



**PENGARUH VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA  
BERSIH PADA PT. SIERAD PRODUCE TBK**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**SITI HAIRANI SIREGAR  
NIM: 15 402 00032**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2019**



**PENGARUH VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA  
BERSIH PADA PT. SIERAD PRODUCE TBK**

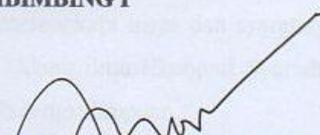
**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**SITI HAIRANI SIREGAR  
NIM. 15 402 00032**

**PEMBIMBING I**

  
**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, MSi**  
NIP. 19790525 200604 1 004

**PEMBIMBING II**

  
**Sry Lestari, M.E.I**  
NIP. 19890505 201903 2 008

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2019**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **SITI HAIRANI SIREGAR**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Oktober 2019  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

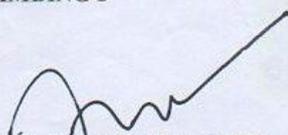
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **SITI HAIRANI SIREGAR** yang berjudul "**Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

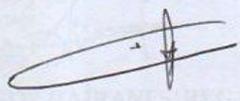
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

**PEMBIMBING I**

  
**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, MSi.**  
NIP: 19790525 200604 1 004

**PEMBIMBING II**

  
**Sry Lestari, M.E.I**  
NIP: 19890505 201903 2 008

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SITI HAIRANI SIREGAR  
NIM : 15 402 00032  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 30 Oktober 2019  
yang Menyatakan,



**SITI HAIRANI SIREGAR**  
**NIM. 15 402 00032**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : SITI HAIRANI SIREGAR  
NIM : 15 402 00032  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada tanggal: 30 Oktober 2019  
menyatakan,



**SITI HAIRANI SIREGAR  
NIM. 15 402 00032**



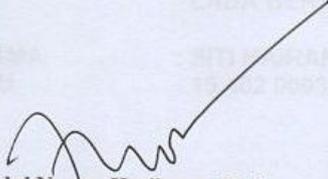
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

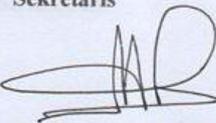
**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : SITI HAIRANI SIREGAR  
**NIM** : 15 402 00032  
**FAKULTAS/JURUSAN** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah AK-1  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk.

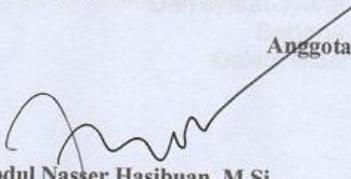
**Ketua**

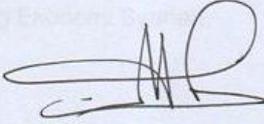
  
**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004

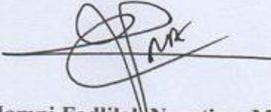
**Sekretaris**

  
**Muhammad Isa, S.T., M.M**  
NIP. 19800605201101 1 003

**Anggota**

  
**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004

  
**Muhammad Isa, S.T., M.M**  
NIP. 19800605 201101 1 003

  
**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001

  
**Nurul Izah, M.Si**  
NIP. 19900122 201801 2 003

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/ 12 November 2019  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 11.30 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 74,5( B-)  
**Index Prestasi Kumulatif** : 3,39  
**Predikat** : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH VOLUME PENJUALAN TERHADAP  
LABA BERSIH PADA PT. SIERAD PRODUCE TBK.**

**NAMA : SITI HAIRANI SIREGAR**  
**NIM : 15 402 00032**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 18 November 2019  
Dekan,



**Dr. DarwisHarahap, S.HI., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**NAMA : SITI HAIRANI SIREGAR**  
**NIM : 15 402 00032**  
**JUDUL : Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk.**

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah pergerakan laba bersih yang tidak sesuai dengan volume penjualan, pada PT. Sierad Produce Tbk. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah volume penjualan terhadap laba bersih. Apabila volume penjualan meningkat maka laba bersih juga meningkat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan 32 laporan keuangan sebagai sampel penelitian melalui teknik *Purposive Sampling* dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana dari satu perusahaan dan *time series* 8 tahun terakhir. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji deskriptif, uji normalitas, analisis regresi sederhana, koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji hipotesis (uji t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa volume penjualan (X) tidak berpengaruh terhadap laba bersih (Y) pada PT. Sierad Produce Tbk, hal ini ditunjukkan dari hasil uji hipotesis (uji t) dengan nilai signifikan  $0,826 > 0,05$ . Besarnya pengaruh volume penjualan (X) terhadap laba bersih (Y) koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,003 (0,3%) yang artinya sumbangan pengaruh variabel X (volume penjualan) terhadap variabel Y (laba bersih) sebesar 0,3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Pengaruh, Volume Penjualan, Laba Bersih.**

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Wr. Wb.*

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.Ag., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser, M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, MSi. selaku pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, M.El. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda Son Haji Siregar, Ibunda Delisma Harahap, dan Adik-adik Irwan Syah Siregar, Safni Rizal Siregar, Elida Hannum Siregar, Hamlan Rizky Siregar) yang paling berjasa dalam hidup penulis. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk sahabat peneliti Muhammad Asmar Husin Rangkuti, Rizky Hasibuan, Supriadi Hasibuan, Syafrina Yuni Lubis, Siti Nurmawan Pulungan, Suriati, Syahrida Nasution, Rida Juliana Nasution dan seluruh kerabat dan rekan-rekan Mahasiswa Ekonomi Syariah terutama Ekonomi Syariah 5 Akuntansi-1, angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
8. Terimakasih juga kepada teman-teman Kos Nisa (Ummi, Fitri Harahap, Tiram, Lia, Rina, Elma, Nelma, Yeni, Linda, Fitri Lubis, dll) yang telah menjadi motivator serta memberikan arahan, dukungan, dan semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dimulai dari proposal hingga selesainya skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarobbalal amin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Oktober 2019  
Peneliti

**SITI HAIRANI SIREGAR**

**NIM. 15 402 00032**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dangaris atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dangaris dibawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dangaris di atas

### **C. Ta Mar butah**

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddahat* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN LITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Istilah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Defenisi Operasional Variabel.....	5
E. Rumusan Masalah.....	6
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat Penelitian.....	7
H. Sistematika Pembahasan.....	8
<b>BAB II PEMBAHASAN</b>	
A. Landasan Teori.....	10
1. Laba Bersih.....	10
a. Pengertian Laba.....	10
b. Unsur Laba.....	12
c. Pandangan Islam Tentang Laba Bersih.....	13
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi laba Bersih.....	15
2. Volume Penjualan.....	16
a. Pengertian Volume Penjualan.....	16
b. Cara Meningkatkan Penjualan.....	18
c. Biaya Umum dan Biaya Penjualan.....	19
d. Fungsi Penjualan.....	19
e. Tujuan Manajemen Penjualan.....	20
f. Pandangan Islam Tentang Penjualan.....	21
g. Tujuan Penjualan.....	23
h. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	24
i. Konsep Penjualan.....	26
j. Jenis dan Bentuk Penjualan.....	27
3. Pengaruh Penjualan Terhadap Laba bersih.....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Fikir.....	34
D. Hipotesis.....	35

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Pengolahan dan Analisa Data.....	40

