

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis pada masa sekarang ini terus mengalami perkembangan yang begitu pesat, hal ini dikarenakan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Untuk mengatasi hal tersebut suatu perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Di jaman globalisasi seperti sekarang ini pada umumnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin. Laba merupakan sumber hidup perusahaan dan merupakan tujuan utama didirikannya suatu perusahaan. Seperti yang telah dikutip dalam <http://ridwaniskandar.files.wordpress.com/2009/05/201-laba.pdf> menyatakan bahwa, “Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai prestasi perusahaan atau sebagai dasar ukuran penilaian yang lain, seperti laba per lembar saham dan lain sebagainya”.

Pada umumnya setiap perusahaan menginginkan agar usahanya berjalan dengan lancar dan mendapatkan laba maksimal yang menjadi tujuan utamanya. Namun semua itu bukanlah suatu hal yang mudah diraih tetapi perlu kerja keras untuk mendapatkannya. Terlebih dimasa sekarang ini perekonomian dunia sudah semakin berjalan di era globalisasi yaitu sebuah era yang menjanjikan keterbukaan dan kebebasan dalam berbisnis. Dimasa ini perkembangan teknologi semakin maju dan canggih, sejalan dengan itu pula perkembangan perekonomian juga sudah semakin berkembang. Kebutuhan dan keinginan

pembeli akan suatu barang atau jasa semakin meningkat dan menjadi tak terbatas. Disisi lain laba yang dicapai oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu misalnya tingkat penjualan, persediaan barang dagang dan lain sebagainya. Hal ini menjadi masalah tersendiri yang harus segera diatasi perusahaan dalam menjalankan usahanya agar perusahaan tetap pada tujuan utamanya yaitu untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Seperti yang telah disebutkan juga dalam <http://cafe-ekonomi.blogspot.com/2009/09/artikel-tentang-laba.html> yang dimaksud dengan laba secara umum adalah “Kenaikan kemakmuran dalam suatu periode yang dapat dinikmati (Didistribusikan atau ditarik) asalkan kemakmuran awal masih tetap dipertahankan”.

Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi. Laba dalam konteks perpajakan berbeda dengan makna laba dalam akuntansi. Dalam perpajakan, laba dimaknai sebagai penghasilan, sedangkan di dalam buku-buku teks akuntansi, istilah laba pada umumnya dimaknai sebagai jumlah bersih. Laba menjadi informasi yang dilihat oleh banyak kepentingan seperti profesi akuntansi, pengusaha, analisis keuangan, pemegang saham, ekonom, fiskus, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan adanya berbagai definisi untuk laba. Seperti dikutip dalam <http://www.slideshare.net/MuhammadAnshar/konsep-laba> bahwa konsep laba ada tiga macam yaitu:

1. *Money Income*

Menunjukkan kenaikan nilai moneter sumber-sumber ekonomi yang digunakan untuk konsumsi sesuai dengan biaya hidup atau *cost of living*.

2. *Real Income*

Menunjukkan kenaikan dalam kemakmuran ekonomi yang ditunjukkan oleh kenaikan *cost of living*.

3. *Psychic Income*

Menunjukkan konsumsi barang atau jasa yang dapat memenuhi kepuasan dan keinginan individu.

Perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya (Input) dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang atau jasa (Output) kepada pembeli sehingga diperoleh laba perusahaan. Memaksimalkan laba perusahaan merupakan tujuan utama perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri lagi bahwa saat ini masih banyak perusahaan yang dalam meningkatkan laba perusahaan hanya memfokuskan kegiatan pada sektor operasionalnya saja. Berbagai hal tersebut diatas menyebabkan perusahaan harus memutar otak lebih keras agar tetap bisa bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat supaya tidak tersingkir dan tentunya memperoleh laba yang menjadi tujuan utama didirikannya suatu perusahaan.

