

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan, yaitu untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Profit merupakan hasil kebijakan manajemen, oleh karena itu kinerja suatu perusahaan dapat diukur dengan profit. Kemampuan perusahaan menghasilkan profit disebut profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Profitabilitas berpengaruh untuk kelangsungan hidup jangka panjang suatu perusahaan. Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan kinerja perusahaannya karena dengan laba yang tinggi, perusahaan bisa terus beroperasi dan berkembang (Wehantouw, dkk. 2017).

Penjualan merupakan proses pertukaran antara barang dengan suatu nilai sehingga menghasilkan penghasilan bagi pihak penjual dan pemberi keputusan bagi pihak pembeli (Fitriani, 2016). Penjualan merupakan sumber hidup dari suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh keuntungan. Untuk mendapatkan keuntungan tersebut, perusahaan harus mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Penjualan bisa menjadi salah satu faktor berkembangnya bisnis menjadi lebih besar. Dengan cara mengatur strategi penjualan, serta upaya dalam menghadapi persaingan untuk menarik minat para customer. Sistem penjualan dapat membantu dan meminimalisir permasalahan yang terjadi. Ide atau strategi yang matang dan tepat akan membuat penjualan

semakin meningkat, salah satunya dengan penjualan secara tunai maupun secara kredit (Darmawan dan Firmansyah, 2018:136).

Penjualan tunai merupakan penjualan dengan mengambil barang dari supplier dan langsung dikirim ke customer secara pembayaran langsung dengan menggunakan uang tunai (Mujahidah et al., 2016:170). Definisi lain Mulyadi (2008) menyatakan bahwa dalam penjualan tunai, pembeli diwajibkan untuk melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu supaya barang diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai kemudian dicatat oleh perusahaan. Penjualan tunai terjadi dengan adanya penerimaan uang dan penyerahan barang disaat yang bersamaan. Selain itu, terkadang penjualan tunai memberikan kelonggaran dengan cara pemotongan tunai dan service cuma-cuma. Tujuan penjualan tunai dilakukan oleh perusahaan yaitu agar hasil dari penjualan tersebut langsung terealisasi dalam bentuk kas yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Penjualan kredit merupakan jenis penjualan yang dilakukan untuk menyampaikan barang kepada mereka yang memerlukan dengan jalan tidak segera meminta kontraprestasi pada saat penjualan dilakukan. Penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan bilamana pembayarannya dilakukan beberapa waktu kemudian (Haryono, 2003:327). Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirim barang sesuai order dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut (Mulyadi, 2008:206). Penjualan kredit sangat penting bagi profitabilitas, karena dengan adanya peningkatan atau perkembangan kredit yang disalurkan setiap tahunnya, maka akan meningkatkan pula profitabilitasnya (Haqiqi et al., 2020). Definisi lain Ferris

(1981) penjualan kredit dapat menjadi konsep yang berguna untuk memfasilitasi pertukaran barang, dengan terjadinya dua transaksi terpisah (barang untuk kredit, kredit untuk pembayaran).

Penjualan tunai dan penjualan kredit merupakan elemen pendukung operasional yang berperan besar terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Setiap perusahaan, sebisa mungkin menghindari atau meminimalisir hal-hal buruk yang terjadi akibat penjualan baik eksternal ataupun internalnya. Semakin menurun volume penjualan suatu perusahaan, maka laba penjualannya pun menurun. Apabila hal ini tidak bisa segera ditanggulangi, maka akan merugikan perusahaan (Anggraeni dan Santoso, 2018).

PT. Astra International Tbk. – Honda Sales Operation Masamba Salah satu Dealer PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation di Luwu Utara tepatnya di Kecamatan Masamba. Dealer ini merupakan dealer dengan jumlah penjualan terbanyak diantara dealer lain PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation yang ada di Sulawesi Selatan. PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba melakukan penjualan secara tunai dan kredit. Pada tahun 2019, rata-rata penjualan secara tunai maupun kredit berjumlah 450 unit setiap bulannya. Pada tahun 2020 rata-rata penjualan pada bulan januari sampai juni berjumlah 200 unit karena adanya Covid-19, oleh karena itu PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba meningkatkan mutu penjualannya sehingga pada bulan juli sampai desember rata-rata penjualan kembali sama seperti pada tahun 2019 yang setiap bulannya berjumlah 300 unit.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas PT. Astra International Tbk. -

Honda Sales Operation Masamba harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan meningkatkan mutu penjualannya agar memperoleh keuntungan dan menghindari kerugian dari masing-masing penjualan yang dilakukan, sehingga dalam penelitian ini penulis akan mengambil judul sebagai berikut :

“Pengaruh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba”

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah penjualan tunai berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba?
- 2) Apakah penjualan kredit berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba?
- 3) Apakah penjualan tunai dan penjualan kredit berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh penjualan tunai terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

- 3) Untuk mengetahui pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa kegunaan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan wawasan dan kajian mengenai pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap profitabilitas serta dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sejenis.

1.4.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat praktis sebagai berikut:

a. Manfaat penelitian bagi peneliti

Untuk menambah wawasan, pengalaman, dan pemahaman mengenai pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap profitabilitas.

b. Manfaat bagi Instansi/Perusahaan

Sebagai media untuk mengevaluasi perusahaan tentang pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap profitabilitas.

c. Manfaat bagi Universitas Muhammadiyah Palopo

Untuk memberikan gambaran secara nyata mengenai penelitian yang berjudul pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

1.5 Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Pengaruh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

Berdasarkan rumusan masalah, maka dilakukan pembatasan masalah terhadap Pengaruh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba dengan menggunakan data penjualan motor dari tahun 2016-2020 di PT. Astra Internasional Tbk. Honda Sales Operation.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian yang memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan batasan penulisan serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bagian yang di dalamnya memuat konsep-konsep teoritis yang digunakan sebagai landasan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

Konsep-konsep teoritis dalam bab ini berasal dari berbagai literature yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian, analisis data dan pembahasan penelitian sebagai dasar dalam menarik kesimpulan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

DAFTAR RUJUKAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Penjualan tunai

1. Pengertian penjualan tunai

Penjualan tunai pada umumnya terjadi secara kontan, penjualan ini bersifat *cash and carry*. Penjualan tunai merupakan penjualan dengan mengambil barang dari supplier dan langsung dikirim ke customer secara pembayaran langsung dengan menggunakan uang tunai (Mujahidah et al., 2016:170). Penjualan tunai adalah pembelian dengan pembelian secara langsung dengan membayar lunas sebesar harga yang dibayar dan akan dilakukan pencatatan transaksi (Mulyadi, 2016:391). Penjualan tunai adalah pembeli langsung menyerahkan sejumlah uang tunai yang dicatat oleh penjual melalui register kas (Yadiati dan Wahyu, 2006:129). Definisi lain Mulyadi (2008:445) menyatakan bahwa dalam penjualan tunai, pembeli diwajibkan untuk melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan kepada pembeli, kemudian transaksi penjualan tunai dicatat oleh perusahaan. Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan tunai adalah proses transaksi jual-beli dengan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung setelah barang diterima oleh pembeli.

2. Fungsi yang terkait

Berikut ini merupakan fungsi yang terkait dengan penjualan tunai (Narko, 2007:93) membagi menjadi beberapa bagian yaitu:

- 1) Bagian Penjualan: Bertugas untuk menerima pesanan dari pembeli, mengedit pesan, dan memintakan persetujuan dari bagian keuangan.
- 2) Bagian Gudang/Pengiriman: Bertugas untuk mengirimkan barang yang dibeli atas dasar pesanan dari bagian penjualan.
- 3) Bagian Penagihan: Bertugas untuk membuat faktur dan mendistribusikan ke pembeli dan kebagian akuntansi.
- 4) Bagian Akuntansi: bertugas untuk membukukan ke dalam jurnal penjualan dan secara periodik membukukan ke rekening buku besar.

