

SKRIPSI

**ANALISIS PENJUALAN LISTRIK DALAM MENINGKATKAN
PEROLEHAN LABA PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH
SUMATERA UTARA**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Pada
Program Studi Akuntansi*



Oleh :

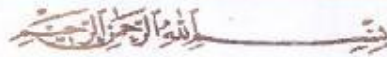
FANIA IMELDA NASUTION
NPM : 1405170337

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 28 Maret 2018, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : FANIA IMELDA NASUTION
NPM : 1405170337
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : ANALISIS PENJUALAN ENERGI LISTRIK DALAM
MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA PADA PT. PLN
(PERSERO) WILAYAH SUMATERA UTARA MEDAN

Dinyatakan : (B/A) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tim Penguji

Penguji I

(Dra. IJAH MULYANI SIHOTANG, SE, M.Si)

Penguji II

(HERRY WAHYUDI, SE, M.Ak)

Pembimbing

(ELIZAR SINAMBELA, SE, M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

Sekretaris

(ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama Lengkap : FANIA IMELDA NASUTION
N.P.M : 1405170337
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI KEUANGAN
Judul Penelitian : ANALISIS PENJUALAN ENERGI LISTRIK DALAM
MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA PADA PT.PLN
(PERSERO) WILAYAH SUMUT

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

ELIZAR SINAMBELA., SE., M.Si

Diketahui/Disetujui
Oleh :

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

FITRIANI SARAGIH., SE., M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

H. JANURI., SE., MM., M.Si

PERNYATAAN SKRIPSI

Saya saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FANIA IMELDA NASUTION

NPM : 1405170337

Program : Strata-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data-data dalam skripsi atau data-data lainnya adalah benar saya peroleh dari PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SUMATERA UTARA.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini salah dan merupakan hasil **PLAGIAT** karya orang lain maka dengan ini saya bersedia menerima sanksi akademik.

Medan, April 2018
Saya yang menyatakan



FANIA IMELDA NASUTION



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

UNIVERSITAS/ PTS : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
 PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
 JENJANG : STRATA SATU (S-1)

KETUA PROGRAM STUDI: FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si
 DOSEN PEMBIMBING : ELIZAR SINAMBELA, SE., M.Si

NAMA MAHASISWA : FANIA IMELDA NASUTION
 NPM : 1405170337
 KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN
 JUDUL PROPOSAL : ANALISIS PENJUALAN ENERGI LISTRIK PRABAYAR DAN PASCABAYAR DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SUMATERA UTARA

TGL	MATERI BIMBINGAN	PARAF	KETERANGAN
	Masalah pertama pengklas - Identifikasi masalah Bab II: - Perhitungan terdistribusi - Kemungkinan berfikir Bab III: - perbaikan metode perhitungan		Et. 30/1-18.
	- Pasokan kembali jumlah pembelian - Pasokan masalah perhitungan - Teori perolehan & pengklas - Identifikasi masalah - Rumus & jenis-jenis pembelian	Perbaikan	Et. 12/2-18.
	Perbaikan kembali: kerosokan berfikir - Definisi operasional Daftar pustaka		Et. 12/2-18.
	Acc & diseminasi		Et. 12/2-18.

Dosen Pembimbing

ELIZAR SINAMBELA, SE., M.Si

Medan, Januari 2018

Diketahui/ Disetujui Oleh
Ketua Program Studi Akuntansi

FITRIANI SARAGIH, SE., M.Si

ABSTRAK

Fania Imelda Nasution, NPM. 1405170337, Analisis Penjualan Energi Listrik dalam Meningkatkan Perolehan Laba Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara Medan, 2018. Skripsi.

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjualan ke pembeli. Penjualan diharapkan dapat menghasilkan laba untuk keberlangsung perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penjualan energi listrik dalam meningkatkan perolehan laba pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara. Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara yang beralamat di Jl. K.L. Yos Sudarso No. 284 Medan. Sumber data yang digunakan yaitu berupa dokumentasi dan wawancara yang berkaitan dengan penjualan energi listrik dalam meningkatkan perolehan laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan energi listrik belum mampu dalam meningkatkan perolehan laba pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara. di mana laba bersih mengalami penurunan bahkan kerugian dalam periode tahun tertentu yang disebabkan oleh tingginya beban operasional dan tingginya nilai kurs. Saran dari penelitian ini hendaknya pemerintah mengatasi kenaikan nilai kurs dan perusahaan lebih menerapkan sistem pengawasan agar tidak terjadi penurunan laba karena laba menjadi sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan serta agar tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai.

Kata Kunci: Penjualan energi listrik, Prabayar dan Pascabayar, perolehan laba.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan penulis waktu dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi sebagai kewajiban semester akhir Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S-1).

Penyusunan skripsi ini diperoleh dari hasil riset pada perusahaan PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara yang mana penulis mengangkat judul **"Analisis Penjualan dalam Meningkatkan Perolehan Laba pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara"**.

Alhamdulillah penulis sangat bersyukur karena karunia Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan, walaupun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penyusun di masa yang akan datang. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Alm. Fahrudin Nasution dan Ibunda Nur Aniah Lubis yang tiada hentinya memberikan perhatian dan kasih sayang serta doa restu dan dukungannya, semoga kiranya Allah membalas dengan pahala yang berlipat ganda. Amin ya rabbal 'alamin.

Penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Januri SE, MM., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Ade Gunawan, SE.M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Hasrudy Tanjung, SE. M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Fitriani Saragih SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Zulia Hanum SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Elizar Sinambela SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Manajer dan seluruh staf PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara.
10. Kepada keluarga serta sahabat yang mendukung pembuatan skripsi ini khususnya, Fanny Adryan Nasution, Saiful Bahri Sirait, Delvia Sareja, Mega Permatasari dan rekan sahabat yang lainnya. Dan untuk teman-teman seangkatan akuntansi kelas E pagi serta teman-teman sebimbingan yang senantiasa menyemangati dengan saling mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi para penulis. Kritik dan saran yang berrifat membangun kiranya sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Medan, Maret 2018