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Tentang PT. Sierad Produce Tbk .....	45
1. Sejarah Umum.....	45
2. Visi dan Misi .....	47
3. Produk-Produk Unggulan PT. Sierad Produce Tbk .....	48
4. Struktur Organisasi.....	49
5. Jejak Langkah PT. Sierad Produce Tbk .....	51
6. Nilai-Nilai.....	51
B. Deskripsi Data Penelitian.....	52
1. Laba Bersih .....	52
2. Volume Penjualan .....	55
C. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk .....	58
1. Uji Deskriptif.....	58
2. Uji Normalitas .....	60
3. Analisis Regresi Sederhana .....	61
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
5. Uji Hipotesis (Uji t) .....	63
D. Pembahasan Penelitian.....	65
E. Keterbatasan penelitian.....	67

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran-Saran .....	68

**DAFTAR PUSTAKA****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel I.I : Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih.....	3
Tabel I.II : Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel II.I : Konsep Penjualan .....	27
Tabel II.II : Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III.I : Koefisien Korelasi .....	42
Tabel IV.I : Laba Bersih.....	52
Tabel IV.II : Volume Penjualan .....	55
Tabel IV.III: Uji Deskriptif .....	59
Tabel IV.IV: Uji Normalitas .....	60
Tabel IV.V : Uji Regresi Sederhana .....	61
Tabel IV.VI : Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
Tabel IV.VII: Uji t.....	64

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.I : Kerangka Fikir .....	33
Gambar IV.I : Stuktur Organisasi .....	50
Gambar IV.II : Laba Bersih .....	53
Gambar IV.III: Laba Bersih .....	54
Gambar IV.IV: Volume Penjualan.....	56
Gambar IV.V : Volume Penjualan .....	57

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan posisi keuangan mempunyai arti yang sangat penting bagi perusahaan. Untuk melihat sehat atau tidaknya suatu perusahaan tidak dapat dinilai dari keadaan fisik saja, misalnya dilihat dari gedung, pembangunan atau ekspansi. Dengan keadaan sekarang ini, dimana persaingan ketat dibidang perekonomian sudah mulai masuk ke negara Indonesia, maka jika seseorang manajer perusahaan tidak memperhatikan faktor kesehatan keuangan dalam perusahaanya, mungkin saja akan terjadi kebangkrutan.

Analisis keuangan pada dasarnya melihat prospek dan risiko perusahaan. Prospek bisa dilihat dari tingkat keuntungan (profitabilitas) dan risiko bisa dilihat dari kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau mengalami kebangkrutan. Untuk menghindari kebangkrutan tersebut maka seorang manajer tersebut dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaanya yang ditempuh dengan cara selalu memperhatikan dan mengadakan evaluasi terhadap perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu.

Seorang manajer harus dapat memahami kondisi keuangan perusahaanya, karena pada dasarnya kondisi keuangan tersebut akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaanya secara keseluruhan. Salah satu alat yang dipakai untuk mengetahui kondisi keuangan, dalam

hal ini tingkat kesehatan suatu perusahaan adalah berwujud laporan keuangan yang disusun pada setiap akhir periode yang berisi pertanggung jawaban dalam bidang keuangan atas berjalannya suatu usaha.

Semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen akan mempunyai banyak pilihan yang diberikan perusahaan sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkan.<sup>1</sup> bisa memberikan indikasi adanya risiko dan peluang bisnis.

Penjualan memiliki peran yang sangat penting dalam bidang pemasaran, karena betapapun lancarnya suatu proses jika fungsi penjualan gagal, maka kelangsungan hidup perusahaan tidak akan terjamin. Oleh karena itu fungsi penjualan merupakan standar maju mundurnya suatu perusahaan.<sup>2</sup> Kegiatan penjualan adalah salah satu faktor penentu atas perolehan laba yang optimal sehingga kontinuitas perusahaan terjamin dengan perkembangannya perusahaan yang diharapkan akan terus meningkat.<sup>3</sup>

Laba bersih adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban, selisih antara pendapatan dengan beban perusahaan baik operasional dan non operasional jika pendapatan melebihi beban, maka hasilnya adalah laba bersih. Laba bersih adalah laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam satu periode tertentu termasuk

---

<sup>1</sup>Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), hlm.288.

<sup>2</sup>Basu Swasta & Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern Eisi Tiga*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm.183.

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm. 227.

pajak, laba bersih disajikan dalam laporan laba-rugi dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya.<sup>4</sup> Perolehan laba bersih perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh penjualan.<sup>5</sup>

PT. Sierad Produce Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pakan ternak yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan terdaftar di ISSI (Ideks Saham Syariah Indonesia), PT. Sierad Produce Tbk merupakan perusahaan yang dibentuk pada tahun 2001. Produk yang di hasilkan berkualitas, aman dan higienis serta bersertifikat halal MUI (Majelis Ulama Indonesia).

**Tabel I.I**  
**Volume Penjualan dan Laba Bersih pada**  
**PT. Sierad Produce Tbk (SIPD)**  
(Dalam Rupiah)

<b>Tahun</b>	<b>Lab Bersih</b>	<b>Volume Penjualan</b>
2011	23.452.266.464	4.029.131.023.628
2012	15.061.473.532	4.354.469.720.627
2013	8.337.508.652	3.854.271.748.057
2014	2.064.055.454	2.505.575.102.503
2015	(362.030.918.107)	2.113.148.210.101
2016	13.048.780.927	2.427.199.000.000
2017	(354.922.000.000)	2.449.961.000.000
2018	25.934.000.000	3.120.459.000.000

Sumber: PT. Sierad Produce Tbk.

Pada tabel I.I diatas dapat dilihat bahwa tingkat penjualan PT. Sierad Produce Tbk pada tahun 2012 mengalami peningkatan dari Rp. 4.029.131.023.628 pada tahun 2011 menjadi Rp. 4.354.469.720.627 pada tahun 2012, dan seharusnya labanya juga meningkat, akan tetapi dilihat dari tabel I.I diatas laba PT. Siared Produce Tbk mengalami penurunan

<sup>4</sup>Kasmir,, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm. 303.

<sup>5</sup>Nebah F. Hartimbul Ginting, *Op, Cit.*, hlm. 150.

dari Rp. 23.452.266.464 di tahun 2011 menjadi Rp. 15.061.473.532 ditahun 2012. Dan pada tahun 2017 kembali mengalami peningkatan penjualan dari Rp. 2.427.199.000.000 di tahun 2016 menjadi Rp. 2.449.961.000.000 ditahun 2017, akan tetapi PT. Siared Produce Tbk mengalami kerugian dari Rp. 13.048.780.927 pada tahun 2016 menjadi Rp. 354.922.000.000 ditahun 2017. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan “jika volume penjualan naik maka laba bersih yang diperoleh perusahaan akan mengalami kenaikan juga”.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap PT. Siared Produce Tbk dengan judul **“PENGARUH VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PT. SIERAD PRODUCE TBK”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini, adapun identifikasi masalah pada penelitian ini ialah:

1. Peningkatan volume penjualan tidak disertai dengan peningkatan laba bersih pada PT.Sierad Produce Tbk priode 2011-2018.
2. Penurunan volume penjualan tidak disertai dengan penurunan laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk priode 2011-2018
3. Volume penjualan mengalami fluktuasi setiap tahunnya pada PT. Sierad Produce Tbk priode 2011-2018.