Sedangkan Mulyadi (2001) fungsi yang terkait dalam penjualan tunai yaitu:

1) Fungsi penjualan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menerima order dari pembeli, mengisi faktur penjualan tunai dan menyerahkan faktur tersebut kepada pembeli guna kepentingan pembayaran harga barang ke fungsi kas.

2) Fungsi kas

Fungsi ini bertanggung jawab sebagai penerimaan kas dari pembeli. Pada struktur organisasi, fungsi ini berada pada bagian kas.

3) Fungsi gudang

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyiapkan barang yang telah dipesan oleh pembeli, serta menyerahkan barang tersebut kepada fungsi penerimaan. Pada struktur organisasi fungsi ini berada pada bagian gudang.

4) Fungsi pengiriman

Fungsi ini bertanggung jawab sebagai pencatat transaksi penjualan dan penerimaan kas serta membuat laporan penjualan saat transaksi penjualan telah dilaksanakan. Pada struktur organisasi, fungsi ini berada pada bagian jurnal.

5) Fungsi akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab sebagai pencatat transaksi penjualan dan penerimaan kas serta membuat laporan penjualan saat transaksi penjualan dilaksanakan. Fungsi ini berada ditangan bagian jurnal.

Kedua pendapat diatas terdapat perbedaan pada bagian gudang dimana menurut Narko bagian gudang dan bagian pengiriman merupakan suatu kesatuan, sedangkan menurut Mulyadi bagian gudang dan pengiriman terpisah.

3. Dokumen yang digunakan

Dokumen yang digunakan dalam sistem akuntansi penerimaan kas dari penjualan tunai (Mulyadi, 2016:386-391), adalah sebagai berikut:

1) Faktur penjualan tunai

Dokumen ini digunakan untuk merekam berbagai informasi yang diperlukan oleh manajemen mengenai transaksi penjualan tunai.

2) Pita register kas

Dokumen ini dihasilkan oleh fungsi kas dengan cara mengoperasikan mesin register kas (cash register). Pita register kas merupakan bukti penerimaan kas yang dikeluarkan oleh fungsi kas dan merupakan dokumen pendukung faktur penjualan tunai yang dicatat dalam jurnal penjualan.

3) Slip penjualan kartu kredit (Credit cash sales slip)

Dokumen ini dicetak oleh credit card center bank yang menerbitkan kartu kredit dan diserahkan kepada perusahaan yang menjadi anggota kartu kredit.

4) Surat muat (Bill of loading)

Dokumen ini merupakan bukti penyerahan barang dari perusahaan barang kepada perusahaan angkutan umum. Dokumen ini digunakan oleh fungsi pengiriman dalam penjualan COD (Cash on Delivery) yang penyerahan barangnya dilakukan oleh perusahaan angkutan umum.

5) Faktur penjualan COD (Cash on delivery)

Dokumen ini digunakan untuk merekam penjualan COD. Tembusan faktur penjualan COD diserahkan kepada pelanggan melalui bagian angkutan perusahaan, kantor pos, atau perusahaan angkutan umum dan dimintakan tanda tangan penerimaan barang dari pelanggan sebagai bukti telah diterimanya barang oleh pelanggan. Tembusan faktur penjualan COD digunakan oleh perusahaan untuk menagih kas yang harus dibayar oleh pelanggan pada saat penyerahan barang yang dipesan oleh pelanggan.

6) Bukti setor bank

Dokumen ini dibuat oleh fungsi kas sebagai bukti penyetoran kas ke bank. Bukti setor dibuat 3 lembar dan diserahkan oleh fungsi kas ke bank bersamaan dengan penyetoran kas dari hasil penjualan tunai ke bank. Dua lembar tembusannya diminta kembali dari bank setelah ditandatangani dan dicap oleh fungsi kas kepada fungsi akuntansi, dan dipakai oleh fungsi akuntansi sebagai dokumen

sumber untuk pencatatan transaksi penerimaan kas dari penjualan tunai ke dalam jurnal penerimaan kas.

7) Rekap beban pokok penjualan

Dokumen ini digunakan oleh fungsi akuntansi untuk meringkas harga pokok produk yang dijual selama satu periode (misalnya satu bulan).

4. Prosedur yang membentuk sistem

Prosedur yang membentuk sistem dalam penjualan tunai (Mulyadi, 2001:469) adalah sebagai berikut.

1) Prosedur order penjualan

Pada prosedur ini, fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan membuat faktur penjualan tunai untuk memungkinkan pembeli melakukan pembayaran harga barang ke fungsi kas dan untuk memungkinkan fungsi gudang dan fungsi pengiriman menyiapkan barang yang akan diserahkan kepada pembeli.

2) Prosedur penerimaan kas

Pada prosedur ini, fungsi kas menerima pembayaran harga dari pembeli dan memberikan tanda pembayaran (berupa pita register kas dan cap “Lunas” pada faktur penjualan tunai) kepada pembeli untuk memungkinkan pembeli tersebut melakukan pengambilan barang yang dibelinya dari fungsi pengiriman.

3) Prosedur penyerahan barang

Pada prosedur ini, fungsi pengiriman hanya menyerahkan barang kepada pembeli.

4) Prosedur pencatatan penjualan tunai

Pada prosedur ini, fungsi akuntansi melakukan pencatatan transaksi penjualan tunai dalam jurnal penjualan dan penerimaan kas. Disamping itu, fungsi akuntansi juga mencatat berkurangnya persediaan barang yang dijual dalam kartu persediaan

5) Prosedur penyetoran kas ke bank

Sistem pengendalian intern terhadap kas mengharuskan penyetoran dengan segera ke bank semua kas yang diterima pada satu hari. Pada prosedur ini, fungsi kas menyetorkan kas yang diterima dari penjualan tunai ke bank dalam jumlah penuh.

5. Indikator/pengukuran sistem penjualan tunai

Satuan yang digunakan untuk penjualan tunai adalah rupiah (Rp). Cara perhitungan penjualan tunai (Rp) adalah penetapan harga dikalikan dengan volume penjualan tunai (Mulyadi, 2008:445).

2.1.2 Penjualan kredit

1. Pengertian penjualan kredit

Penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan bilamana pembayarannya dilakukan beberapa waktu kemudian (Haryono, 2003:327). Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirim barang sesuai order dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut (Mulyadi, 2008:206). Penjualan kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang dan kas aktiva (Soemarso, 2009:160). Definisi lain Riadi (2012) menyatakan bahwa

penjualan kredit adalah penjualan yang melakukan pembayaran dengan mencicil, dan dengan penjualan kredit keuntungan yang didapat lebih. Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan dengan pembayaran yang dilakukan secara berkala dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.

2. Fungsi penjualan kredit

Beberapa fungsi yang memegang peranan penting di dalam prosedur penjualan kredit (Mulyadi, 2016:168-169), fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Fungsi penjualan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menerima surat order dari pembeli, mengedit order dari pelanggan untuk menambahkan informasi yang belum ada pada surat order tersebut, meminta otorisasi kredit, menentukan tanggal pengiriman dan dari gudang mana barang akan dikirm, dan mengisi surat order pengiriman. Fungsi ini juga bertanggung jawab untuk membuat "*back order*" pada saat diketahui tidak tersedianya persediaan untuk memenuhi order dari pelanggan.

2) Fungsi kredit

Fungsi ini berada dibawah fungsi keuangan yang dalam transaksi penjualan kredit, bertanggung jawab untuk meneliti status kredit pelanggan dan memberikan otorisasi pemberian kredit kepada pelanggan.

3) Fungsi gudang

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyimpan barang dan menyiapkan barang yang dipesan oleh pelanggan, serta menyerahkan barang ke fungsi pengiriman.

4) Fungsi pengiriman

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyerahkan barang atas dasar surat order pengiriman yang diterimanya dari fungsi penjualan.

5) Fungsi penagihan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan, serta menyediakan copy faktur bagi kepentingan pencatatan transaksi penjualan oleh fungsi akuntansi

6) Fungsi akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit dan membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur serta membuat laporan penjualan.