Penulis,

Fania Imelda Nasution

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	8
A. Uraian Teoritis	8
1. Pengertian Penjualan.....	8
a. Jenis-jenis Penjualan	9
b. Langkah-Langkah Dalam Proses Penjualan.....	10
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Penjualan	12
d. Tujuan Penjualan	14
2. Energi Listrik.....	15
a. Pengertian Energi Listrik.....	15
b. Fungsi Energi Listrik.....	15
3. Pengertian Laba	16
a. Jenis dan Pengukuran Laba	18

b. Menetapkan Tujuan Laba.....	19
c. Fungsi Laba	20
d. Peran Laba	20
4. Penelitian Terdahulu	21
B. Kerangka Berpikir	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	24
A. Pendekatan Penelitian.....	24
B. Defenisi Operasional Variabel	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian	25
D. Jenis dan Sumber Data.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Hasil Penelitian	28
B. Pembahasan	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
A. Kesimpulan	37
B. Saran.....	37

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Penjualan Energi Listrik PT.PLN (Persero).....	4
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel III.1. Rincian Waktu Penelitian.....	25
Tabel IV.1. Perolehan Penjualan dan Laba Tahun 2013 s/d 2017	31

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Kerangka Berpikir	23

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli (Mulyadi, 2008). Tujuan sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup. Laba merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja dalaam suatu perusahaan selama satu periode tertentu. Informasi tentang kinerja perusahaan, terutama tentang profitabilitas,dibutuhkan untuk mengambil kepuasan tentang ekonomi yang akan dikelola oleh perusahaan di masa depan”.

Mendapatkan keuntungan atau laba dan besar kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajemen memerlukan suatuperencanaan untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut. Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dari laba yang diperoleh perusahaan. Manajer perusahaan harus dapat membuat perencanaan

secara terpadu atas semua aktivitas yang sedang maupun akan dilakukan dalam upaya mencapai laba yang diharapkan.

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba penting dalam perencanaan karena karena tujuan dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan. Perencanaan laba yang baik tentu cukup sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Kekuatan-kekuatan ini mencakup perubahan dalam teknologi, tindakan, pesaing, ekonomi, faktor politik. Kekuatan-kekuatan ini umumnya berada diluar kendali perusahaan, dan besaran serta arah perubahan sering kali sulit untuk di prediksi. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. Dalam perencanaan laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang di kehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba.

PT. PLN (Persero), sebagai penyuplai tenaga listrik utama, sebagai perusahaan yang bertugas untuk membangun kegiatan usaha yang berkaitan dengan kelistrikan serta bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong peningkatan ekonomi, PT. PLN (Persero) senantiasa

meningkatkan kapasitas pembangkit, keandalan sistem dan peningkatan pelayanan kepada pelanggan.

PT. PLN (Persero) menyadari kebutuhan listrik masyarakat yang semakin tergantung akan adanya tenaga listrik dengan terus melakukan berbagai kajian untuk meningkatkan mutu pelayanan suatu perusahaan, maka dibutuhkan suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT. PLN (Persero) adalah dengan mengeluarkan program Listrik Prabayar. Listrik Prabayar adalah layanan terbaru dari PT. PLN (Persero) dengan berbagai kelebihan dalam mengatur penggunaan energi listrik melalui meter elektronik prabayar. Selama ini pelanggan PT. PLN (Persero) mendapat layanan listrik pascabayar, yaitu pelanggan menggunakan energi listrik terlebih dahulu dan membayar belakangan pada bulan berikutnya. Setiap bulan PT. PLN (Persero) harus mencatat meter menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar, dan memutus aliran listrik jika konsumen terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu

Listrik prabayar mulai diperkenalkan kepada pelanggan pada bulan Oktober tahun 2010, dengan memberikan beberapa kemudahan misalnya dapat mengendalikan sendiri pemakaiannya, yaitu pelanggan cukup dengan membeli *voucher* atau dapat disebut dengan token sesuai dengan nominal yang dikehendaki. Nominal token yang disediakan mulai dari Rp 20.000 sampai dengan Rp 1.000.000 Melalui listrik prabayar, untuk menggunakan listrik pelanggan diharuskan melakukan pembayaran terlebih dahulu sehingga dapat mengurangi

piutang yang tak tertagih pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara. Dengan demikian pelanggan tidak dikenakan biaya keterlambatan dan menjaga privasi pelanggan dengan tidak dilakukan pembacaan kWh meter setiap bulan.

Pada listrik pascabayar pelanggan dapat mengkonsumsi energi listrik terlebih dahulu dan melakukan pembayaran 1 (satu) bulan kemudian ketika diterbitkan tagihan sesuai dengan jumlah pemakaian. Pelanggan diberikan waktu untuk melunasi tagihan listrik mulai dari tanggal 1 sampai dengan tanggal 20 setiap bulannya. Apabila pelanggan tidak melakukan pembayaran pada tanggal tersebut maka akan dikenakan Biaya Keterlambatan (BK) sesuai tarif dan dayang tersambung, serta dilakukan pemutusan sementara dengan cara mencabut MCB yang terdapat di rumah pelanggan tersebut. Ketika terdapat pelanggan yang melakukan tunggakan selama 3 (tiga) bulan maka akan dilakukan pembongkaran rampung sambungan listrik pelanggan tersebut. Pada sistem pascabayar ini PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara melakukan proses pengakuan dan pencatatan dari penjualan energi listrik setiap bulannya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan dalam periode 5 tahun, Penjualan Energi listrik PT. PLN (Persero) adalah sebagai berikut :

Tabel I-1
Penjualan Energi Listrik PT.PLN (Persero).

Tahun	Penjualan Listrik	Laba bersih
2013	6.173.109	(2.623.561,5)
2014	7.202.208	1.174.161
2015	8.389.415	(602.650,7)
2016	8.643.396	815.038,3
2017	10.346.330	306.252,7

Sumber: Laporan Laba Rugi PT.PLN (Persero)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa fenomena penelitian pada PT. PLN (Persero) adalah Penjualan mengalami kenaikan pada periode waktu 5

tahun sedangkan laba bersih mengalami penurunan pada periode tahun tertentu. Hal tersebut seharusnya tidak terjadi karena jika dilihat dari kondisi yang ada seharusnya pada saat terjadi kenaikan volume penjualan maka laba pun akan terdorong naik, begitupun sebaliknya.

Menurut Budi Raharjo (2000 hal33) Adanya hubungan yang erat mengenai penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar di bandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.

Menurut Harapan (2005:263) laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena : laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, serta dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang. Agar perusahaan mendapatkan campur tangan dari manajemen laba secara operasional adalah suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan beberapa keuntungan privat atau pribadi . Oleh karena itu , saya ingin membalas penerapan manajemen laba dalam perusahaan.