---

<sup>6</sup>Budi Raharjo, *Memahami Laporan Keuangan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000), hlm. 33.

### C. Batasan Masalah

Batasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian pada inti permasalahan, mencegah terlalu luasnya pembahasan dan memudahkan peneliti dalam pembahasan. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun batasan masalah dalam penelitian ini hanya terfokus pada pengaruh penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk periode 2011-2018.

### D. Definisi Operasional Variabel

Penelitian yang berjudul Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk. Terdiri dari dua variabel yaitu variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas ialah volume penjualan sedangkan yang menjadi variabel terikat ialah laba bersih.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm. 59.

**Tabel I.II**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Skala
1.	Volume Penjualan (X)	Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin tinggi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin tinggi kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. <sup>8</sup>	Rasio
2.	Laba Bersih (Y)	Laba bersih adalah laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam satu priode tertentu termasuk pajak, laba bersih disajikan dalam laporan laba-rugi dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya. <sup>9</sup>	Rasio

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk priode 2011-2018 ?”

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diterapkan tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk priode 2011-2018”.

---

<sup>8</sup>Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 17.

<sup>9</sup>Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 303.

## **G. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dari hasil penelitian yang dilakukan, menambah pengetahuan peneliti dibidang laporan keuangan. Peneliti mampu menganalisis posisi keuangan perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kewajiban, dan salah satu persyaratan bagi peneliti dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

### 2. Bagi Perusahaan PT. Sierad Produce Tbk.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat keputusan pada laporan keuangan yang tepat dan memberikan masukan bagi pihak manajemen dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan, terutama pada bagian kinerja laporan keuangan.

### 3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini akan menjadi bahan pertimbangan bagi investor dan calon investor untuk menilai kondisi perusahaan sebelum menginvestasikan modalnya.

### 4. Bagi Akademik dan Pihak Lain.

Sebagai tambahan bahan referensi dan informasi bagi rekan-rekan yang memerlukan data dalam melakukan penelitian-penelitian pada masa yang akan datang.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri dari lima bab. Hal yang dimaksudkan untuk penulisan laporan penelitian yang sistematis, jelas dan mudah dipahami. Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub dengan rician sebagai berikut:

Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan

Bab kedua, dalam bab ini dibahas landasan teori tinjauan umum tentang volume penjualan yang berisikan pengertian volume penjualan, konsep penjualan, analisis penjualan, tentang laba bersih yang berisikan pengertian laba bersih, faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih, yang terdiri dari uraian teori dan penelitian terdahulu.

Bab ketiga, membahas metodologi penelitian yang mencakup lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, analisis data (menggunakan SPSS versi 23).

Bab keempat, membahas tentang hasil penelitian yang berisikan sejarah, visi misi, struktur organisasi, dan pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sieraad Produce Tbk.

Bab kelima, merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang terdiri dari kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran yang membangun.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Laba Bersih

###### a. Pengertian Laba

Menurut Soemarso SR “Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu”.<sup>1</sup> Henry Simamora “Laba adalah perbandingan antara pendapatan dengan beban jikalau pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih”.<sup>2</sup>

Laba bersih yaitu angka terakhir dalam perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi oleh beban lain-lain.<sup>3</sup> Laba bersih merupakan laba yang diperoleh dalam tahun buku berjalan setelah dikurangi taksiran utang pajak.<sup>4</sup>

Sujana Ismaya “Laba Bersih adalah laba setelah dikurangi berbagai pajak”.<sup>5</sup> Laba dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan. Dari perkiraan laba ditahan ini akan diambil sejumlah tertentu untuk

---

<sup>1</sup>Murti Sumarni & Jhon Soe Prihanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003) hlm. 421.

<sup>2</sup>Hendry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: Empat, 2000) hlm. 45.

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm.45.

<sup>4</sup>Budiastututi Fatkar, “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No. XXXIV, 2016, hlm. 103.

<sup>5</sup>Sujana Ismaya, *Kamus Akuntansi*, (Bandung: Pustaka Grafika, 2006), hlm. 562.

dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham. Assegaf Ibrahim Abdullah berpendapat “Laba bersih adalah laba setelah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi”.<sup>6</sup>

Menurut Soemarso SR “Laba bersih merupakan selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua bebann dan kerugian”.<sup>7</sup> Menurut Horngren, Datar dan Foster “Laba bersih (*Net Income*) adalah laba operasi ditambah pendapatan nonoperasi (seperti pendapatan bunga) dikurangi biaya nonoperasi (seperti biaya bunga) dikurangi pajak penghasilan”.<sup>8</sup> Laba bersih sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi.<sup>9</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa laba bersih ialah laba setelah dikurangi oleh biaya-biaya baik itu biaya operasi, biaya tetap, atau biaya lainnya termasuk biaya pajak

---

<sup>6</sup>Assegaf Ibrahim Abdullah, *Kamus Akuntansi Edisi Dua*, (Jakarta: PT. Mario Grafika, 1993), hlm. 289.

<sup>7</sup> Soemarso SR, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 234.

<sup>8</sup>Horngren, Datar & Foster, *Akuntansi Biaya dengan Penekanan Manajerial Edisi 12 jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 478.

<sup>9</sup>Sofyan Safri Harahap, *Teori Akuntansi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 241.

## b. Unsur-Unsur Laba

Terdapat beberapa unsur laba yaitu:

### 1) Pendapatan

Pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau peneurunan kewajiban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi.<sup>10</sup>

### 2) Beban

Beban adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva atau kenaikan kewajiban dalam suatu periode akuntansi yang terjadi dalam aktiva operasi.<sup>11</sup>

### 3) Biaya

Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau kas yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi<sup>12</sup>

### 4) Untung-rugi

Keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi incidental yang terjadi pada perusahaan dan

---

<sup>10</sup>Dwi Swiknyo, *Op, Cit.*, hlm. 199.

<sup>11</sup>Alimiyah & Padji, *Op, Cit.*, hlm. 79.

<sup>12</sup>Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi Edisi 6*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005), hlm. 24.

semua transaksi atau kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi.<sup>13</sup>

#### 5) Penghasilan

Penghasilan adalah hasil akhir perhitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut.<sup>14</sup>

#### c. Pandangan Islam Tentang Laba Bersih

Dalam Islam, tujuan utama seorang produsen bukan memaksimalkan laba, tetapi bagaimana agar produksi yang dilakukan bisa mendatangkan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Karena itu laba yang diperoleh produsen diarahkan untuk memenuhi kedua hal tersebut. Terkait dengan hal ini, Shiddiq mengembangkan konsep laba berimbang. Laba berimbang adalah tingkat laba yang berada diantara batas laba tertinggi yaitu tingkat laba yang dibenarkan yang tidak melanggar prinsip dan hukum Islam dan laba terendah yaitu tingkat laba yang memungkinkan seseorang produsen untuk menjalankan perusahaannya.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Azhar Susanto, *Sistem Informasi Akuntansi 1 Edisi 8*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 215.

<sup>14</sup>Mulyadi, *Sistem Akuntansi Edisi Ke*, (Jakarta: Selemba Empat, 2001), hlm. 47.

<sup>15</sup>Azhari Akmal Tarigan dkk, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Citapustaka Media, 2006), hlm. 257-259.