3. Dokumen yang digunakan

Mulyadi (2010:41) mengemukakan bahwa dokumen yang digunakan dalam transaksi penjualan kredit dibagi menjadi dua golongan yaitu dokumen sumber (*source documents*) yang merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar pencatatan kedalam catatan akuntansi, dan dokumen pendukung atau dokumen penguat (*corroborating documents*) yang merupakan dokumen yang dipakai untuk membuktikan validitas terjadinya transaksi.

Dokumen yang digunakan dalam sistem penjualan kredit (Mulyadi, 2001:214) adalah sebagai berikut:

1) Surat order pengiriman dan tembusannya

Surat order pengiriman adalah dokumen pokok yang digunakan untuk memproses penjualan kredit kepada pelanggan. Berbagai tembusan surat order pengiriman terdiri dari:

a. Surat order pengiriman

Dokumen ini merupakan lembar kerja pertama surat order pengiriman yang memberikan otorisasi kepada fungsi pengiriman untuk mengirimkan jenis barang dengan jumlah dan spesifikasi seperti yang tertera diatas dokumen tersebut.

b. Tembusan kredit (*Credit copy*)

Dokumen ini digunakan untuk memperoleh status kredit pelanggan dan untuk mendapat otorisasi penjualan kredit dari fungsi kredit.

c. Surat pengakuan

Dokumen ini dikirimkan oleh fungsi penjualan ke pelanggan untuk memberitahu bahwa ordernya telah diterima dan dalam proses pengiriman.

d. Surat muat (*Bill of loading*)

Tembusan surat muat merupakan dokumen yang digunakan sebagai bukti penyerahan barang dari perusahaan kepada perusahaan angkutan umum.

e. Slip pembungkus (*Packing slip*)

Dokumen ini ditempelkan pada pembungkus barang untuk memudahkan fungsi penerimaan di perusahaan pelanggan dalam mengidentifikasi barang-barang yang direrimanya.

f. Tembusan gudang (*Warehouse copy*)

Merupakan tembusan surat order penjualan yang dikirim ke fungsi gudang untuk menyiapkan jenis barang dengan jumlah seperti yang tercantum didalamnya, agar menyerahkan barang tersebut ke fungsi pengiriman, dan untuk mencatat barang yang dijual dalam kartu gudang.

g. Arsip pengendalian pengiriman

Merupakan tembusan surat order pengiriman yang diarsipkan oleh fungsi penjualan menurut pengiriman yang dijanjikan. Jika fungsi penjualan telah menerima tembusan surat order pengiriman dari fungsi pengiriman yang merupakan bukti telah dilaksanakan pengiriman barang, arsip pengendalian ini kemudian diambil dan dipindahkan ke arsip order pengiriman yang telah dipenuhi. Arsip pengendalian pengiriman merupakan sumber informasi untuk membuat laporan mengenai pesanan pelanggan yang belum dipenuhi (*order backlogs*).

h. Arsip index silang (*Cross-index file copy*)

Merupakan tembusan surat order pengiriman yang diarsipkan secara alfabetik menurut nama pelanggan untuk memudahkan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan mengenai status pesannya.

2) Faktur penjualan dan tembusannya

Faktur penjualan merupakan dokumen sumber dalam penjualan kredit dan juga merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang. Berbagai tembusan faktur penjualan terdiri dari:

a. Faktur penjualan (*Customer's copy*)

Dokumen ini merupakan lembar pertama dalam faktur penjualan yang dikirim oleh fungsi penagihan ke pelanggan. Jumlah lembar faktur penjualan yang dikirim kepada pelanggan tergantung dari permintaan pelanggan.

b. Tembusan piutang (*Account receivable copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan faktur penjualan yang dikirimkan oleh fungsi akuntansi sebagai dasar untuk mencatat piutang dalam buku pembantu piutang.

c. Tembusan jurnal penjualan (*Sales journal copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan yang dikirimkan oleh fungsi penagihan ke fungsi akuntansi sebagai dasar mencatat transaksi penjualan dalam jurnal penjualan.

d. Tembusan analisis (*Analysis copy*)

Merupakan tembusan yang dikirim oleh fungsi penagihan ke fungsi akuntansi sebagai dasar untuk menghitung harga pokok penjualan yang dicatat dalam kartu persediaan, untuk analisis penjualan, dan untuk perhitungan komisi wiraniaga (*salesperson*).

e. Tembusan wiraniaga (*Salesperson copy*)

Dokumen yang dikirimkan oleh fungsi penagihan kepada wiraniaga untuk memberitahu bahwa order dari pelanggan yang lewat ditangannya telah dipenuhi sehingga memungkinkannya menghitung komisi penjualan yang menjadi haknya.

3) Rekapitulasi harga pokok penjualan

Dokumen pendukung yang digunakan untuk menghitung total harga pokok produk yang dijual selama periode akuntansi tertentu, data yang dicantumkan dalam rekapitulasi harga pokok penjualan berasal dari kartu persediaan.

4) Bukti memorial

Dokumen dasar untuk pencatatan kedalam jurnal umum. Pada sistem penjualan kredit, bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

4. Prosedur yang membentuk sistem

Jaringan prosedur yang membentuk sistem penjualan kredit (Mulyadi, 2010:219) adalah sebagai berikut:

1) Prosedur order penjualan

Pada prosedur ini, fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan menambahkan informasi penting pada surat order dari pembeli. Fungsi penjualan kemudian membuat surat order pengiriman dan mengirimkannya kepada berbagai fungsi yang lain untuk memungkinkan fungsi tersebut memberikan kontribusi dalam melayani order dari pembeli.

2) Prosedur persetujuan kredit

Pada prosedur ini, fungsi penjualan meminta persetujuan penjualan kredit kepada pembeli tertentu dari fungsi kredit.

3) Prosedur pengiriman

Pada prosedur ini, fungsi pengiriman mengirimkan barang kepada pembeli sesuai dengan informasi yang tercantum dalam surat order pengiriman yang diterima dari fungsi penjualan.

4) Prosedur penagihan

Pada prosedur ini, fungsi penagihan membuat faktur penjualan dan mengirimkannya kepada pembeli. Dalam metode tertentu faktur penjualan dibuat oleh fungsi penjualan sebagai tembusan pada waktu bagian ini membuat surat order pengiriman.

5) Prosedur pencatatan piutang

Pada prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat tembusan faktur penjualan kedalam kartu piutang atau dalam metode pencatatan tertentu mengarsipkan dokumen tembusan menurut abjad yang berfungsi sebagai catatan piutang.

6) Prosedur distribusi penjualan

Pada prosedur ini, fungsi akuntansi mendistribusikan data penjualan menurut informasi yang diperlukan oleh manajemen.

7) Prosedur pencatatan harga pokok penjualan

Pada prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat secara periodik total harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

5. Indikator sistem penjualan kredit

Satuan yang digunakan untuk penjualan kredit adalah rupiah (Rp). Cara perhitungan penjualan kredit adalah penetapan harga dikalikan dengan volume penjualan kredit (Mulyadi, 2008:206).

2.1.3 Profitabilitas

1. Pengertian profitabilitas

Profit adalah hasil kebijakan manajemen. Maka dari itu, kinerja perusahaan dapat diukur dengan profit. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit disebut dengan profitabilitas. Pengertian lain, profitabilitas berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Dalam arti lain, profitabilitas merupakan prospek dimasa depan. Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan kinerja perusahaannya karena dengan laba yang tinggi perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang (Wehantouw, dkk. 2017). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122) Hasibuan (2002) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh sumber daya yang dimiliki.