Berdasarkan permasalahan dalam latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Penjualan Energi Listrik Dalam Meningkatkan Perolehan Laba Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan belakang penelitian, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan laba bahkan kerugian pada periode tahun 2013,2015, 2017
2. Terjadi peningkatan penjualan tetapi laba bersih mengalami penurunan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah teridentifikasi dalam perusahaan tersebut, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penjualan energi listrik dalam meningkatkan perolehan laba pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara?
2. Apakah yang menyebabkan terjadinya penurunan laba bersih pada PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, Maka tujuan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis penjualan energi listrik dalam meningkatkan perolehan laba pada PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara.
- b. Untuk menganalisis penyebab terjadinya penurunan laba bersih pada PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Adapun mamfaat penelitian bagi penulis adalah sebagai berikut :

Dapat menambah pengetahuan mengenai perbedaan yang terjadi pada sistem Prabayar dan Pascabayar serta mengembangkan daya nalar penulis dalam menganalisis penjualan listrik Prabayar dan Pascabayar dalam perusahaan tersebut.

b. Bagi Perusahaan

Adapun manfaat penelitian bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

Dapat menambah masukan bagi perusahaan yang terkait dalam mempromosikan sistem penjualan listrik Prabayar dan Pasacabayar agar lebih baik dan efektif.

c. Bagi Peneliti Lainnya

Adapun manfaat penelitian bagi peneliti lainnya adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian ini diharapkan bermamfaat sebagai refrensi bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang, serta sebagai informasi tambahan dalam permasalahan perbandingan penjualan energi listrik Prabayar dan Pascabayar pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Pengertian Penjualan

Dalam meningkatkan laba perusahaan, pihak manajemen perusahaan tentu membutuhkan sesuatu yang dapat meningkatkan perolehan laba perusahaan, diantaranya adalah Penjualan.

Menurut Kotler (2012) penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan dan menawarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Simamora (2010) penjualan adalah pendapatan lazim perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang atau jasa.

Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2016:3) "Penjualan adalah bagian dari promosi, dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran

Menurut Mulyadi (2008:202) "Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Dari pendapat para ahli di atas, memberikan pengertian bahwa penjualan merupakan Aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses

penjualan, penjual atau penyedia barang jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu.

Penjualan terbagi menjadi dua yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit.

Menurut Kieso (2013) Penjualan dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu ‘

- 1) Penjualan tunai adalah pendapatan penjualan, seperti halnya pendapatan jasa, dicatat ketika dihasilkan. Pendapatan dihasilkan ketika barang dialihkan dari penjual ke pembeli (Kieso 2013)
- 2) Penjualan kredit adalah janji lisan dari pembeli untuk membayar barang atau jasa yang di jual, dapat ditagih 30 sampai dengan 60 hari dan merupakan piutang terbuka yang berasal dari pelunasan kredit jangka pendek.

a. Jenis-Jenis Penjualan

Ada beberapa jenis penjualan menurut Basu Swasta (2011: 11) yaitu :

1) *Trade Selling*

Dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan pengadaan produk baru, jadi titik beratnya pada penjualan melalui penyalur daripada penjualan ke pembeli akhir.

2) *Missionary Selling*

Dalam Missionary selling penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.

3) *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang dan jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

4) *Responsive Selling*

Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meski layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus pada pembeli ulang.

5) *Responsive Selling*

Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui route driving band retalling. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalinnya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

b. Langkah-Langkah Dalam Proses Penjualan

Menurut Phillip Kotler langkah-langkah proses penjualan meliputi :

1) **Memilih Prospek dan Menilai**

Langkah pertama dalam proses penjualan adalah memilih prospek (prospecting), yaitu mencari siapa yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial. Tenaga penjual perlu mengetahui cara menilai prospek, artinya cara mengenali calon yang baik dan menyisihkan yang jelek. Prospek dapat dinilai dengan meneliti kemampuan keuangan, volume bisnis, kebutuhan spesial, lokasi dan kemungkinan untuk tumbuh.

2) Prapendekatan

Sebelum mengunjungi calon pembeli, sebaiknya ,mempelajari sebanyak mungkin mengenai apa saja yang dibutuhkan, siapa yang terlibat dalam pembelian. Wiraniaga sebaiknya menetapkan tujuan kunjungan yang mungkin , misalnya mengumpulkan informasi, atau membuat penjualan langsung.

3) Pendekatan

Dalam langkah ini, wiraniaga sebaiknya mengetahui caranya bertemu dan menyapa pembeli serta menjalin hubungan menjadi awal yang baik. Langkah ini mencakup kata-kata pembukaan dan tindak lanjutan.

4) Prestasi dan Demonstrasi

Dalam langkah presentasi dari proses penjualan, tenaga penjual menceritakan riwayat produk kepada pembeli, menunjukkan bagaimana produk akan menghasilkan dan menghemat uang. Presentasi penjualan dapat diperbaiki dengan alat bantu demonstrasi, seperti pita video dan sampel produk.

5) Mengatasi Keberatan

Pelanggan hampir selalu mempunyai keberatan dalam presentasiatau ketika diminta untuk memesan. Dalam mengatasi keberatan wiraniaga harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan tersembunyi, meminta pembeli untuk menjelaskan keberatan, menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak dan mengubah keberatan menjadi alasan untuk membeli.

6) Menutup

Menutup merupakan langkah dalam proses penjualan ketika wiraniaga meminta pelanggan untuk memesan. Tenaga penjual harus mengetahui cara mengenali tanda-tanda penutupan dari pembeli termasuk komentar dan pertanyaan.

7) Tindak lanjut

Merupakan langkah terakhir dalam proses penjualan ketika wiraniaga melakukan tindak lanjut setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan bisnis berulang.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam praktek perencanaan penjualan itu dipengaruhi beberapa faktor.