Sebagai insitusi sosial adalah wajar jika perusahaan Islam mempertimbangkan ukuran-ukuran dalam ekonomi konvensional, dimana perusahaan dianggap berhasil jika bisa berproduksi dengan biaya minimum, namun perusahaan Islam akan dianggap sukses jika berhasil mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan khususnya yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas.<sup>16</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Huud Ayat 85-86 yaitu:

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ  
 أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ ۝٨٥ يَقِيَّتُ اللَّهُ خَيْرٌ لَّكُمْ  
 إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ۗ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِخَفِيظٍ ۝٨٦

*Artinya: 85. Dan Syu'aib berkata: Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.*

*86. Sisa (keuntungan) dari Allah adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman. Dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu.<sup>17</sup>*

Allah melarang mereka mengurangi takaran dan timbangan apabila member kepada manusia. Kemudian Syuaib menyuruh mereka supaya memenuhi takaran dan timbangan dengan adil baik pada saat mengambil maupun memberi. Dia melarang mereka berbuat congkak di muka bumi dengan melakukan kerusakan, dahulu mereka

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm.259-262

<sup>17</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Al- Jumanatul "Ali ART, 2004), hlm. 231.

suka menyamun. Firman Allah “sisa keuntungan dari Allah adalah lebih baik bagimu”. Ibnu Katsir berkata penggalan ini menyerupai firman Allah “katakanlah, tidak sama antara keburukan dan kebaikan, walaupun banyaknya keburukan itu menarik bagimu”. Firman Allah “dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu”. Yakni bukan pemantau dan pemelihara. Yakni, lakukanlah.<sup>18</sup>

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih

Menurut Jumingan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah:

- 1) Naik turunnya jumlah unit barang yang dijual dan harga jual per unit.
- 2) Naik turunnya harga pokok penjualan, perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dari harga per unit atau harga pokok per unit.
- 3) Naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variabel jumlah unit yang dijual variasi dalam tingkat harga dan operasi perusahaan
- 4) Naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam

---

<sup>18</sup>Muhammad Nasib, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Diterjemahkan dari “*Taisiru al-Aliyyul Qadir li Ikhtisari Tafsir Ibnu Katsir*” oleh Syihabuddin (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hlm.812.

tingkat harga dan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan.

- 5) Naik turun pajak perseroan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya laba yang diperoleh atau tinggi rendahnya tarif pajak. Adanya perubahan dalam metode akuntansi.<sup>19</sup>

## 2. Volume Penjualann

### a. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin tinggi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin tinggi kemungkinan perusahaan agar tidak rugi.<sup>20</sup> Volume penjualan adalah jumlah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.<sup>21</sup>

Freddy Rangkuti Mengatakan “Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.”<sup>22</sup> Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.<sup>23</sup> Menurut Basu Swastha dan

---

<sup>19</sup>Jumigan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hlm. 165.

<sup>20</sup>Freddy Rangkuti. *Op, Cit.*, hlm. 17.

<sup>21</sup>Kadek Marlita Dewi, “Pengaruh Penjualan Kamar dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih, dalam *Jurnal Pendidikan ekonomi*, Vol. 10, No. 2, 2017, hlm. 2.

<sup>22</sup>Freddy Rangkuti, *Op, Cit.*, hlm. 207.

<sup>23</sup>*Ibid.*, hlm. 207.

Irawan "Volume penjualan merupakan penjualan bersih diperoleh perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu."<sup>24</sup>

Menurut Hendro "Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju".<sup>25</sup> Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang itu diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.<sup>26</sup>

Menurut Basu Swastha dan Irawan "Penjualan adalah persetujuan jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang atau jasa yang melibatkan penjual dan pembeli."<sup>27</sup> Setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan omset penjualannya, sehingga

---

<sup>24</sup>Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Ke-1*, (Jakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 65.

<sup>25</sup>Hendro, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 85.

<sup>26</sup>Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, *Op, Cit.*, hlm. 183.

<sup>27</sup>Basu Swastha & Irawan, *Op, Cit.*, hlm. 406.

akan mendapatkan laba penjualan semaksimal mungkin.<sup>28</sup> Penjualan merupakan rekening penapan yang paling lazim didalam perusahaan, yang termasuk dalam pendapatan penjualan meliputi jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa yang disediakan selama periode berjalan.<sup>29</sup>

Oleh karena itu Volume Penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.<sup>30</sup>

#### b. Cara Meningkatkan Penjualan

Ada beberapa cara meningkatkan volume penjualan yaitu:

- 1) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- 2) Menempatkan dan peraturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen
- 3) Mengadakan analisis pasar
- 4) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial
- 5) Mengadakan pameran

---

<sup>28</sup>*Ibid.*, hlm. 406.

<sup>29</sup>Henry Simamora, *Op, Cit.*, hlm. 24.

<sup>30</sup>Elsa Asriyanti, syafaruddin, "Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Profitabilitas", dalam *Jurnal Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, Maret 2017, hlm. 36.

6) Mengadakan diskon atau potongan harga.<sup>31</sup>

c. Biaya Umum dan Biaya Penjualan

1) Termasuk dalam kategori biaya umum ialah:

Gaji pimpinan dan gaji tenaga administrasi, upah pembantu umum dan penjaga malam, penyusutan mesin, gedung, dan peralatan, sewa, asuransi, perbaikan mesin dan peralatan, pajak, bunga, penerangan, semua pengeluaran administrasi seperti kertas, perangko, materai, biaya telepon, telegram.

2) Biaya penjualan

Biaya penjualan yaitu semua pengeluaran yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi. Pengeluaran tersebut misalnya: gaji karyawan bagian penjualan, komisi-komisi untuk agen, biaya pemasangan iklan, advertensi, semua biaya telepon, telegram, teleks dan kertas, prangko, materi untuk keperluan penjualan produk.<sup>32</sup>

d. Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.<sup>33</sup>

Fungsi tenaga penjualan adalah sebagai berikut:

---

<sup>31</sup>Henry Simamora, *Op, Cit.*, hlm. 445.

<sup>32</sup>Murti Sumarni & Jhon Soe Prihanto, *Op, Cit.*, hlm. 421.

<sup>33</sup>Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, *OP, Cit.*, hlm. 183.

- 1) Menentukan calon konsumen
- 2) Mengadakan komunikasi wiraniaga mengkomunikasikan informasi produk dan jasa perusahaan.
- 3) Menjual, wiraniaga perusahaan melakukan seni kewiraniagaan dengan pendekatan, penyajian, menjawat/mengatasi keberatan-keberatan dan menutup penjualan
- 4) Memberikan pelayanan, wiraniaga melayani berbagai jasa kepada konsumen, member konsultasi mengenai berbagai masalah dan pengiriman barang.
- 5) Pengumpulan informasi, wiraniaga melaksanakan penelitian pasar dan membuat kunjungan penjualan mereka.
- 6) Mengatur waktu, dalam menghemat waktu, wiraniaga banyak latihan serta mengambil pengalaman dari orang lain.
- 7) Mengalokasikan sumber-sumber, wiraniaga harus mampu mengevaluasi kualitas konsumen dan mengalokasi produk yang langka pada masa kekurangan produk.<sup>34</sup>

e. Tujuan Manajemen Penjualan

Menurut Basu Swastha & Irawan bahwa “manajemen penjualan adalah penjualan perencanaan, pengarahan, pengawasan, personal selling, termasuk penarikan pemilihan, perlengkapan