2. Rasio profitabilitas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu (Hanafi, 2012:81-82).

Rasio profitabilitas antara lain sebagai berikut:

1) *Net profit margin*

Net profit margin adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100$$

2) *Return on asset*

Return on asset adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. *Return on asset* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100$$

3) *Return on equity*

Return on equity adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. *Return on equity* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \times 100$$

4) *Gross profit margin*

Gross profit margin adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan melahirkan laba yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasi lainnya. *Gross profit margin* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100$$

2. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas

Adapun tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan (Kasmir, 2015:197) adalah sebagai berikut:

- 1) Mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Menilai posisi laba perusahaan pada tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Adapun manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan serta memperjelas pembahasan dalam penelitian. Berikut adalah uraian singkat dari hasil penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mustafa Muhani dan Sumiati (2014). Pengaruh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit terhadap Laba Pada Industri Bengkel Las Diana di Palopo	Penjualan Tunai (X1), Penjualan Kredit (X2) dan Laba (Y)	Hasil penelitian: 1. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penjualan tunai dan penjualan kredit berpengaruh signifikan terhadap laba usaha pada Bengkel Las Diana di Palopo. 2. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 3,733 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama penjualan tunai dan penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha, dengan demikian hipotesis diterima.
2.	Riris Mega Hardi Anggraeni dan Rudy Santoso (2018). Pengaruh Penjualan Tunai, Penjualan Kredit, dan Penetapan Harga Terhadap Laba Penjualan Produk Pipa Set HD Inverter 1 PK	Penjualan Tunai (X1), Penjualan Kredit, (X2), Penetapan Harga (X3), dan Laba Penjualan (Y)	Hasil penelitian: 1. konstanta (a) yang dihasilkan sebesar -7609465,135 menunjukkan bahwa besarnya nilai laba penjualan sebesar -7609465,135 apabila penjualan tunai, penjualan kredit, dan penetapan harga adalah konstan (variabel bebas = 0).

	pada PT. Sumber Mandiri Cabang Kenjeran Surabaya		<p>2. nilai koefisien penjualan tunai (b1) sebesar 0,464 menunjukkan bahwa variabel penjualan tunai berpengaruh positif terhadap laba penjualan. Jika variabel penjualan tunai meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan laba penjualan sebesar 0,464 dengan asumsi variabel lain.</p> <p>3. Nilai koefisien penjualan kredit (b2) sebesar 0,425 menunjukkan bahwa variabel penjualan kredit berpengaruh positif terhadap laba penjualan. Jika variabel penjualan kredit meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan laba penjualan sebesar 0,425 dengan asumsi variabel lain konstan.</p> <p>4. Nilai koefisien penetapan harga (b3) sebesar 7,087 menunjukkan bahwa variabel penetapan harga berpengaruh positif terhadap laba penjualan. Jika variabel penetapan harga meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan laba penjualan sebesar 7,087 dengan asumsi variabel lain konstan.</p>
3.	Maria Christina Sitorus dan Adang Kurniawan (2009). Pengaruh Penjualan Tunai Dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PD Gloria Bandung	Penjualan Tunai (X1), Penjualan Kredit (X2) dan Profitabilitas (Y)	<p>Hasil Penelitian :</p> <p>1. Penjualan tunai berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada PD Gloria. Hal ini dikarenakan ada peningkatan omset perusahaan dengan adanya penjualan tunai.</p> <p>2. Penjualan kredit berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan pada PD Gloria. Hal ini dikarenakan strategi dan promosi yang semakin meningkat untuk menarik pelanggan.</p> <p>3. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai hitung F sebesar 36006605,184 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan tunai dan penjualan</p>

			<p>kredit secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PD Gloria, dengan demikian hipotesis diterima. Karena, penjualan tunai dan penjualan kredit bersama-sama meningkatkan penjualan maka perusahaan bisa berjalan dengan baik.</p>
4.	<p>Marina Fauziah dan Ratih Puspitasari (2014). Analisis Hutang Lancar dan Penjualan Terhadap Profitabilitas pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT. Mayora Indah Tbk</p>	<p>Hutang Lancar (X1), Penjualan (X2) dan Profitabilitas (Y)</p>	<p>Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil uji SPSS 17.0 untuk PT. Indofood Sukses Makmur Tbk menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,926 atau 92,6%, artinya hubungan antara variabel hutang lancar, variabel penjualan (<i>total asset turnover</i>) terhadap variabel profitabilitas memiliki keeratan hubungan sangat kuat. Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi sebesar 0,858 atau 85,8 %. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel hutang lancar dan variabel penjualan sebesar 85,8 % sangat mempengaruhi variabel profitabilitas. Nilai F hitung < F tabel ($6,049 < 9,00$) dengan tingkat signifikan untuk tabel ANOVA sebesar 0,606 artinya ketiga variabel tersebut tidak memiliki tingkat signifikan, karena P-Value berada lebih tinggi dari tingkat signifikan pada penelitian ini yaitu sebesar 0,10. Sedangkan untuk tabel Coefficients diperoleh hasil tingkat signifikan sebesar 0,606 dan P-Value yang dihasilkan juga berada diatas tingkat signifikan sebesar 0,10. 2. Hasil uji SPSS 17.0 Mayora Indah Tbk menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,730 atau 73,0%. Artinya hubungan antara variabel hutang lancar, variabel penjualan (<i>total asset turnover</i>) terhadap variabel profitabilitas memiliki keeratan hubungan yang kuat. Sedangkan untuk nilai

			<p>koefisien determinasi sebesar 0,553 atau 55,3% artinya variabel hutang lancar, variabel penjualan memiliki kedekatan dengan variabel profitabilitas. Nilai F hitung $< F$ tabel ($1,238 < 5,54$) artinya variabel hutang lancar dan variabel penjualan tidak memiliki keeratan hubungan dengan variabel profitabilitas dan memiliki tingkat signifikan atau α sebesar 0,651, sedangkan untuk penelitian ini digunakan tingkat signifikan sebesar 0,10 atau 10%, sehingga untuk variabel hutang lancar dan penjualan PT. Mayora Indah Tbk tidak signifikan terhadap profitabilitas.</p>
5.	<p>Asep Ririh Riswaya (2013). Sistem Penjualan Tunai Dan Kredit Property di PT. Sanggraha Property</p>	<p>Penjualan Tunai (X1), Kredit Property (X2), dan PT. Sanggraha Property (Y)</p>	<p>Kesimpulan hasil penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem ini mampu mendapatkan seluruh data penjualan dengan cepat. 2. Sistem ini memiliki tampilan yang minimalis dan sederhana sehingga user mudah untuk melakukan transaksi dan pencarian data property. 3. Laporan yang dihasilkan oleh sistem ini cukup rapi, jelas, dan akurat.
6.	<p>Putri Ismaida dan Mulia Saputra (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran, dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di BEI Periode 2012-2014</p>	<p>Pertumbuhan Penjualan (X1), Profitabilitas (X2), Ukuran Perusahaan (X3), Aktivitas Perusahaan (X4), dan Struktur Modal (Y)</p>	<p>Hasil penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel pertumbuhan penjualan (X1) secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,641 lebih besar dari 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal ditolak. 2. Variabel profitabilitas (X2) secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,030 lebih kecil dari 0,05%. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap

			<p>struktur modal. Dengan demikian hipotesis (H3) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal diterima.</p> <p>3. Variabel ukuran perusahaan (X3) secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal diterima.</p> <p>4. Variabel aktivitas perusahaan (X4) secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,204 lebih besar dari 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa aktivitas perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal diterima.</p>
7.	<p>Cyntia Dewi Farhana, Gede Putu Agus Jana Susila, dan I Wayan Suwendra (2016). Pengaruh Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja Tahun 2012-2014</p>	<p>Perputaran Persediaan (X1), Pertumbuhan Penjualan (X2) dan Profitabilitas (Y)</p>	<p>Hasil penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada pengaruh secara simultan dari perputaran persediaan (X1) dan pertumbuhan penjualan (X2) terhadap profitabilitas (Y) pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja Tahun 2012-2014 sebesar 70,2%. 2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial perputaran persediaan (X1) terhadap profitabilitas (Y) sebesar 64,3% dan pertumbuhan penjualan (X2) terhadap profitabilitas (Y) sebesar 50,2% pada PT. Ambara Madya Sejati di Singaraja Tahun 2012-2014.
8.	<p>Fauzan Haqiqi, Darmawan, dan Kasirul Fadli (2020). Analisis Pengaruh Likuiditas</p>	<p>Likuiditas (X1), Pemberian Kredit (X2)</p>	<p>Hasil penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uji t (parsial) membuktikan hipotesis pertama (Ha1) diterima, artinya terdapat pengaruh

