (2016). *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI*, Program Studi Akuntansi STIE Mikroskil medan.
- Angkoso, Nandi, (2006). *Akuntansi Lanjutan*, Penerbit FE Yogyakarta.
- Anis Chariri dan Ghozali Imam, (2003). *Teori Akuntansi*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Brighan Houston, (2010). *Dasar-dasar manajemen keuangan*, edisi kedua Jakarta Selemba Empat.
- Darsono, (2008). *Akuntansi manajemen*, edisi 2, Jakarta.
- Deitiana Tita, (2011). *Pengaruh rasio keuangan, pertumbuhan penjualan dan dividen terhadap harga saham*, STIE Trisakti.
- Harahap, S. Syarif, (2013). *Teori Akuntansi*, Cetakan Ke 13, Jakarta: Rajawali Pers.
- Harahap, S. Syarif, (2013). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, edisi 1 Jakarta PT. Raja Grafindo.
- <http://www.faktor-faktorpertumbuhanpenjualan/pertumbuhanlaba/co.id>
- Kieso, Donald E, dan Weygant. (2008). *Akuntansi Intermediate*. Jilid 1, Edisi keduabelas. Jakarta : Erlangga
- Lilianti Emma, (2015). *Peranan Leverage dan Penjualan dalam mempengaruhi Pertumbuhan Laba perusahaan sektor Real Estate dan Properti yang terdaftar di BEI*, Fakultas Ekonomi UPGRI Palembang.
- Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni, Irvan Trang, (2015). *Analisa pertumbuhan penjualan, return on asset, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Indeks LQ 45*, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Muharsyah Rian. *Pengaruh tingkat pertumbuhan penjualan dan perputaran piutang terhadap likuiditas pada perusahaan otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI*. STIE MDP.
- Munawir, S, (2010). *Analisa laporan keuangan edisi ke empat*, Yogyakarta liberty.

Oktavia Santi Indria. *Pengaruh pertumbuhan penjualan, operating dan profitabilitas terhadap struktur keuangan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI*, Universitas Negeri Padang.

Priyanti Ingrid Eka, (2016). *Analisis Pertumbuhan Penjualan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan*.

Ratnawati, (2007). *Analisa laporan keuangan*, Jakarta PT. Raja Grafindo.

Rosady Ruslan, (2003). *Metode Penelitian Edisi 1*, Jakarta PT. Raja Grafindo.

Sadrianto, (2016). *Analisis penjualan dan harga pokok penjualan dalam meningkatkan laba bersih pada PT. Nafasindo Medan*.

Syafrida Hani, (2015), *Teknik Analisa Laporan Keuangan*, UMSU Press.

www.google.co.id