---

<sup>34</sup>Basu Swastha dan Irawan, *Op, Cit.*, hlm. 409.

penentuan, rutr, supervise pembayaran dan motivasi sebagai tugas diberikan kepada para tenaga penjual.”<sup>35</sup>

Sukses bisa dicapai jika seseorang memiliki tujuan atau cita-cita. Demikian pula halnya dengan para pengusaha atau penjual. Tujuan tersebut akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai.<sup>36</sup> Selain itu harus diperhatikan juga faktor lain seperti:

- 1) Modal yang diperlukan
  - 2) Kemampuan merencanakan dan membuat produk
  - 3) Kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat
  - 4) Kemampuan memilih penyalur yang tepat
  - 5) Kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat
  - 6) Unsur penunjang lainnya.<sup>37</sup>
- f. **Padangan Islam Tentang Penjualan**

Dalam Islam jual beli jelas dihalalkan karena ada keuntungan dan manfaat di dalamnya, baik yang bersifat umum maupun khusus. Sedangkan riba di haramkan karena didalamnya ada kezaliman dan memakan harta orang lain dengan cara batil. Ini bukan seperti keuntungan yang ada dalam jual beli yang sifatnya mutualisme (

---

<sup>35</sup> *Ibid*, hlm. 409.

<sup>36</sup> Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003) hlm. 257.

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 257.

saling menguntungkan antara penjual dan pembeli). Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya: Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa yang mendapat peringatan dari tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.<sup>38</sup>*

Dari ayat ini kita dapat mengetahui bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Riba itu ada duamacam yaitu nasihah dan fadhl. Riba nasihah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Al-Jumanatul "Ali ART, 2004), hlm. 47.

demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya.<sup>39</sup>

g. Tujuan Penjualan

Pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal) dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama.<sup>40</sup> Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.<sup>41</sup> Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri

Menurut Basu Swastha ada beberapa tujuan dari volume penjualan yaitu:

1) Mencapai volume penjualan

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu dapat mencapai volume penjualan sesuai dengan apa yang telah ditentukan sebelumnya. Volume penjualan sendiri dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

---

<sup>39</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 14-15

<sup>40</sup>Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hlm. 15.

<sup>41</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 239.

- a) Target penjualan
  - b) Jumlah penjualan
- 2) Mendapatkan laba.

keuntungan atau laba merupakan puncak tujuan dari perusahaan yang telah ditetapkan. Dengan mendapatkan keuntungan ataupun laba maka perusahaan akan dapat menjalankan roda usahanya. Laba atau keuntungan sendiri dapat dipengaruhi oleh:

- a) Jumlah produk yang terjual
  - b) Tingkat permintaan konsumen
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari tingkat sejauhmana tingginya suatu penjualan yang terjadi pada perusahaan tersebut. Ini dapat menentukan baik atau tidaknya pertumbuhan suatu perusahaan.<sup>42</sup>

h. Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

---

<sup>42</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1989), hlm. 80.

Menurut Basu faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan adalah sebagai berikut:

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

2) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan

3) Harga produk atau jasa

4) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman.

5) Kondisi pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

6) Modal

Modal atau dana sangat sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dengan ditempatkan atau untuk memperbesar usahanya. Modal perusahaan penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha

seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

7) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya malah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan

8) Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.<sup>43</sup>

i. Konsep penjualan

Konsep penjualan berfikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh.<sup>44</sup> Sedangkan konsep pemasaran adalah bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, konsep pemasaran juga merupakan kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 129-131.

<sup>44</sup> Philip Kotler Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks, 2013), hlm. 19-20.

rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.<sup>45</sup> Terdapat beberapa perbedaan antara konsep penjualan dengan konsep pemasaran, yaitu sebagai berikut:

**Tabel II. 1**  
**Konsep Penjualan**

No		Konsep Penjualan	Konsep Pemasaran
1	Sasaran	Pabrik	Pasar
2	Fokus	Produk yang Ada	Kebutuhan Pelanggan
3	Sarana	Penjualan & Promosi	Pemasaran Terpadu
4	Tujuan Akhir	Laba Melalui Volume Penjualan	Laba Melalui Kepuasan Pelanggan

j. Jenis dan Bentuk Penjualan

Menurut Basu Swastha terdapat beberapa jenis penjualan yang biasan dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

1) *Trade Selling*

Penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperoleh pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk yang baru, jadi titik beratnya adalah para penjual melalui penyalur bukan kepada pembeli akhir.

---

<sup>45</sup>Nebah F. Hartimbul Ginting , *Op, Cit.*, hlm. 27.

2) *Missionary Selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.

3) *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

4) *New Bussiness Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

5) *Responsive Selling*

Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *Roote Driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan pelanggan yang baik dan menjurus pada pembelian ulang.<sup>46</sup>

### 3. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih dapat dilihat melalui komponen-komponen dalam laporan laba-rugi perusahaan yang saling terkait. Perubahan volume penjualan terhadap laba bersih ada hubungan yang erat, karena dalam hal ini dapat diketahui

---

<sup>46</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan, Op, Cit.*, hlm. 11-12.

bahwa laba akan timbul jika penjualan produk perusahaan lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Laba bersih diperoleh dari penjumlahan semua pendapatan perusahaan dan kemudian dikurangi biaya-biaya.<sup>47</sup>

Keberhasilan perusahaan dapat dilihat pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan laba merupakan faktor yang menentukan bagi kelangsungan hidup perusahaan.<sup>48</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti mengenai volume penjualan terhadap laba bersih, beberapa diantaranya sebagai berikut

**Tabel II.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Fipin Hidayanti, dkk ( Jurnal, Vol: 1, No: 1, Tahun 2018)	Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Mananan dan Minuman yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel volume penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, variabel biaya operasi berpengaruh terhadap laba bersih. Sementara itu, pengaruh simultan dari volume

<sup>47</sup>Budi Rahardjo, *Op, Cit.*, hlm. 35.

<sup>48</sup>Rizki Risyana, Leny Suzan, " Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih, dalam *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No. 2, Agustus 2018, hlm. 2451.

		Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)	penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih dengan koefisien determinasi ( $\text{adjustedR}^2$ ) diperoleh pada 0,842. Ini berarti bahwa variabel independen (volume penjualan dan biaya operasional) mampu menjelaskan laba bersih perusahaan sebesar 84%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
2	Mike Tumanggor (Skripsi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat,2017)	Pengaruh Biaya Operasional, Volume Penjualan, Modal Kerja dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih Perusahaan Sub Sektor Logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI.	Hasil penelitian ini dapat dilihat dari pengujian secara parsial menunjukkan bahwa, biaya operasional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih, hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien sebesar 0,473135. Volume penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih, hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien sebesar 0,740153. Modal kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih, hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien sebesar 0,066363 Dan perputaran total aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih hal ini terbukti dengan nilai koefisien sebesar 1.122633
3	Elsa Asriyanti dan Syafaruddin (Jurnal Measurement Vol.	Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual secara parsial berpengaruh positif dan