	Dan Pemberian Kredit Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank Bpr Mega Mas Lestari Tahun 2016-2018 Kabupaten Karimun	dan Tingkat Profitabilitas(Y)	<p>signifikan antara likuiditas (X1) terhadap profitabilitas (Y), dimana nilai hitung $7,553 > t$ Tabel 2,042, dan berdasarkan nilai signifikan, nilai sig $0,000 < 0,005$.</p> <p>2. Uji t (parsial) membuktikan hipotesis kedua ditolak (Ha2), artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara pemberian kredit (X2) terhadap profitabilitas (Y), dimana nilai t hitung $0,955 < t$ Tabel 2,042, dan berdasarkan nilai signifikan, nilai sig $0,347 > 0,05$</p> <p>3. Uji F (simultan) membuktikan hipotesis ketiga (Ha3) diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara likuiditas (X1) dan pemberian kredit (X2) terhadap profitabilitas (Y), dimana nilai F hitung $162,883 > F$ Tabel 3,305 dan berdasarkan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka Ha3 diterima dan Ho3 ditolak.</p> <p>4. Uji determinan membuktikan nilai R Square 0,916 dengan variabel dependen X1 dan X2. Artinya kontribusi nilai X1 dan X2 dalam menjelaskan variabel Y ialah sebesar 91,6% dan sisanya 8,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diuji.</p>
9.	Bangun Prakoso, Zahroh Z.A, dan Nila Firdausi Nuzula (2014). Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Pembiayaan Listing di BEI Periode 2009-2013)	Perputaran Modal Kerja (X1), Perputaran Piutang (X2), dan Profitabilitas (Y)	<p>Hasil penelitian:</p> <p>1. Perputaran modal kerja (X1) dan perputaran piutang (X2) secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas ($0,004 < 0,05$).</p> <p>2. Secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas $0,009 < 0,05$.</p> <p>3. Kedua variabel signifikan kurang dari 0,05. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap profitabilitas adalah perputaran piutang.</p>

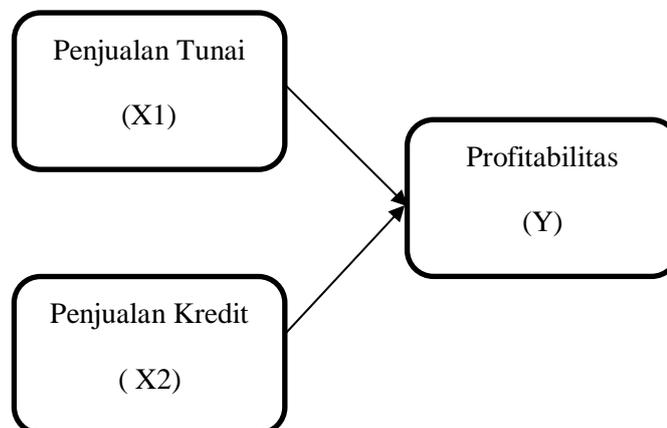
10.	Rima Silviana dan Nur Fadrijh Asyik (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Pertumbuhan Laba	Pertumbuhan Penjualan (X1), Profitabilitas (X2), Kebijakan Dividen (X3) dan Pertumbuhan Laba (Y)	<p>Hasil penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tahun 2011 rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 17% dan rata-rata perubahan laba sebesar 18%, artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, jika penjualan naik maka perubahan laba akan naik pula. Pada tahun 2012 rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 17% dan rata-rata perubahan laba sebesar 34%, artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba, jika pertumbuhan penjualan naik maka perubahan laba akan naik pula. Pada tahun 2013 rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 15% dan rata-rata perubahan laba sebesar 3%, artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba, jika penjualan turun maka laba pun akan ikut menurun. Pada tahun 2014 rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 13% dan rata-rata perubahan laba sebesar 1%, artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap perubahan laba, jika pertumbuhan penjualan menurun maka perubahan laba akan menurun pula. 2. Rata-rata profitabilitas pada tahun 2011 sampai 2014 adalah sebesar 0,124 atau 12% berada dibawah standar rata-rata industry yaitu sebesar 0,020 atau 20%. Hal ini berarti bahwa kinerja keuangan berada dalam kategori yang tidak baik. Peningkatan rasio ini dapat disebabkan karena adanya peningkatan jumlah penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan peningkatan laba
-----	---	--	---

		<p>bersih perusahaan. Tingginya laba bersih disebabkan karena jumlah penjualan atau pendapatan yang lebih besar daripada jumlah beban yang ada diperusahaan. Laba bersih rendah karena adanya jumlah beban yang lebih besar dari jumlah penjualan atau pendapatan. Selain itu, peningkatan beban yang lebih besar daripada peningkatan penjualan atau pendapatan dapat meningkatkan laba menjadi rendah.</p> <p>3. Rata-rata kebijakan dividen dari tahun 2011 sampai tahun 2014 adalah sebesar 0,290 atau 29% berada diatas standar rata-rata industry yaitu sebesar 25% sampai 50%. Hal ini berarti bahwa kinerja keuangan perusahaan berada dalam kategori yang baik. Peningkatan kebijakan dividen (<i>dividen payout ratio</i>) dapat disebabkan karena besarnya umlah kas yang tersedia dan likuiditas perusahaan, kemampuan perusahaan dalam mendapatkan pinjaman yang tinggi, besarnya laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan. Penurunan kebijakan dividen (<i>dividen payout ratio</i>) dapat disebabkan karena tingginya laba yang dihasilkan perusahaan digunakan untuk membayar kewajiban lancarnya, laba yang dihasilkan oleh perusahaan dialokasikan untuk investasi, tingkat ekspansi yang tinggi memerlukan dana yang besar sehingga laba yang diperoleh lebih baik ditahan. Perusahaan yang masih dalam tahap pertumbuhan biasanya memiliki persentasi <i>dividen payout ratio</i> yang rendah, pada umumnya,</p>
--	--	---

			saham-saham yang tercatat di BEI membayar dividen yang besar memberikan sinyal positif kepada investor, namun jika <i>dividen payout ratio</i> lebih besar dari 25% maka dikhawatirkan akan terjadi kesulitan likuiditas keuangan pada waktu mendatang.
--	--	--	---

2.5 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba. Berdasarkan uraian landasan teori diatas dalam tinjauan pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka konseptual digunakan untuk memudahkan pemahaman konsep yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan gambar :



= Variabel yang diukur

—————→ = Garis pengaruh

2.6 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Dinyatakan sementara karena jawaban yang diberikan berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat juga dikatakan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Hipotesis adalah proposisi atau dugaan belum terbukti bahwa tentatif menjelaskan fakta atau fenomena, serta kemungkinan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian (Zikmund,1997:112). Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007:137).

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga bahwa penjualan tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H2: Diduga bahwa penjualan tunai tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H3: Diduga pula bahwa penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H4: Diduga pula bahwa penjualan kredit tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H5: Diduga bahwa penjualan tunai dan penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah diharapkan (Sarwono, 2006:79). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan melakukan pengujian uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh antara variabel independen (X) yaitu penjualan tunai (X1) dan penjualan kredit (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu profitabilitas (Y).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, mulai bulan April sampai Juni 2021.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan penjualan motor sejak perusahaan beroperasi sampai sekarang.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti. Adapun penentuan jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data penjualan

motor dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 pada PT. Astra International Tbk.
- Honda Sales Operation Masamba.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berupa angka-angka dari data penjualan motor dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Data tersebut diperoleh dari divisi administrasi dan keuangan pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

Sumber data dari penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data berupa dokumen tertulis tentang PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba dan data olahan dari sumber lain yang diperoleh dari studi kepustakaan, penelitian terdahulu, serta literatur yang menunjang penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat catatan, laporan, berkas, dan dokumen lain yang berkaitan dengan penjualan tunai dan penjual kredit di PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.
2. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab kepada pemimpin perusahaan dan bagian-bagian yang terkait dengan

penjualan tunai dan penjualan kredit di PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah karakter, atribut, atau segala sesuatu yang terbentuk, atau yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian sehingga mempunyai variasi antara objek yang satu dengan objek yang lain dalam satu kelompok tertentu kemudian ditarik kesimpulannya (Riadi, 2020). Pada sebuah penelitian, seorang peneliti harus menitikberatkan perhatiannya terhadap sesuatu yang akan diteliti yaitu obyek penelitian. Variabel merupakan segala sesuatu yang akan menjadi obyek penelitian.