Dunia bisnis terus mengalami perubahan secara cepat dan dramatis. Perusahaan harus secara terus-menerus menciptakan dan mengorganisasikan kembali dirinya agar mampu memenuhi tuntutan pasar global. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup dan untuk mencapai tujuan, perusahaan berusaha meningkatkan penjualan demi tercapainya tujuan perusahaan yaitu laba. Perusahaan memperoleh laba dari kegiatan pokok perusahaan yaitu penjualan barang atau jasa yang dihasilkannya. Banyak orang berpendapat

bahwa istilah penjualan adalah sama dengan istilah pemasaran, padahal kedua istilah tersebut mempunyai ruang lingkup yang berbeda. Kegiatan pemasaran meliputi ruang lingkup yang luas, sedangkan penjualan hanyalah merupakan suatu kegiatan saja didalam pemasaran. Menurut Swastha (2001:8), “Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya”. Dengan adanya penjualan akan tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Di dalam sistem perekonomian penjualan barang atau jasa berarti mendapatkan imbalan yang berupa uang. Dengan alat pertukaran yang berupa uang maka pembeli akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya sehingga kegiatan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Berdasarkan hal tersebut sekelompok perusahaan berusaha menerapkan strategi yang sama atas pasar tertentu yang dinamakan kelompok strategis. Pesaing yang cerdas akan merevisi strategi mereka dari waktu ke waktu. Salah satu asumsi awal yang berguna adalah bahwa para pesaing berusaha memaksimalkan laba mereka. Namun, akan berbeda-beda bobot yang diberikan oleh sejumlah perusahaan atas laba jangka pendek dan laba jangka panjang mereka. Konsep persaingan pasar membuka mata perusahaan terhadap kumpulan pesaing potensial yang lebih luas. Hal ini menyebabkan perusahaan harus meningkatkan penjualannya untuk memperoleh laba yang diinginkan. Laba yang menjadi target perusahaan tercermin dari tingkat penjualan yang dapat digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Dalam melakukan penjualan, perusahaan dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat atau seni inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Menurut Swastha (2001:9), “Semakin pandai seseorang dalam bidang penjualan maka akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya sehingga tujuan yang diinginkannya juga akan segera terlaksana”. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapat. Oleh karena itu dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada pembeli dapat memberikan kepuasan. Dengan kepuasan ini diharapkan para pembeli dapat menjadi pelanggan atau sahabat yang baik bagi perusahaan.

Seperti dikutip dalam <http://ridwaniskandar.files.wordpress.com/2009/05/91pengertianpenjualan.pdf> menyebutkan penjualan adalah “Suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba perusahaan”. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha untuk menarik pembeli dan diharapkan bisa mengetahui daya tarik mereka terhadap produk yang dihasilkan. Seperti telah disebutkan diatas bawa salah satu faktor yang mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan yaitu tingkat penjualan tetapi selain tingkat penjualan, persediaan barang dagang juga merupakan faktor yang sangat mempengaruhi untuk mencapai sukses bagi perusahaan.

Sekarang ini persaingan suatu perusahaan tidak hanya tersebar luas melainkan juga bertumbuh menjadi lebih hebat setiap tahun. Karena pasar telah menjadi begitu bersaing, memahami pembeli saja sudah tidak cukup lagi. Perusahaan-perusahaan harus mulai memberi perhatian besar pada persediaan barang dagang untuk meningkatkan penjualan agar laba perusahaan juga akan meningkat dari tahun ke tahun. Keadaan ini mendorong perusahaan untuk menambah persediaan barang dagang guna memaksimalkan tingkat penjualan agar dapat memberikan kepuasan kepada pembeli dan terhadap keinginan pembeli dalam rangka pemenuhan barang atau jasa.

Dengan bertambahnya tingkat penjualan dari banyaknya persediaan barang dagang yang dimiliki perusahaan diharapkan laba perusahaan juga akan semakin meningkat. Menurut Viale (2000:1),

Persediaan merupakan *asset* yang sangat mahal yang dapat digantikan oleh *asset* yang lebih murah yang disebut informasi. Untuk menggantikannya, informasi haruslah tepat waktu, akurat, andal dan konsisten. Jika ini terjadi, maka anda menyimpan lebih sedikit persediaan, mengurangi biaya, dan mengirimkan produk lebih cepat ke pelanggan.