Menurut Basu Swastha dan Irawan (2004) faktor-faktor tersebut antara lain :

1) Kondisi dan kemampuan penjual

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

Jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan antara lain ;

a) Harga produk

Syarat penjualan seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan purna jual dan sebagainya.

b) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

- (1) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- (2) Daya belinya
- (3) Frekuensi dan pembeliannya
- (4) Keinginan dan kebutuhannya

c) Modal

Akan lebih sulit lagi bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu/ menjelaskan produknya. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun didalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya, semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

d) Kondisi dan Organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli bidang penjualan, lain halnya dengan perusahaan kecil masalah-masalah penjualan ditangani oleh orang-orang yang juga melakukan

fungsi lain. Sistem organisasi juga lebih sederhana masalah-masalah yang dihadapinya juga tidak sekompleks perusahaan besar seperti biasanya masalah perusahaan ini ditangani oleh perusahaan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e) Faktor lain

Faktor-faktor yang sering mempengaruhi penjualan yaitu periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah. Namun untuk melaksanakannya diperlukan dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang memiliki modal yang kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan sebaliknya perusahaan kecil jarang melakukan karna memiliki modal yang sedikit. Kegiatan ini lebih jarang dilakukan, ada pengusaha yang berpegangan suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik “

Jika prinsip tersebut dilakukan maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

d. Tujuan Penjualan

Tujuan penjualan adalah untuk mengubah minat konsumen pada produk ke dalam komitmen untuk membeli produk tersebut, mencapai volume penjualan yaitu untuk memperoleh laba bagi perusahaan.

2. Energi Listrik

a. Pengertian Energi Listrik

Energi Listrik adalah energy utama yang dibutuhkan bagi peralatan listrik/ energy yang tersimpan dalam arus listrik dengan satuan ampere (A) dan tegangan listrik dengan satuan volt (V) dengan ketentuan kebutuhan konsumsi daya listrik dengan satuan watt (W) untuk menggerakkan motor, lampu penerangan, memanaskan, mendinginkan atau menggerakkan kembali suatu peralatan mekanik untuk menghasilkan bentuk energi yang lain. Energi yang dihasilkan dapat dihasilkan dari berbagai sumber seperti air, minyak, batubara, panas bumi, nuklir, matahari, dan lainnya. Energi ini besarnya dari beberapa Joule sampai ribuan hingga jutaan Joule.

b. Fungsi Energi Listrik

Fungsi energi listrik adalah agar peralatan listrik dan alat elektronik dapat digunakan, tetapi tentunya diperlukan energi tegangan listrik yang sesuai dengan kebutuhan alat tersebut. Karena apabila energy listrik tidak sesuai dengan kebutuhan peralatan listrik dan alat elektronik dapat berdampak pada alat tersebut misalnya tidak dapat beroperasi, beroperasi tidak maksimal, atau bahkan alat tersebut bisa rusak.

Listrik terbagi menjadi dua yaitu adalah sebagai berikut :

1) Listrik Prabayar

Listrik Prabayar disebut sebagai Listrik Pintar. Listrik Prabayar adalah layanan terbaru dari PT. PLN (Persero) dengan berbagai kelebihan dalam mengatur penggunaan energi listrik melalui meter elektronik prabayar. Selama ini pelanggan PT. PLN (Persero) mendapat layanan listrik pascabayar, yaitu

pelanggan menggunakan energi listrik terlebih dahulu dan membayar belakangan pada bulan berikutnya. Setiap bulan PT. PLN (Persero) harus mencatat meter menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar, dan memutuskan aliran listrik jika konsumen terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu. Pada listrik prabayar pelanggan biasa mengatur sendiri kebutuhannya dan mengetahui besarnya pemakaian listrik. Listrik prabayar ini maksudnya adalah token, dimana kita membeli voucher listrik sendiri dengan harga yang tersedia yaitu RP 20.000-RP 2000.0000 dengan biaya administrasi biasanya dikenakan RP 2.000.

2) Listrik Pasca Bayar

Pada listrik pascabayar pelanggan dapat mengkonsumsi energi listrik terlebih dahulu dan melakukan pembayaran 1 (satu) bulan kemudian ketika diterbitkan tagihan sesuai dengan jumlah pemakaian. Pelanggan diberikan waktu untuk melunasi tagihan listrik mulai dari tanggal 1 sampai dengan tanggal 20 setiap bulannya. Apabila pelanggan tidak melakukan pembayaran pada tanggal tersebut maka akan dikenakan Biaya Keterlambatan (BK) sesuai tarif dan dayayang tersambung, serta dilakukan pemutusan sementara dengan cara mencabut MCB yang terdapat di rumah pelanggan tersebut. Ketika terdapat pelanggan yang melakukan tunggakan selama 3 (tiga) bulan maka akan dilakukan pembongkaran rampung sambungan listrik pelanggan tersebut.

3. Pengertian Laba

Menurut pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 2 (IAI,2009), mengatakan pengertian laba adalah sebagai berikut :

“Laba merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja dalam suatu perusahaan selama satu periode tertentu. Informasi tentang kinerja perusahaan, terutama tentang profitabilitas, dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang ekonomi yang akan dikelola oleh perusahaan di masa depan”.

Berikutnya menurut Subramanyam (2012:109) menyatakan bahwa laba adalah sebagai berikut :“Laba merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Serta informasi perusahaan yang paling diminati dalam pasar uang”.

Selanjutnya menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32) mengatakan bahwa laba adalah sebagai berikut:“Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan yang diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya”.

Sedangkan menurut Lailan Paradiba (2015) mengatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut :“Laba adalah item laporan keuangan mendasar dan penting yang memiliki berbagai kegunaan dalam berbagai konteks.

Menurut Harrison, et al. (2012:11) mengatakan bahwa pengertian laba sebagai berikut :

“Laba (Income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode akuntansi (misalnya, kenaikan asset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas selain menyangkut transaksi dengan pemegang saham”.

Dari beberapa pendapat mengenai laba maka dapat disimpulkan bahwa laba adalah suatu laporan utama yang berisikan tentang ringkasan kinerja perusahaan, ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha yang dapat

mencerminkan prestasi suatu perusahaan dan didapati digunakan dalam berbagai konteks.

a. Jenis dan Pengukuran Laba

Menurut Subramanyam (2013:26) dan Harrison (2012:13) laba terdiri dari empat jenis yaitu :

- 1) Laba kotor yang disebut juga margin kotor (*gross margin*) merupakan selisih antara penjualan dan harga pokok penjualan.
- 2) Laba operasi merupakan selisih antara penjualan dengan seluruh biaya dan beban operasi. Laba operasi biasanya tidak mencakup biaya modal (bunga dan pajak).
- 3) Laba sebelum pajak merupakan laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan.
- 4) Laba setelah pajak merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.
- 5) Laba bersih adalah laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak. Laba bersih merupakan sisa laba setelah mengurangi beban dan rugi dari pendapatan dan keuntungan.