Adapun variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel independen

Variabel independen sering disebut dengan *variabelstimulus*, *predictor*, *antecedent*. Menurut kamus bahasa Indonesia variabel independen disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel penjualan tunai dan variabel penjualan kredit.

2. Variabel dependen

Variabel dependen disebut juga variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pendapat lain menyatakan bahwa variabel terikat disebut juga variabel kriteria,

menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran penelitian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel profitabilitas.

Definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator/Pengukuran	Skala
1.	Penjualan tunai	Penjualan tunai adalah proses transaksi jual-beli dengan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung setelah barang diterima oleh pembeli.	Penjualan tunai (Rp) = Penetapan harga x volume penjualan tunai.	Rasio
2.	Penjualan kredit	Penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan dengan sistem pembayaran yang dilakukan secara berkala dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.	Penjualan kredit (Rp) = penetapan harga x volume penjualan kredit.	Rasio
3.	Profitabilitas	Profitabilitas adalah rasio keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh sumber daya yang dimiliki.	$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100$	Rasio

3.7 Analisis Data

Sebelum menganalisis data, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk menghasilkan suatu model persamaan yang baik. Pengujian asumsi klasik adalah pengujian mengenai ada atau tidaknya pelanggaran-pelanggaran asumsi-asumsi klasik yang merupakan dasar dalam metode regresi linear berganda (Nuryayi dan Bernardin,

2016). Adapun uji asumsi klasik yang akan dilakukan seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji normalitas data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

2. Uji multikolinearitas

Ghozali (2018) tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $\text{VIF} < 10$, berarti tidak terdapat multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $\text{VIF} > 10$ maka terdapat multikolinearitas dalam data.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas merupakan kondisi dimana dalam

model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Surya et al., 2017).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, menguji signifikan uji t, menguji signifikan uji F, & koefisien determinasi.

1. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya bersifat interval atau rasio. Adapun persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Sumber: (Ghozali, 2006)

Keterangan :

Y	= Profitabilitas
a	= Bilangan Konstanta
b ₁ b ₂	= Koefisien Regresi
X ₁	= Penjualan Tunai
X ₂	= Penjualan Kredit
e	= Error (Variabel Pengganggu)

2. Menguji signifikan uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan konstanta dan variabel bebas dengan satu variabel harga t hitung dibandingkan dengan t tabel pada tarif signifikan 5%.

- 1) Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terkait.
- 2) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

3. Menguji signifikan F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama. Variabel independen akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen jika nilai statistik signifikan lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5%.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 < R^2 \leq 1$). Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan R^2 mendekati 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Sejarah singkat objek penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan otomotif kendaraan roda dua (motor) yaitu PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba. PT. Astra International Tbk. Honda Sales Operation Masamba merupakan salah satu Dealer PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation di Luwu Utara tepatnya di Jl. Sultan Hasanuddin No. 11, Kasimbong, Kec. Masamba dan didirikan pada tahun 2015 dan mulai beroperasi pada tahun 2016. PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba merupakan dealer dengan jumlah penjualan terbanyak diantara dealer lain PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation yang ada di Sulawesi Selatan. PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba melakukan penjualan secara tunai dan kredit.

2. Visi dan misi

Adapun visi dari PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba adalah menjadi retailer sepeda motor Honda pilihan dengan memberikan solusi yang melebihi harapan konsumen. Sedangkan misi dari PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba adalah memberikan nilai tambah bagi para stakeholders serta menjadi perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dan ramah lingkungan.

3. Data Penjualan Tunai, Penjualan Kredit, dan Profitabilitas PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba Tahun 2016-2020

Tabel 4.1 Data Penjualan Tunai Tahun 2016-2020

Tahun	Bulan	Penetapan Harga	Volume	Penjualan Tunai
2016	Januari	20,740,000	84	1,742,160,000
	Februari	20,740,000	79	1,638,460,000
	Maret	20,740,000	65	1,348,100,000
	April	20,770,000	67	1,391,590,000
	Mei	20,770,000	80	1,661,600,000
	Juni	20,770,000	84	1,744,680,000
	Juli	20,810,000	80	1,664,800,000
	Agustus	20,810,000	79	1,643,990,000
	September	20,810,000	84	1,748,040,000
	Oktober	20,860,000	88	1,835,680,000
	November	20,860,000	100	2,086,000,000
	Desember	20,860,000	104	2,169,440,000
2017	Januari	20,890,000	76	1,587,640,000
	Februari	20,890,000	68	1,420,520,000
	Maret	20,890,000	80	1,671,200,000
	April	20,920,000	76	1,589,920,000
	Mei	20,920,000	72	1,506,240,000
	Juni	20,920,000	76	1,589,920,000
	Juli	20,960,000	71	1,488,160,000
	Agustus	20,960,000	80	1,676,800,000
	September	20,960,000	82	1,718,720,000
	Oktober	21,010,000	82	1,722,820,000
	November	21,010,000	84	1,764,840,000
	Desember	21,010,000	94	1,974,940,000
2018	Januari	21,050,000	116	2,441,800,000
	Februari	21,050,000	96	2,020,800,000
	Maret	21,050,000	98	2,062,900,000
	April	21,180,000	93	1,969,740,000
	Mei	21,180,000	120	2,541,600,000
	Juni	21,180,000	124	2,626,320,000
	Juli	21,230,000	119	2,526,370,000
	Agustus	21,230,000	112	2,377,760,000
	September	21,230,000	120	2,547,600,000
	Oktober	21,290,000	123	2,618,670,000
	November	21,290,000	130	2,767,700,000
	Desember	21,290,000	140	2,980,600,000
2019	Januari	21,340,000	120	2,560,800,000
	Februari	21,340,000	116	2,475,440,000
	Maret	21,340,000	134	2,859,560,000

	April	21,390,000	140	2,994,600,000
	Mei	21,390,000	128	2,737,920,000
	Juni	21,390,000	169	3,614,910,000
	Juli	21,430,000	142	3,043,060,000
	Agustus	21,430,000	148	3,171,640,000
	September	21,430,000	120	2,571,600,000
	Oktober	21,470,000	119	2,554,930,000
	November	21,470,000	120	2,576,400,000
	Desember	21,470,000	150	3,220,500,000
2020	Januari	21,500,000	112	2,408,000,000
	Februari	21,500,000	100	2,150,000,000
	Maret	21,500,000	100	2,150,000,000
	April	21,530,000	107	2,303,710,000
	Mei	21,530,000	48	1,033,440,000
	Juni	21,530,000	60	1,291,800,000
	Juli	21,550,000	72	1,551,600,000
	Agustus	21,550,000	71	1,530,050,000
	September	21,550,000	86	1,853,300,000
	Oktober	21,580,000	88	1,899,040,000
	November	21,580,000	109	2,352,220,000
	Desember	21,580,000	140	3,021,200,000

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa volume penjualan tunai tidak stabil sehingga mengakibatkan naik turunnya penjualan tunai. naik turunnya penjualan tunai mempengaruhi tota penjualan tunai yang didapatkan oleh perusahaan.