Sebagai contoh persediaan dalam perusahaan pengolahan akan terdiri atas persediaan bahan baku dan bahan pembantu, persediaan barang dalam proses, dan persediaan barang jadi. Apabila selama perusahaan menyimpan persediaan barang dagang terjadi inflasi maka perusahaan akan mendapatkan laba semu atau laba yang tidak tersedia untuk dibagikan (*Holding gains*). Disinilah dibutuhkan informasi yang diharapkan dapat mencegah hal yang dapat menyebabkan kerugian bagi suatu perusahaan.

Persediaan barang dagang merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu bisnis atau perusahaan. Alasannya adalah persediaan barang dagang cenderung menyembunyikan persoalan. Dengan memecahkan masalah persediaan persediaan barang dagang maka masalah akan menjadi lebih sederhana. Namun demikian, persediaan barang dagang sangat sulit untuk dikelola. Akibatnya kebijakan operasi yang bijaksana sangat diperlukan dalam pengelolaan persediaan barang dagang sehingga tingkat persediaan barang dagang dapat ditekan sekecil mungkin.

Seperti telah disebutkan dalam <http://cafe-ekonomi.blogspot.com/2009/07/pengertian-persediaan-metode-metode.html> bahwa yang dimaksud dengan persediaan adalah “Barang yang diperoleh perusahaan yang dimaksudkan untuk dijual kembali atau diolah lebih lanjut dalam rangka menjalankan kegiatan usaha normalnya”. Persediaan tidak hanya menunjukkan jumlah yang berada di gudang perusahaan saja, tetapi meliputi juga barang-barang milik perusahaan yang masih ada dalam perjalanan yang dititipkan pada perusahaan lain (Barang konsinyasi), dan barang-barang secara ekonomis masih di bawah penguasaan perusahaan. Di era perdagangan bebas dan ketatnya persaingan bisnis seperti sekarang ini, mengidentifikasi pesaing sepertinya merupakan tugas perusahaan yang sederhana. Namun, cakupan pesaing potensial perusahaan sebenarnya jauh lebih luas. Perusahaan lebih mungkin dikalahkan oleh pesaingnya yang baru muncul atau teknologi baru dibandingkan dengan pesaingnya saat ini. Setiap perusahaan memiliki beban biaya tertentu yang banyak membentuk tindakan strategisnya. Setiap kelas produk dalam suatu

perusahaan memiliki potensi untuk menarik pembeli yang tidak sadar akan produk tertentu atau yang menolaknya karena harga atau fitur tertentu. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mempertahankan diri dari persaingan yang semakin ketat pada dewasa ini. Suasana hati industri itu membuat perusahaan berusaha menambah persediaan barang dagang guna meningkatkan penjualan untuk mendapatkan laba yang diharapkan.

Persaingan antar perusahaan semakin tajam sehingga menyebabkan berbagai masalah bagi perusahaan. Menurut Rangkuti (2002:14),

Sistem persediaan diartikan sebagai serangkaian kebijakan dan pengendalian yang memonitor tingkat persediaan dan menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga, kapan persediaan harus disediakan dan berapa besar pesanan yang harus dilakukan.

Agar barang dagang dapat terjual dipasaran maka perusahaan harus mampu menyusun strategi untuk mencapai tujuan perusahaan demi memperoleh laba yang diinginkan. Salah satu fungsi manajerial yang sangat penting adalah pengendalian persediaan barang dagang. Namun, apabila perusahaan menanamkan terlalu banyak dananya dalam persediaan barang dagang, hal ini akan menyebabkan biaya penyimpanan yang berlebihan. Demikian pula apabila perusahaan tidak mempunyai persediaan barang dagang yang mencukupi, dapat mengakibatkan biaya-biaya dari terjadinya kekurangan persediaan barang dagang. Sejalan dengan hal tersebut maka setiap pengusaha berusaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka usaha memaksimalkan laba dengan meningkatkan penjualan yang didukung dengan persediaan barang dagang yang mencukupi.