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba penting dalam perencanaan karena karena tujuan dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan. Perencanaan laba yang baik tentu cukup sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Kekuatan-kekuatan ini mencakup perubahan dalam teknologi, tindakan, pesaing, ekonomi, faktor politik. Kekuatan-kekuatan ini

umumnya berada diluar kendali perusahaan, dan besaran serta arah perubahan sering kali sulit untuk di prediksi.

b. Menetapkan Tujuan Laba

Pada dasarnya, terdapat tiga pendekatan yang berbeda yang dapat diikuti dalam menetapkan tujuan laba, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Dalam metode priori, tujuan laba mendominasi perencanaan. Pertama-tama, manajemen menentukan tingkat pengembalian yang diinginkan dan berusaha untuk merealisasikannya melalui perencanaan.
- 2) Dalam metode posterior, tujuan laba berada dibawah perencanaan dan diidentifikasi sebagai hasil dari perencanaan.
- 3) Dalam metode pragmatis, manajemen menggunakan suatu standar laba yang telah diuji dan dibuktikan oleh pengalaman.

Dalam menentukan tujuan laba, manajemen sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor berikut :

- 1) Laba atau rugi yang dihasilkan dalam volume penjualan tertentu
- 2) Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar deviden serta menyediakan dana bagi kebutuhan bisnis masa depan.
- 3) Titik impas
- 4) Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
- 5) Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
- 6) Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

c. Fungsi Laba

Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan output yang lebih dari industri/perusahaan. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/ komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien.

Laba memberikan pertanda krusial untuk realokasi sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat sebagai refleksi perubahan selera konsumen dan permintaan sepanjang waktu. Laba bukanlah suatu sistem yang sempurna. Laba bukanlah satu-satunya yang dikejar oleh manajemen, melainkan aspek pelayanan.

Ditinjau kurang dari konsep koperasi, fungsi laba bagi koperasi adalah tergantung pada besar kecilnya partisipasi ataupun transaksi anggota dengan koperasinya, Semakin tinggi partisipasi anggota maka idealnya semakin tinggi manfaat yang diterima oleh anggota.

d. Peran Laba

Laba penting bagi perusahaan karena :

1. Laba sebagai sumber pembiayaan seperti :
 - a. Peningkatan kualitas SDM
 - b. Perluasan Produk
 - c. Perluasan pasar
 - d. Pembiayaan lainnya
2. Laba sebagai ukuran pembayaran pajak
3. Laba sebagai ukuran untuk membagi hasil usaha (Dividen)
4. Laba merupakan cerminan kesehatan operasional perusahaan
5. Laba sebagai sumber pembiayaan kesejahteraan

6. Laba sebagai sumber pembiayaan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Rumus:
$$\text{Laba} = \text{Penjualan} - \text{biaya}$$

4. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

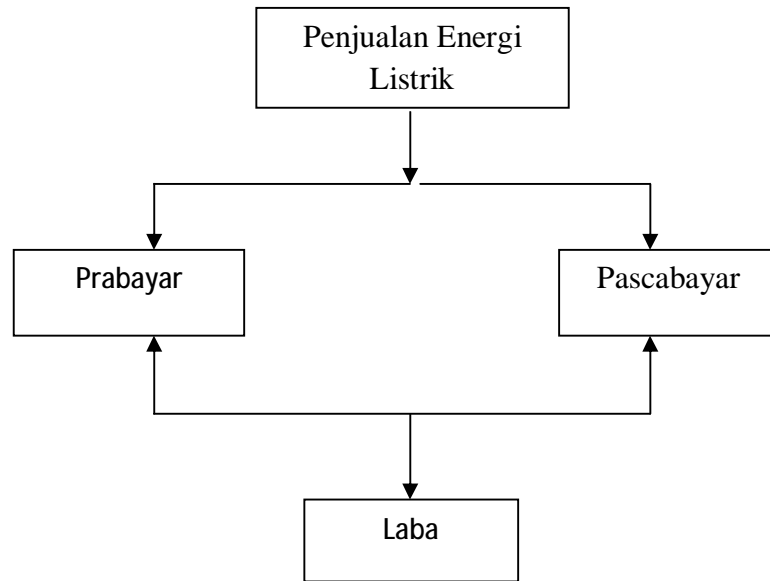
Tabel II-1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Ely Kartikaningdyah Jurnal (2014)	Analisis pengelolaan energi listrik pascabayar dan prabayar pada B'Right PLN Batam	Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa penjualan yang dilakukan PLN B'Right Batam untuk penjualan energi listrik prabayar menggunakan metode cash basic, sedangkan Penjualan energi listrik pascabayar menggunakan metode Accrual basic. Pengakuan dan pencatatan PLN B'Right Batam sudah sesuai dengan PSAK No.23.
Andi Zulfakar Yudha Pratama Syariffuddin Jurnal (2013)	Analisis volume penjualan pada PT.PLN (Persero) Wilayah SulselRabar Perspektif Audit Manajemen	Dari hasil penelitian penulis bahwa meskipun masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan maka, namun secara keseluruhan kinerja manajemen fungsi penjualan PT.PLN SulselRabar telah berjalan dengan efektif dan efisien
Ni Putu Erviani Astari (2015)	Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Energi Listrik Serta Laba (Rugi) Pada PT. PLN (Persero) Distribusi	Berdasarkan selisih harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan PT. PLN (Persero) dapat menentukan laba rugi yang diperoleh perusahaan pada satu

	Bali	periode akuntansi. Perhitungan harga pokok dengan metode full costing yang kemudian dijadikan dasar untuk harga jual energi listrik dengan yang diatur dalam peraturan pemerintah.
--	------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B. Kerangka Berpikir

Setiap perusahaan memiliki orientasi ke masa depan dan memikirkan cara apa yang mungkin dapat dilakukan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satunya adalah dengan penjualan. Penjualan pada suatu perusahaan adalah kunci dari memperoleh laba, dalam hal ini laba menjadi sangat penting untuk kelangsungan sebuah perusahaan, dengan laba dapat menilai kinerja perusahaan serta laporan keuangan perusahaan. Penjualan energi listrik memiliki dua sistem yaitu listrik Prabayar dan listrik Pascabayar. Dari penjualan listrik ini akan dijelaskan bagaimana laba yang dihasilkan sesuai dengan tujuan perusahaan dalam rangka mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya.



Gambar II.I
Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah deskriptif yaitu data yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan, diklasifikasikan, dipelajari, dan dianalisis untuk kemudian diambil kesimpulan. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, akurat dan aktual mengenai fakta-fakta dan fenomena yang diselidiki.

B. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang data tersebut.