Tabel 4.2 Data Penjualan Kredit Tahun 2016-2020

Tahun	Bulan	Penetapan Harga	Volume	Penjualan Kredit
2016	Januari	20,740,000	126	2,613,240,000
	Februari	20,740,000	119	2,468,060,000
	Maret	20,740,000	97	2,011,780,000
	April	20,770,000	101	2,097,770,000
	Mei	20,770,000	120	2,492,400,000
	Juni	20,770,000	126	2,617,020,000
	Juli	20,810,000	120	2,497,200,000
	Agustus	20,810,000	119	2,476,390,000
	September	20,810,000	126	2,622,060,000
	Oktober	20,860,000	132	2,753,520,000
	November	20,860,000	150	3,129,000,000
	Desember	20,860,000	156	3,254,160,000

2017	Januari	20,890,000	114	2,495,460,000
	Februari	20,890,000	102	2,232,780,000
	Maret	20,890,000	120	2,626,800,000
	April	20,920,000	114	2,384,880,000
	Mei	20,920,000	108	2,259,360,000
	Juni	20,920,000	114	2,384,880,000
	Juli	20,960,000	106	2,221,760,000
	Agustus	20,960,000	119	2,494,240,000
	September	20,960,000	123	2,578,080,000
	Oktober	21,010,000	124	2,605,240,000
	November	21,010,000	126	2,647,260,000
	Desember	21,010,000	141	2,962,410,000
2018	Januari	21,050,000	173	3,641,650,000
	Februari	21,050,000	144	3,031,200,000
	Maret	21,050,000	147	3,094,350,000
	April	21,180,000	140	2,965,200,000
	Mei	21,180,000	181	3,833,580,000
	Juni	21,180,000	185	3,918,300,000
	Juli	21,230,000	179	3,800,170,000
	Agustus	21,230,000	169	3,587,870,000
	September	21,230,000	179	3,800,170,000
	Oktober	21,290,000	184	3,917,360,000
	November	21,290,000	194	4,130,260,000
	Desember	21,290,000	210	4,470,900,000
2019	Januari	21,340,000	180	3,841,200,000
	Februari	21,340,000	174	3,713,160,000
	Maret	21,340,000	201	4,289,340,000
	April	21,390,000	210	4,491,900,000
	Mei	21,390,000	192	4,106,880,000
	Juni	21,390,000	253	5,411,670,000
	Juli	21,430,000	214	4,586,020,000
	Agustus	21,430,000	222	4,757,460,000
	September	21,430,000	180	3,857,400,000
	Oktober	21,470,000	179	3,843,130,000
	November	21,470,000	180	3,864,600,000
	Desember	21,470,000	225	4,830,750,000
2020	Januari	21,500,000	168	3,612,000,000
	Februari	21,500,000	150	3,225,000,000
	Maret	21,500,000	150	3,225,000,000
	April	21,530,000	161	3,466,330,000
	Mei	21,530,000	72	1,550,160,000
	Juni	21,530,000	90	1,937,700,000
	Juli	21,550,000	108	2,327,400,000
	Agustus	21,550,000	107	2,305,850,000
	September	21,550,000	129	2,779,950,000
	Oktober	21,580,000	132	2,848,560,000
	November	21,580,000	163	3,517,540,000
	Desember	21,580,000	210	4,531,800,000

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa volume penjualan tunai tidak stabil sehingga mengakibatkan naik turunnya penjualan tunai. naik turunnya penjualan tunai mempengaruhi tota penjualan tunai yang didapatkan oleh perusahaan.

Tabel 4.2 Data Profitabilitas Tahun 2016-2020

Tahun	Bulan	Penjualan Tunai	Penjualan Kredit	Profitabilitas
2016	Januari	1,742,160,000	2,613,240,000	882,000,000
	Februari	1,638,460,000	2,468,060,000	832,000,000
	Maret	1,348,100,000	2,011,780,000	680,000,000
	April	1,391,590,000	2,097,770,000	706,000,000
	Mei	1,661,600,000	2,492,400,000	840,000,000
	Juni	1,744,680,000	2,617,020,000	882,000,000
	Juli	1,664,800,000	2,497,200,000	840,000,000
	Agustus	1,643,990,000	2,476,390,000	832,000,000
	September	1,748,040,000	2,622,060,000	882,000,000
	Oktober	1,835,680,000	2,753,520,000	924,000,000
	November	2,086,000,000	3,129,000,000	1,050,000,000
	Desember	2,169,440,000	3,254,160,000	1,092,000,000
2017	Januari	1,587,640,000	2,495,460,000	798,000,000
	Februari	1,420,520,000	2,232,780,000	714,000,000
	Maret	1,671,200,000	2,626,800,000	840,000,000
	April	1,589,920,000	2,384,880,000	798,000,000
	Mei	1,506,240,000	2,259,360,000	756,000,000
	Juni	1,589,920,000	2,384,880,000	798,000,000
	Juli	1,488,160,000	2,221,760,000	743,000,000
	Agustus	1,676,800,000	2,494,240,000	835,000,000
	September	1,718,720,000	2,578,080,000	861,000,000
	Oktober	1,722,820,000	2,605,240,000	866,000,000
	November	1,764,840,000	2,647,260,000	882,000,000
	Desember	1,974,940,000	2,962,410,000	987,000,000
2018	Januari	2,441,800,000	3,641,650,000	1,213,000,000
	Februari	2,020,800,000	3,031,200,000	1,008,000,000
	Maret	2,062,900,000	3,094,350,000	1,029,000,000
	April	1,969,740,000	2,965,200,000	979,000,000
	Mei	2,541,600,000	3,833,580,000	1,265,000,000
	Juni	2,626,320,000	3,918,300,000	1,297,000,000
	Juli	2,526,370,000	3,800,170,000	1,252,000,000
	Agustus	2,377,760,000	3,587,870,000	1,181,000,000
September	2,547,600,000	3,800,170,000	1,255,000,000	

	Oktober	2,618,670,000	3,917,360,000	1,289,000,000
	November	2,767,700,000	4,130,260,000	1,360,000,000
	Desember	2,980,600,000	4,470,900,000	1,470,000,000
2019	Januari	2,560,800,000	3,841,200,000	1,260,000,000
	Februari	2,475,440,000	3,713,160,000	1,218,000,000
	Maret	2,859,560,000	4,289,340,000	1,407,000,000
	April	2,994,600,000	4,491,900,000	1,470,000,000
	Mei	2,737,920,000	4,106,880,000	1,344,000,000
	Juni	3,614,910,000	5,411,670,000	1,772,000,000
	Juli	3,043,060,000	4,586,020,000	1,496,000,000
	Agustus	3,171,640,000	4,757,460,000	1,554,000,000
	September	2,571,600,000	3,857,400,000	1,260,000,000
	Oktober	2,554,930,000	3,843,130,000	1,252,000,000
	November	2,576,400,000	3,864,600,000	1,260,000,000
	Desember	3,220,500,000	4,830,750,000	1,575,000,000
2020	Januari	2,408,000,000	3,612,000,000	1,176,000,000
	Februari	2,150,000,000	3,225,000,000	1,050,000,000
	Maret	2,150,000,000	3,225,000,000	1,050,000,000
	April	2,303,710,000	3,466,330,000	1,126,000,000
	Mei	1,033,440,000	1,550,160,000	504,000,000
	Juni	1,291,800,000	1,937,700,000	630,000,000
	Juli	1,551,600,000	2,327,400,000	756,000,000
	Agustus	1,530,050,000	2,305,850,000	748,000,000
	September	1,853,300,000	2,779,950,000	903,000,000
	Oktober	1,899,040,000	2,848,560,000	924,000,000
	November	2,352,220,000	3,517,540,000	1,142,000,000
	Desember	3,021,200,000	4,531,800,000	1,470,000,000

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semakin banyak penjualan maka semakin banyak pula profitabilitas yang di dapatkan oleh perusahaan.

4. Uji asumsi klasik

1) Uji normalitas data

Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji Kolmogorov-Smirnov adalah nilai probabilitas (sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

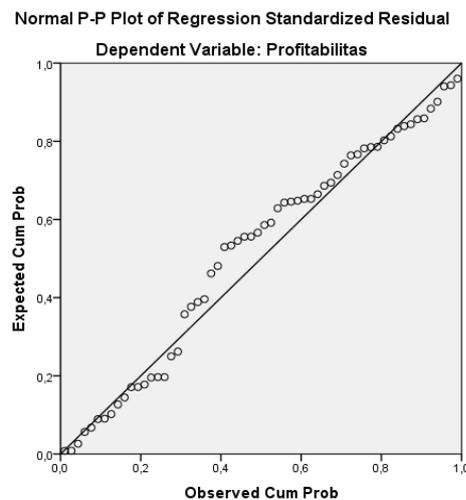
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

	N	Kolmogorov Smirnov	Sig.
Unstandardized Residual	60	1,007	0,262

Sumber: Hasil olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel uji kolmogorov-smirnov dapat dilihat bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,262 yang berarti lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Untuk melihat grafik secara Normal Probability Plot. Normalitas data dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-Plot.