	11 No.1: 33-50, Maret 2017)	Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PT. Prisma Danta Abadi (Tahun 2014-2016	signifikan terhadap profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung}$ 3,243 > nilai $t_{tabel}$ sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 > 0,05; (2) volume penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung}$ 2,648 > nilai $t_{tabel}$ sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05; (3) Biaya operasional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (4) Harga jual, volume penjualan dan biaya operasional secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.
4	Kadek Marlita Dewi (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol: 10 No:2 Tahun 2017)	Pengaruh Volume Penjualan Kamar dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada Hotel Grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016	Hasil penelitian ini menunjukkan volume penjualan kamar berpengaruh terhadap laba bersih pada hotel Grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016. Hal ini ditunjukkan dari hasil dari analisis t-tes yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung}$ = 16,355 lebih besar dari $t_{tabel}$ = 2, 03. Biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih hotel Grand Wijaya Singaraja, besarnya pengaruh volume penjualan kamar dan biaya operasional terhadap laba

			bersih pada hotel grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016 adalah sebesar 88,4%, sedangkan sisanya sebesar 11,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
5	Budiastuti Fatkar (Jurnal Ekonomi & Bisnis, Nomor: XXIV Vol: 1 tahun 2016)	Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada PT. Indah Kiat Pulp and Paper Tbk Priode 2006-2015	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dilihat dari nilai t-hitung > t-tabel ( $3,660 > 2,306$ ) atau dengan tingkat signifikan sebesar $0,008 < 0,05$ yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Variabel biaya produksi berpengaruh negative terhadap laba bersih tetapi signifikan dengan nilai t-hitung < t-tabel ( $-2,640 < -2,306$ ) atau dengan tingkat signifikan antara biaya produksi terhadap laba bersih sebesar $0,033 < 0,05$ yang berarti signifikan, yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.

Dari penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini adapun persamaan dan perbedaannya ialah:

1. Fipin Hidayanti menggunakan volume penjualan dan biaya operasional sebagai variabel X sedangkan peneliti hanya menggunakan volume

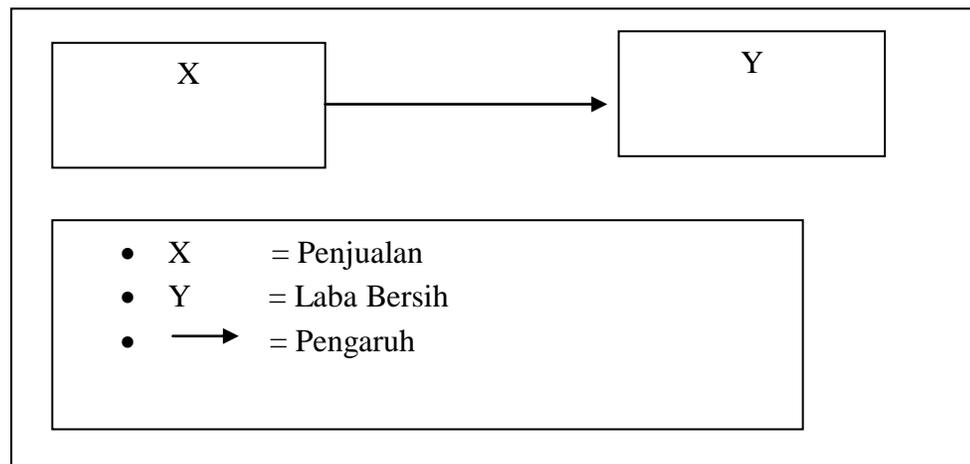
penjualan sebagai variabel X dan persamaan penelitian ini dengan Fipin yaitu sama-sama menggunakan laba bersih sebagai variabel Y.

2. Mike Tumanggor menggunakan biaya operasional dan volume penjualan sebagai variabel X sedangkan penelitian ini hanya menggunakan volume penjualan sebagai variabel X dan persamaan penelitian ini dengan Mike yaitu sama-sama menggunakan laba bersih sebagai variabel Y.
3. Elsa asriyanti dan Syafaruddin menggunakan rasio profitabilitas sebagai variabel Y sedangkan penelitian ini menggunakan laba bersih sebagai variabel Y dan persamaan penelitian Elsa dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan volume penjualan sebagai variabel X.
4. Kadek Marlita Dewi menggunakan dua variabel yaitu volume penjualan dan biaya operasional sebagai variabel X dan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan laba bersih sebagai variabel Y.
5. Budiastuti Fatkar Menggunakan dua variabel X yaitu volume penjualan dan biaya produksi sebagai variabel X sedangkan penelitian ini hanya menggunakan volume penjualan saja sebagai variabel X sedangkan persamaannya ialah sama-sama menggunakan laba bersih sebagai variabel Y.

### C. Kerangka Fikir

Kerangka fikir disusun untuk menggambarkan hubungan pengaruh antara variabel X (Volume Penjualan) dengan variabel Y (Laba Bersih). Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk, ada dua variabel yang akan dipengaruhi yaitu volume penjualan (X) dan laba bersih (Y) yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**Gambar II.I**  
**Kerangka Fikir**



#### D. Hipotesis

“Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan arti sesungguhnya belum bernilai sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya.”<sup>49</sup>

“Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna.”<sup>50</sup>

Kesimpulan dari hipotesis adalah jawaban sementara yang masih perlu diuji untuk menghasilkan jawaban yang sebenarnya.

Berdasarkan kerangka teori dan kerangka pikir diatas, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

- 1)  $H_a$ : Ada pengaruh signifikan antara volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk 2011-2018.

---

<sup>49</sup> Rosady Rusdan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2003), hlm. 171.

<sup>50</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komonikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 75.

### BABA III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Lokasi dan Waktu penelitin

Penelitian ini dilakukan pada PT. Sierad Prouce Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pakan ternak yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2019 sampai dengan selesai.

##### B. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kullitatif yang diangkakan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan runtun waktu (*time series*) yaitu data yang dipengaruhi oleh faktor waktu. Data tersebut diperoleh dari data laporan tahunan PT. Siared Produce Tbk.

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metoe Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm. 13.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup>

Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.<sup>3</sup>

Populasi juga merupakan kelompok elemen lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Siared Produce Tbk 2011-2018.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk itu

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 61.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 115.

<sup>4</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2019), hlm. 118.

sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>5</sup>

Tehnik sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yang digunakan dengan kriteria khusus terhadap sampel. Pada metode *purposive sampling* ini peneliti menghubungi dan melakukan pengumpulan datanya atas dasar strategi kecakapan atau pertimbangan pribadi semata.<sup>6</sup>

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Laporan triwulan laba rugi PT. Produce Siared Tbk tahun 2011-2018
2. Salah satu perusahaan pakan ternak yang terdaftar dibursa efek syariah (DES).