1. Penjualan Energi Listrik

Penjualan Energi listrik adalah pembelian sesuatu (barang atau jasa) energi utama yang dibutuhkan bagi peralatan listrik / energi yang tersimpan dalam arus listrik. Penjualan energi listrik dapat diukur dengan kurun waktu 5 tahun yaitu dari tahun 2013-2017.

2. Laba

Laba merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja dalam suatu perusahaan selama satu periode tertentu. Laba dapat diukur dengan kurun waktu 5 tahun yaitu dari tahun 2013-2017.

$\text{Laba} = \text{Penjualan} - \text{Biaya}$

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara JL. KL. Yos Sudarso No. 284 Medan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2017 s/d Maret 2018 atau dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel III-1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	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 Judl			■	■																
2	Penyusunan Proposal					■	■														
3	Bimbingan Proposal							■	■	■	■										
4	Seminar Proposal											■									
5	Pengolahan Data												■	■							
6	Penulisan Skripsi														■	■					
7	Bimbingan Skripsi																■	■			
8	Pengesahan Skripsi																			■	
9	Sidang Meja Hijau																				■

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang dikumpulkan adalah jenis data kuantitatif, berupa penjelasan atau pernyataan yang berbentuk angka-angka dalam laporan keuangan.

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang penulis dapat simpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer yaitu merupakan jenis data yang diperoleh dengan cara melakukan penelitian langsung ke perusahaan yaitu PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara guna memperoleh atau mengumpulkan data dan keterangan-keterangan yang dibutuhkan.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, antara lain penjualan energi listrik prabayar dan pasca bayar dan data lain yang terkait dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah :

1. Dokumentasi yaitu penelitian yang digunakan dengan cara mengumpulkan data atau dokumen-dokumen yang terkait penjualan atau bukti lainnya yang diperoleh dari perusahaan.

F. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan penulis untuk menganalisis data adalah menggunakan teknik deskriptif, yaitu adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005:21) sehingga data yang di dapat tersebut dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah tentang penjualan. Adapun langkah- langkah yang dilakukan

adalah mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian pada objek penelitian, selanjutnya mengklasifikasikan data yang ada sesuai dengan yang diperlukan kemudian mengamati dan membandingkan penjualan selama 5 tahun dengan cara melihat penjualan tahun lalu berjalan dengan penjualan tahun sebelumnya. Kemudian menganalisa dan menginterpretasikan data yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan membandingkan dengan pengetahuan teknis (data sekunder) dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan untuk kemudian mengambil kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah Ketenaga listrikan di Indonesia dimulai pada akhir abad ke-19, ketika beberapa perusahaan Belanda mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Pengusahaan tenaga listrik tersebut berkembang menjadi untuk kepentingan umum, diawali dengan perusahaan swasta Belanda yaitu NV.NIGM yang memperluas usahanya dari hanya di bidang gas ke bidang tenaga listrik. Selama Perang Dunia II berlangsung, perusahaan-perusahaan listrik tersebut dikuasai oleh Jepang dan setelah kemerdekaan Indonesia, tanggal 17 Agustus 1945, perusahaan-perusahaan listrik tersebut direbut oleh pemuda-pemuda Indonesia pada bulan September 1945 dan diserahkan kepada Pemerintah Republik Indonesia. Pada tanggal 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas, dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik hanya sebesar 157,5 MW. Tanggal 1 Januari 1961, Jawatan Listrik dan Gas diubah menjadi BPU-PLN (Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara) yang bergerak di bidang listrik, gas dan kokas.

Tanggal 1 Januari 1965, BPU-PLN dibubarkan dan dibentuk 2 perusahaan negara yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang mengelola tenaga listrik dan Perusahaan Gas Negara (PGN) yang mengelola gas. Saat itu kapasitas pembangkit tenaga listrik PLN sebesar 300 MW. Tahun 1972, Pemerintah Indonesia menetapkan status Perusahaan Listrik Negara sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara (PLN). Tahun 1990 melalui Peraturan

Pemerintah No. 17, PLN ditetapkan sebagai pemegang kuasa usaha ketenaga listrik. Tahun 1992, pemerintah memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan tenaga listrik. Sejalan dengan kebijakan diatas, pada bulan Juni 1994 status PLN dialihkan dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan.

2) Kegiatan Operasional Perusahaan

a. Bidang Niaga dan Pelayanan Pelanggan

Bertanggung jawab atas upaya pencapaian target pendapatan dari penjualan tenaga listrik, pengembangan pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan pelanggan serta transaksi pembelian tenaga listrik yang memberikan nilai tambah pada perusahaan, serta ketersediaan standar pelaksanaan kerja dan terciptanya interaksi kerja yang baik antar unit-unit pelaksana.

Tugas pokok bidang niaga dan pelayanan pelanggan adalah:

- 1) Menyusun ketentuan dan strategi pemasaran.
- 2) Rencana penjualan energi dan rencana pendapatan .
- 3) Mengevaluasi harga jual energi listrik.
- 4) Menghitung biaya penyediaan tenaga listrik.
- 5) Menegosiasi harga jual beli tenaga listrik.
- 6) Menyusun strategi dan pengembangan pelayanan pelanggan.
- 7) Standar dan produk pelayanan.
- 8) Ketentuan data induk pelanggan (DIP) dan data induk saldo (DIS).
- 9) Konsep kebijakan sistem informasi pelayanan pelanggan
- 10) Melakukan pengendalian DIS dan opname saldo piutang
- 11) Mengkoordinasikan pelaksanaan penagih kepada pelanggan tertentu antara lain TNI/POLRI dan instansi vertikal.

- 12) Mengkaji pengelolaan pencatatan meter dan menyusun rencana penyempurnaannya.
- 13) Menyusun mekanisme interaksi antar unit pelaksana.
- 14) Menyusun rencana pengembangan usaha baru serta pengaturannya.
- 15) Membuat usulan RKAP bersama Bidang Perencanaan dan bidang lainnya
- 16) Menyusun dan mengelola manajemen mutu.

b. Bidang Keuangan

Bertanggung jawab atas penyelenggaraan pengelolaan anggaran dan keuangan unit sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen keuangan yang baik, pengelolaan pajak dan asuransi yang efektif serta penyajian laporan keuangan dan akuntansi yang akurat dan tepat waktu.