**Gambar 4.1** Hasil Uji Normal Probability Plot

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa pola data pada grafik Normal P-P Plot mengikuti jalurnya maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat

multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 , berarti terdapat multikolinearitas dalam data.

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

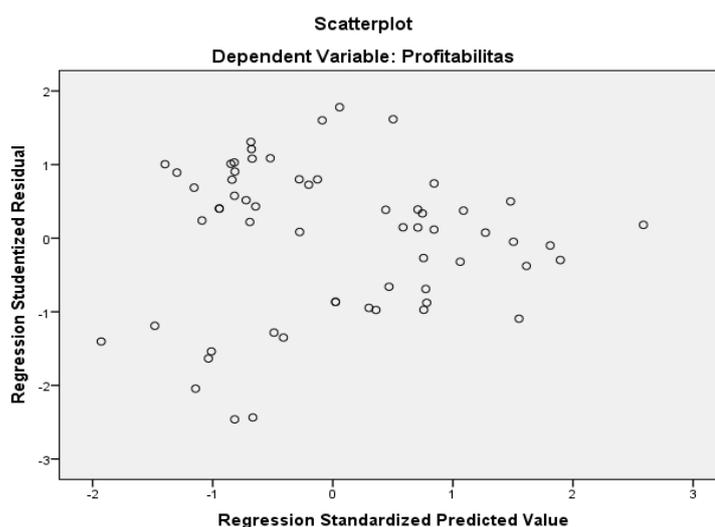
Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Penjualan Tunai	0,224	4,456
Penjualan Kredit	0,224	4,456

Sumber: Hasil Olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai tolerance sebesar $0,224 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $4,456 < 10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi mulikolinearitas dalam data tersebut.

4. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *chart* (diagram *scatterplot*).



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedostisitas

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas. Maka variansi dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.6 Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	
Constant	20746928,624	6337936	
Penjualan Tunai	0,006	0,005	0,015
Penjualan Kredit	0,319	0,004	0,986

Sumber: Hasil Olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas dapat disusun regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 20746928,624 + 0,006 (X_1) + 0,319 (X_2) + e$$

Maksud dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Nilai n konstanta a sebesar 20746928,624 menunjukkan bahwa variabel bebas penjualan tunai (X_1) dan penjualan kredit (X_2) sama dengan nol atau konstan, maka profitabilitas meningkat sebesar 20746928,624.
2. Nilai koefisien penjualan tunai (b_1) sebesar 0,006 menunjukkan bahwa variabel penjualan tunai mempunyai pengaruh positif terhadap profitabilitas. Apabila variabel penjualan tunai meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan profitabilitas sebesar 0,006 dengan asumsi variabel konstan.
3. Nilai koefisien penjualan kredit (b_2) sebesar 0,319 menunjukkan bahwa variabel penjualan kredit meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan profitabilitas sebesar 0,319 dengan asumsi variabel konstan.

Tabel 4.7 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
Constant	3,273	0,002
Penjualan Tunai	1,181	0,243
Penjualan Kredit	79,158	0,000

Sumber: Hasil Olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Uji t variabel Penjualan Tunai

Harga t hitung dibandingkan dengan t tabel pada taraf signifikan 5%.

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terkait.

Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

a. hipotesis:

H1: Diduga bahwa penjualan tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H2: Diduga bahwa penjualan tunai tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H3: Diduga pula bahwa penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H4: Diduga pula bahwa penjualan kredit tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

Untuk mencari t-tabel maka digunakan rumus:

$$\begin{aligned} t\text{-tabel} &= t(a/2 ; n - k - 1) \\ &= t(0,025 ; 60 - 2 - 1) \\ &= t(0,025 ; 57) \\ t &= 2,00247 \end{aligned}$$

b. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi penjualan tunai diperoleh nilai t-hitung sebesar $1,181 < 2,00247$ maka H1 ditolak dan H2 diterima pada tingkat signifikansi $0,243 > 0,05$ sehingga kesimpulannya berdasarkan uji t variabel Penjualan Tunai tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Profitabilitas.

2. Uji t variabel Penjualan Kredit

a. hipotesis:

H1: Diduga bahwa penjualan tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H2: Diduga bahwa penjualan tunai tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H3: Diduga pula bahwa penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H4: Diduga pula bahwa penjualan kredit tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

$$\begin{aligned} t\text{-tabel} &= t(a/2 ; n - k - 1) \\ &= t(0,025 ; 60 - 2 - 1) \end{aligned}$$

$$= t (0,025 ; 57)$$

$$t = 2,00247$$

b. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi penjualan tunai diperoleh nilai t-hitung sebesar 79,158 > 2,00247 maka H3 diterima dan H4 ditolak pada tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga kesimpulannya berdasarkan uji t variabel Penjualan Kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Profitabilitas.

Tabel 4.8 Hasil uji F

Model	F	Sig.
Regression	14329,67	0.000

Sumber: Hasil Olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan secara bersama-sama seluruh variabel:

a. hipotesis:

H1: Diduga bahwa penjualan tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H2: Diduga bahwa penjualan tunai tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H3: Diduga pula bahwa penjualan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

H4: Diduga pula bahwa penjualan kredit tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation Masamba.

b. kesimpulan

Variabel bebas akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat jika nilai statistik signifikan lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5%.

Berdasarkan output diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka H1 dan H3 diterima, H2 dan H4 ditolak pada tingkat signifikansi 5% sehingga kesimpulannya berdasarkan uji F atau bersama-sama Variabel Penjualan Tunai, Penjualan Kredit dan Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Profitabilitas.

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0.998

Sumber: Hasil Olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,998 yang berarti bahwa 99,8% Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit, sedangkan sisanya 0,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, dimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Pasoni Mustafa Muhani dan Sumiati (2014), Riris Mega hardi Angraeni dan Rudy santoso (2018), serta Maria Christina Sitorus dan Adang Kurniawan (2021), menunjukkan bahwa jika di uji secara parsial (uji t) maupun secara simultan (uji F) penjualan tunai dan penjualan kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan, sedangkan dalam

penelitian ini jika di uji secara parsial (uji t) penjualan tunai tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan karena nilai signifikansi yang diperoleh dari penjualan tunai sebesar $0,243 > 0,05$ nilai t hitung sebesar $1,181 < 2,00247$ t tabel, namun jika diuji secara simultan (uji F) penjualan tunai dan penjualan kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena penjualan tunai pada penelitian ini mengalami penurunan yang drastis pada tahun 2020 sebagai dampak dari pandemi global Covid-19 sehingga penjualan tunai tidak mempengaruhi profitabilitas secara signifikan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Pada PT. Astra International Tbk. – Honda Sales Operation Masamba selama 5 tahun dengan melakukan pengujian analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi menggunakan SPSS 21 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel penjualan tunai tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dimana $t_{hitung} 1,181 < t_{tabel} 2,00247$ dan nilai signifikansi yang lebih besar yaitu $0,243 > 0,05$.
2. Variabel penjualan kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 79,158 > t_{tabel} 2,00247$ dan nilai signifikansi yang lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$.
3. Variabel penjualan tunai dan penjualan kredit secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F dimana nilai signifikansi yang lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

PT. Astra International Tbk. – Honda Sales Operation Masamba harus lebih memperhatikan penjualannya terutama secara tunai agar penjualan dapat terus meningkat seperti pada penjualan kredit dan dapat mempertahankan

penjualannya dalam keadaan apapun seperti halnya pada masa pandemic Covid-19.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap supaya peneliti selanjutnya dapat menambahkan lebih banyak variabel untuk diteliti agar dapat mengetahui pengaruh secara signifikan dari profitabilitas perusahaan.