Sampel Yang dipilih dalam penelitian ini agar sesuai dengan kriteria yaitu laporan keuangan triwulan PT. Siared Produce Tbk Priode 2011-2018 atau 32 sampel.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan oleh pihak lain) atau

---

<sup>5</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, Op, Cit.*, Hlm. 62

<sup>6</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 128.

digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu.<sup>7</sup>

Data tersebut dapat diperoleh dari lembaga atau keterangan serta melalui studi pustaka yang hubungannya dengan masalah yang dihadapi dan dianalisis dengan menggunakan data statistik yang diambil dari data bursa Efek Indonesia, yang di ambil dari *Website: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)*.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada penelitian yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan teknik yaitu:

##### **1. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek lain.

##### **2. Dokumentasi**

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendra mata, laporan, dan foto. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi

---

<sup>7</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.138.

peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi diwaktu silam.<sup>8</sup>

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil analisis Statistik pengolahan data.<sup>9</sup> Untuk menguji hipotesis maka peneliti akan melakukan pengujian secara kuantitatif guna menghitung pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk dengan alat bantu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan:

### 1. Deskriptif

Uji ini berfungsi dalam mengeksplorasi data yang telah dikumpulkan, membuat kesimpulan dan mendeskripsikan data.<sup>10</sup> Uji statistik dalam analisis deksriptif bertujuan untuk menguji hipotesis dari penelitian. Deskripsi objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah ovservasi (N), rata-rata (Mean), nilai Maksimum, nilai minimum serta standar deviasi untuk masing-masing variabel.

### 2. Uji Normalitas

---

<sup>8</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media, 2011), hlm. 141.

<sup>9</sup>Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 184.

<sup>10</sup>Fitri Rahmadana, *SPAA 12, 0 for Windows: Panduan Praktis Analisis Data Skripsi dan Tesis* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2006), hlm. 25.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel data berasal dari populasi normal atau tidak.<sup>11</sup> Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS versi 23 dengan menggunakan *Kolmogrof\_Sminov* pada taraf signifikan 0,05. Kriteria yang digunakan dalam uji normalitas ialah apabila hasil perhitungan *Kolmogrof-Sminov* dengan dua sisi lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal.<sup>12</sup>

### 3. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel berupa apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>13</sup> Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y).<sup>14</sup> Analisis korelasi sederhana untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi antara dua variabel. Korelasi sederhana dengan metode person atau sering disebut dengan *product moment* korelasi  $r$  berkisar antara 1 sampai -1, nilai mendekati 1 atau -1 hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai

---

<sup>11</sup>Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23* (Jakarta: PT. Elex Media Koputindo, 2016), hlm.67.

<sup>12</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 114.

<sup>13</sup>Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian, Op, Cit.*, hlm. 261.

<sup>14</sup>*Ibid.*, hlm. 261.

menmendekati 0 berarti hubungan anantara dua variabel semakin lemah.<sup>15</sup> Pedoman untuk memberikan penafsiran interpersi koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan sebagai berikut.<sup>16</sup>

**Tabel III. 1**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap**  
**Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel lain atau untuk diubah nilainya.<sup>17</sup> Persamaanya adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y= Variabel Terikat

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas

e = *Error Of Estimate*<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Mudrajad Kuncoro, *OP, Cit.*, hlm. 14.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian, Op, Cit.*, hlm. 231

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (CV. Andi: Andi, 2014), hlm.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji *R Square* ( $R^2$ ) atau uji kuadrat dari R yaitu menunjukkan Koefisien determinasi.<sup>19</sup> Berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel maka harus dicari koefisien determinasi ( $R^2$ ) koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen.

#### 5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji-t adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji-t menilai apakah mean dan keragaman dari dua kelompok berbeda secara statistic satu sama lain. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan hasil uji-t ( $t_{hitung}$ ) dengan  $t_{tabel}$  dengan keputusan yang dapat diambil adalah:

- a.  $H_0$  diterima: Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

---

<sup>18</sup> J. Supranto, *Ekonomitri Buku Satu* (Ghalia Indonesia: Warung Nangka, 2005), hlm. 24.

<sup>19</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 142.

- b.  $H_0$  ditolak: Jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Tentang PT. Sierad Produce Tbk

##### 1. Sejarah Umum PT. Sierad Produce Tbk.

PT. Sierad Produce Tbk didirikan pada tanggal 6 September 1985 dengan nama PT. Betara Darma Export Import. Pencatatan saham perdana di Jakarta Stock Exchange pada tahun 1996 dan telah menjadi salah satu perusahaan peternakan unggas terpadu di negeri. Sierad Produce fokus pada inti kompetensinya, yaitu produksi pakan ternak, produksi anak ayam umur sehari (“DOC”), peternakan ayam komersial, *contract growing*, pemotongan ayam dan produksi makanan olahan dan peroduk ayam bernilai tambah.

Kantor pusat Sierad Produce Tbk (SIPD) berlokasi di TCC Batavia Tower One, Lantai 7, Jl. KH.Mas Mansyur Kav. 126 Jakarta Pusat 10220 dengan tempat usaha terbesar di Bogor, Sukabumi, Tangerang, Sidoarjo, Magelang, Banjarmasin dan Makassar. Telp: (62-21) 2981-9999 (Hunting), Fax: (62-21) 2981-9997.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Sierad Produce Tbk adalah PT Great Giant Pineapple (Induk Usaha), dengan persentase kepemilikan sebesar 84,41% Induk usaha terakhir SIPD adalah PT. Gunung Sewu Kencana. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan SIPD bergerak dibidang perdagangan umum, industri, kontraktor, pertanian dan

angkutan. Kegiatan utama SIPD saat ini adalah bidang peternakan ayam bibit induk untuk menghasilkan ayam niaga, industri pemotongan dan pengolahan ayam terpadu dengan cold storage, industri pakan ternak dan industri pengeringan jagung. Pada tanggal 29 Nopember 1996, SIPD memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SIPD (IPO) kepada masyarakat sebanyak 250.000.000 dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp900,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 27 Desember 1996.

Perseroan merupakan teknologi keamanan bioyang ketat, jaminan higienis produk dan prosedur pemotongan ternak sesuai dengan syariah Islam. Sebagai bentuk pengakuan atas kualitas produk dengan standar internasional, perseroan telah menerima berbagai sertifikat antara lain sertifikat HALAL dari Majelis Ulama Indonesia, Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) dari Kementerian Pertanian Republik Indonesia, ISO 9001:2018 dan SNI ISO 9001:2008 dari Lloyd's Register Quality Assurance, Nomor Kontrol Veteriner (NKV) dari Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat, Sertifikat Cara Pembuatan Pakan yang Baik (CPPB) dari Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan. Salah satu fasilitas laboratorium milik perseroan yaitu Prolab Diagnostic Laboratory ("Prolab Jabon") menerima sertifikat Akreditasi Nasional atas

kompetensinya sebagai laboratorium pengujian. Saat ini, Prolab Jabon merupakan satu-satunya pemegang ISO untuk laboratorium swasta khusus perunggasan dalam hal akreditasi pengujian. Sertifikat ini merupakan wujud perseroan dalam upaya untuk terus dapat menjaga dan meningkatkan mutu serta kepercayaan pelanggan.

## 2. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Pt. Sierad Produce Tbk ialah:

Visi: menjadi perusahaan makanan terkemuka di Indonesia berbasis industri perunggasan terintegrasi yang menciptakan iklim saham terbaik bagi para pemangku kepentingan.

Misi: Perseroan berupaya:

- a. Menghasilkan produk bermutu tinggi dan inovatif untuk para pelanggan
- b. Menciptakan keuntungan bagi para mitra bisnis melalui operasional yang bertaraf Internasional
- c. Merekrut, mengembangkan dan memberikan penghargaan kepada para pekerja profesional yang berprestasi di lingkungan kerja
- d. Secara efektif memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat.