Tugas pokok Bidang Keuangan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun kebijakan anggaran dan proyeksi keuangan perusahaan.
- 2) Menyusun Biaya Perolehan Pokok (BPP) pertransaksian dan fungsinya.
- 3) Mengendalikan anggaran operasi.
- 4) Mengendalikan aliran kas dan pendapatan.
- 5) Mengendalikan aliran kas pembayaran.
- 6) Melakukan pengelolaan keuangan.
- 7) Melakukan analisis dan evaluasi laporan keuangan unit-unit.
- 8) Menyusun laporan konsolidasi dan rekonsiliasi.
- 9) Menyusun dan menganalisa kebijakan resiko dan penghapusan asset.
- 10) Melakukan pengelolaan pajak asuransi.
- 11) Membuat Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP) bersama bidang perencanaan dan bidang lainnya.

- 12) Menyusun dan mengelola manajemen mutu dan menerapkan tata kelola yang baik.
- 13) Menyusun laporan manajemen di bidangnya.

2. Deskripsi Data

1. Laporan Penjualan Energi Listrik PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara Tahun 2013-2017

Laporan penjualan energi listrik PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera adalah laporan yang menyajikan penjualan energi listrik dan laba bersih dari tahun 2013-2017. Laporan penjualan energi listrik adalah sebagai berikut:

Tahun	Listrik Prabayar	Listrik Pascabayar
2013	251.674	5.921.435
2014	466.406	6.735.802
2015	698.943	7.690.472
2016	935.301	7.708.095
2017	1.388.909	8.957.421

Sumber: Laporan Laba Rugi PT.PLN (Persero) Wilayah Sumut

Pada tabel laporan penjualan energi listrik PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera tersebut menjelaskan bahwa penjualan energi listrik meningkat.

a) Listrik Prabayar

Listrik Prabayar adalah layanan terbaru dari PT. PLN (Persero) dengan berbagai kelebihan dalam mengatur penggunaan energy listrik melalui meter elektronik prabayar. Selama ini pelanggan PT.PLN (Persero) mendapat layanan listrik pascabayar, yaitu pelanggan menggunakan energy listrik terlebih dahulu dan membayar belakangan pada bulan berikutnya. Setiap bulan PT. PLN (Persero) harus mencatat meter menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak

membayar, dan memutus aliran listrik jika konsumen terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu. Pada listrik Prabayar pelanggan biasa mengatur sendiri kebutuhannya dan mengetahui besarnya pemakaian listrik. Listrik Prabayar ini maksudnya adalah token, dimana kita membeli voucher listrik sendiri dengan harga yang tersedia yaitu RP 20.000- RP 2000.0000 dengan biaya administrasi biasanya dikenakan RP 2.000.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan listrik Prabayar mengalami peningkatan penjualan yang sangat baik dari tahun 2013-2017.

b. Listrik Pascabayar

Listrik Pascabayar adalah Pada listrik pasca bayar pelanggan dapat mengkonsumsi energi listrik terlebih dahulu dan melakukan pembayaran 1 (satu) bulan kemudian ketika diterbitkan tagihan sesuai dengan jumlah pemakaian. Pelanggan diberikan waktu untuk melunasi tagihan listrik mulai dari tanggal 1 sampai dengan tanggal 20 setiap bulannya. Apabila pelanggan tidak melakukan pembayaran pada tanggal tersebut maka akan dikenakan Biaya Keterlambatan (BK) sesuai tariff dan daya yang tersambung, serta dilakukan pemutusan sementara dengan cara mencabut MCB yang terdapat di rumah pelanggan tersebut. Ketika terdapat pelanggan yang melakukan tunggakan selama 3 (tiga) bulan maka akan dilakukan pembongkaran rampung sambungan listrik pelanggan tersebut.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan listrik pascabayar mengalami peningkatan penjualan yang sangat baik dari tahun 2013-2017.

2. Meningkatkan perolehan laba

Laba merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja dalam suatu perusahaan selama satu periode tertentu. Informasi tentang kinerja perusahaan, terutama tentang profitabilitas, dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang ekonomi yang akan dikelola oleh perusahaan di masa depan.

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba penting dalam perencanaan karena karena tujuan dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan. Perencanaan laba yang baik tentu cukup sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Kekuatan-kekuatan ini mencakup perubahan dalam teknologi, tindakan, pesaing, ekonomi, faktor politik. Kekuatan-kekuatan ini umumnya berada diluar kendali perusahaan, dan besaran serta arah perubahan sering kali sulit untuk di prediksi.

$$\text{Laba} = \text{Penjualan} - \text{Biaya}$$

Penjualan dalam meningkatkan perolehan laba dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tahun	Laba	Penjualan	Beban Operasional
2013	(2.623.561,5)	6.173.109	22.091.114,7
2014	1.174.161	7.202.208	24.690.997
2015	(602.650,7)	8.389.415	22.557.407,6
2016	815.038,3	8.643.396	17.925.105,8
2017	306.252,7	10.346.330	20.031.287,5

Pada tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2013-2017 penjualan meningkat tetapi tidak diikuti oleh laba bersih, laba bersih mengalami penurunan bahkan kerugian dalam periode tertentu.

Pada tahun 2013, penjualan listrik meningkat yaitu sebesar RP. 6.173.109, sedangkan laba bersihnya mengalami kerugian sebesar (2.623.561,5) dan beban operasionalnya meningkat yaitu sebesar 22.091.114,7 . Pada tahun 2014 penjualan listrik mengalami peningkatan yaitu sebesar 7.202.208 sedangkan laba bersihnya mengalami kenaikan yaitu sebesar 1.174.161 dan beban operasionalnya meningkat yaitu sebesar 24.690.997. Pada tahun 2015, penjualan listrik meningkat yaitu sebesar 8.389.415, sedangkan laba bersih mengalami penurunan bahkan kerugian yaitu sebesar (602.650,7) dan beban operasionalnya mengalami penurunan yaitu sebesar 22.557.407,6 Pada tahun 2016, penjualan listrik meningkat yaitu sebesar 8.643.396. sedangkan laba bersih mengalami peningkatan yaitu sebesar 815.038,3 dan beban operasionalnya mengalami penurunan . Pada tahun 2017 penjualan listrik mengalami peningkatan yaitu sebesar 10.346.330 sedangkan laba mengalami penurunan yaitu sebesar 306.252,7 dan beban operasionalnya mengalami kenaikan yaitu sebesar 20.031.287,5.