Macam penjualan yang ada di PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo terdiri dari penjualan tunai (*Over the counter sales*), dari *credit card sales* dan dari *debit card sales*. Keseluruhan kegiatan terotorisasi dari kantor pusat, segala keputusan dan kebijakan ada pada kantor pusat. Kurangnya otonomi dari kantor pusat dalam pengelolaan persediaan barang dagang, sehingga dirasa ada beberapa prosedur yang tidak diketahui oleh toko yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Serta kurangnya catatan akuntansi penjualan yang dibuat di kantor cabang, sehingga kurang cukup memberikan informasi tentang penerimaan kas dari penjualan.

PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo merupakan pusat perbelanjaan yang melayani pembelian dalam skala besar, menggunakan konsep swalayan serta menerapkan sistem keanggotaan (*Membership*) dan komputerisasi. Dengan menekan biaya operasional, *manpower*, serta membeli barang dari *supplier* dalam partai sehingga perusahaan dapat menawarkan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Selain itu PT Lotte Shopping Indonesia store 19 Solo juga bersaing dengan para pesaingnya yaitu seperti pasar-pasar tradisional, hypermart, carefour, indomart, alfamart dan luwes group. PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo merupakan pusat dagang yang menjual produk makanan dan non-makanan secara lengkap dibawah satu atap sehingga kita dapat melihat aktivitas pasar secara lengkap hanya pada satu tempat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara tingkat penjualan dan persediaan barang dagang terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“ANALISIS TINGKAT PENJUALAN DAN PERSEDIAAN BARANG DAGANG TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA PT LOTTE SHOPPING INDONESIA STORE 19 SOLO”**.

B. Identifikasi Masalah

Laba perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan satu sama lain diantaranya faktor yang berasal dari dalam diri perusahaan (*Intern*) maupun faktor yang berasal dari luar perusahaan (*Ekstern*) diantaranya adalah tingkat penjualan dan pemasaran, promosi, persediaan barang dagang, lingkungan perusahaan, persaingan bisnis, kondisi pasar dan lain-lain. Artinya tidak ada faktor tunggal yang secara otomatis menentukan laba perusahaan. Dalam konteks ini tentu saja masih banyak lagi yang dapat dikemukakan dan dapat mempengaruhi laba perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“ANALISIS TINGKAT PENJUALAN DAN PERSEDIAAN BARANG DAGANG TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA PT LOTTE SHOPPING INDONESIA STORE 19 SOLO”**

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang dianalisis dalam penelitian lebih terarah. Dalam penelitian ini masalah tersebut dibatasi sebagai berikut:

1. Tingkat penjualan perusahaan tahun 2010 pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo.

2. Pada persediaan barang dagang dibatasi hanya 50 jenis barang dari divisi *dryfood*, 15 jenis barang dari divisi *freshfood* dan 35 jenis barang dari divisi *nonfood* perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalah yang akan diambil dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh tingkat penjualan terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo?
2. Adakah pengaruh persediaan barang dagang terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo?
3. Adakah pengaruh tingkat penjualan dan persediaan barang dagang terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo?

E. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan yang dilakukan pasti mempunyai tujuan, begitu juga dengan penelitian ini. Tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat penjualan terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo.
2. Untuk mengetahui pengaruh persediaan barang dagang terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo.
3. Untuk mengetahui tingkat penjualan dan persediaan barang dagang terhadap laba perusahaan pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 19 Solo.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Media ini digunakan untuk menambah wawasan, pengetahuan, informasi atau masukan terhadap penelitian selanjutnya dan sebagai salah satu media untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh dengan kenyataan yang dihadapi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi atau sumbangan pemikiran bagi pihak perusahaan untuk menentukan kebijakan yang akan diambil, khususnya dalam tingkat penjualan dan persediaan barang dagang bagi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.