Penjualan energi listrik pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumut sudah sangat baik, bahkan sangat meningkat dari tahun ketahun, dan pelanggan juga sangat meningkat, tetapi hal tersebut ternyata tidak diikuti oleh laba bersih, laba bersihnya mengalami penurunan bahkan kerugian, hal tersebut tentu tidak sesuai karena apabila penjualan naik maka laba pun akan terdorong naik begitupun sebaliknya, beban operasionalnya juga cukup tinggi dari periode waktu tertentu.

B. Pembahasan

1. Penjualan Energi Listrik Dalam Meningkatkan Perolehan Laba

Penjualan Energi Listrik pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara menggambarkan bahwa penjualan energi listrik Prabayar dan listrik Pascabayar memang sudah sangat baik, bahkan sangat meningkat dari setiap periode tahun, dikarenakan kebutuhan listrik yang sangat meningkat. Pertumbuhan nilai ini pun tak lepas dari kenaikan volume yang terjual.

Peningkatan penjualan tersebut sejalan dengan keberhasilan PLN dalam menambah kapasitas pembangkit, bahkan pelanggan pada PT. PLN juga terus meningkat karena PLN juga menyadari akan kebutuhan masyarakat dalam penggunaan listrik, apalagi terhadap penggunaan pada listrik Prabayar yang terbilang cukup praktis, karena kita hanya perlu mengisi listrik di ATM, atau counter” terdekat dengan hanya menyebutkan nomor meteran, walaupun setiap pembelian akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 2000.

Tetapi walaupun dengan adanya tercipta inovasi baru yaitu Listrik Prabayar nyatanya perusahaan belum mampu dalam meningkatkan perolehan laba. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan teori yang ada, adapun teori tersebut adalah bahwa adanya hubungan yang erat mengenai penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.

2. Penyebab Laba Bersih Mengalami Penurunan Bahkan Kerugian

Dari penelitian yang telah dilakukan maka penyebab laba bersih mengalami penurunan bahkan kerugian adalah tingginya beban operasional, beban operasional adalah taksira semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan

dalam jangka waktu satu tahun periode akuntansi. Beban operasional inilah yang membuat laba bersih menjadi tidak baik, beban operasional disini adalah seperti biaya bahan bakar dan pelumas, biaya pembelian tenaga listrik, sewa, pemeliharaan, adapun pemeliharaan disini diantaranya adalah pemeliharaan jaringan listrik serta pemeliharaan mesin pembangkit listrik. biaya kepegawaian, penyusutan dll, dimana kenaikan nilai kurs dan melonjaknya harga bahan bakar dan pelumas, serta beban pajak yang cukup tinggi, peningkatan beban lain diluar operasi, serta berkurangnya pendapatan selisih kurs, Beban usaha yang mengalami kenaikan terbesar adalah terdapat pada beban pembelian tenaga listrik dan beban bahan bakar. seperti yang dikatakan Harapan (2005:263) dalam teori, laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman, dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan serta dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, yang telah dijelaskan dalam bab empat, maka kesimpulan yang dapat di ambil adalah adalah sebagai berikut:

1. PT PLN (Persero) Wilayah Sumut belum mampu meningkatkan perolehan laba.
2. Terjadi penurunan laba bahkan kerugian yang disebabkan oleh beban operasional yang tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis menyusun beberapa saran. Adapun saran-saran tersebut ialah sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan peningkatan laba dengan cara melakukan penjualan secara insentif dan menambah pelanggan yang baru.
2. Bagi penelti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa variabel selain variabel yang akan diteliti.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperpanjang periode pengamatan agar hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Zulfikar Yudha Pratama Syarifuddin. 2010. *Analisis Volume Penjualan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselbar Perspektif Audit Manajemen*
- Andi. 2015. *Sistem Informasi Akuntansi*, offset Yogyakarta
- Assuari. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali. Gramedia. Pustaka Utama.
- Basu Swasta. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset
- Budi Rahardjo, 2000, *Laporan Keuangan Perusahaan*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Charles Horngren. 2011. *George Foster Akuntansi Biaya, Edisi Keenam*, Erlangga. Jakarta
- Charles T. Horngren. 2010. *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Erlangga.
- Donald E. Kieso, Jerry J. Weygandt, and Terry D. Wardield. 2013. *Intermediate Accounting*. United States America : John Willey dan Sons. Terjemahan Dwi Prastowo dan Rifka Julianty. Jakarta: Erlangga.
- Douglass Garbutt. 2012. *Teknik Merencanakan Laba*, Jakarta: Erlangga
- Ely Kartikaningdiyah. 2014. *Analisis Pengelolaan Energi Listrik Prabayar dan Pascabayar Pada B'Right PLN Batam, , Akuntansi Manajemen*, Politeknik Negeri Batam.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2005. "Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan". Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kottler Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks
- Matz-Usry. 2006. *Akutansi Biaya, Edisi Kedelapan*, Erlangga. Jakarta
- Milton E. Usry / Lawrence H. Hammer. 2011. *Akuntansi Biaya*, Erlangga. Jakarta
- Moekijat. 2000. *Kamus Manajemen*, Bandung, Penerbit CV. Mandar Maju.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*, Penerbit Salemba. Empat, Jakarta.
- Ni Putu Erviani Astari. 2015 *Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Energi Listrik Serta Laba (Rugi) Pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali*
- Robert N. Anthony/Vijay GovindaRaja. 2012. *Management Control System*, Salemba Empat.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan. Pertamina, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- William K. Carter, 2012. *Akuntansi Biaya, Buku 2 Edisi 4*, Salemba 4. Jakarta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Fania Imelda Nasution
NPM : 1405170337
Tempat/tgl. lahir : Sibolga, 27 Januari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

Nama Orang Tua

Ayah : Fahrudin Nasution
Ibu : Nur Aniah Lubis
Alamat : Emplasmen PTPN IV Kebun Sosa Kec. Hutaraja Tinggi
Kabupaten Padang Lawas

Pendidikan : 1. Tahun 2002-2008 SD 1405120 Emplasmen PTPN IV
Kebun Sosa Kec. Hutaraja Tinggi Kabupaten
Padang Lawas
2. Tahun 2008-2011 SMP N 1 Sosa Pasar Ujung Batu
3. Tahun 2011-2014 SMA N 1 Sosa Pasar Ujung Batu
4. Tahun 2014-2018, tercatat sebagai mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikianlah Daftar Riwayat Hidup ini saya perbuat dengan sebenar- benarnya dan dengan rasa tanggung jawab.

Medan, Maret 2018

Fania Imelda Nasution