### 3. Produk-Produk Unggulan PT. Sierad Produce Tbk

Adapun produk-produk unggulan pada PT. Sierad Produce Tbk dapat dirincikan sebagai berikut:

a. Pakan Ternak

Pabrik pakan ternak Perseroan dilengkapi dengan laboratorium modern untuk memproduksi pakan ayam pedaging, pakan ayam petelur, pakan ayam bibit, konsentrat pakan, pakan puyuh dan beberapa jenis pakan lainnya.

b. DOC Ayam Pedaging

Untuk menghasilkan daging ayam Perseroan membudidayakan hasil produk berupa anak ayam usia sehari.

c. DOC Ayam Petelur (Betina)

Perseroan membudidayakan anak ayam yang berusia sehari untuk menghasilkan telur ayam yang diperoleh dari ayam petelur yang berumur dengan kisaran 18 minggu hingga sekitar 80 minggu.

d. DOC Ayam Petelur (Jantan)

Untuk Menghasilkan daging ayam, Perseroan membudidayakan DOC ayam petelur jantan disebut dengan ayam pejantan.

e. Ayam Hidup

Untuk menghasilkan ayam siap potong (*live brid*), Perseroan membudidayakan bibit ayam pedaging yang nantinya

akan memasuki fase penggemukan pada saat ayam pedaging tersebut berumur 35 hari,

f. Ayam Potong

Perseroan mempunyai dua fasilitas pemotongan ayam yang berlokasi di daerah Parung-Jawa Barat dan Mojokerto-Jawa Timur.

g. Makanan Olahan

Perseroan memproduksi makanan olahan berupa daging ayam olahan siap saji seperti *chicken nugget*, sosis, kornet, dan bakso yang dihasilkan dari fasilitas produksi yang berada di Jonggol-Jawa Barat. Dalam memasarkan produknya, Perseroan menggunakan merek dagang “Belfoods” yang tersebar diberbagai tempat baik di pasar modern maupun di pasar tradisional.

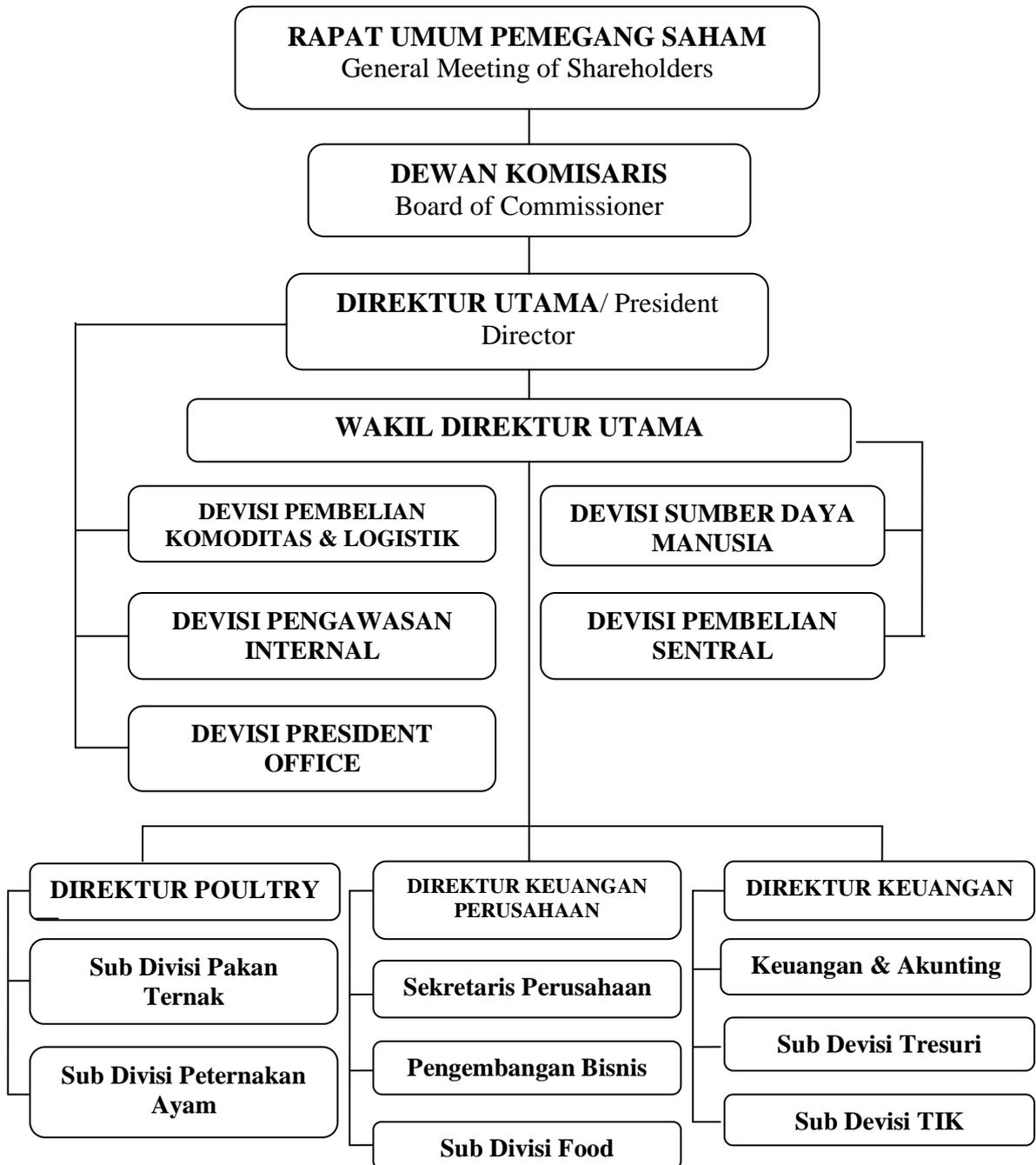
#### 4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama dalam struktur dan koordinasi atau keseluruhan dari tugas-tugas yang dikelompokkan kedalam fungsi-fungsi yang ada dalam mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>1</sup> Struktur organisasi sdigambarkan dalam bentuk suatu skema organisasi. Adapun struktur organisasi PT. Sierad Produce Tbk adalah sebagai berikut:

---

<sup>1</sup>Erni Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi pertama*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hlm. 4.

**Gambar IV. 1**  
**STRUKTUR PERUSAHAAN**  
**PT. SIERAD PRODUCE TBK**



Sumber: PT. Sierad Produce Tbk

## **5. Jejak Langkah PT. Sierad Produce Tbk**

- a. 6 September 1985 Perseroan didirikan dengan nama PT. Betara Darma Ekspor Impor
- b. 16 April 1986 perubahan nama PT. Betara Darma Ekspor Impor menjadi PT. Betara Darma
- c. 30 Desember 1993 perubahan nam PT. Betara Darma menjadi PT. Sierad Produce
- d. 27 Desember 1996 Penawaran Umum Perdana Saham (IPO)
- e. 1997-2000 restrukturasi keuangan
- f. 2001 penggabungan usaha (marger)
- g. 2015 penambahan modal tanpa HMETD dan penggabungan saham
- h. 2016 penawaran umum terbatas I dalam rangka penerbitan HMETD.

## **6. Nilai-Nilai**

PT. Sierad Produce Tbk mempunyai nilai-nilai, adapun nilai-nilainya sebagai berikut:

- a. Fokus pada pelanggan, konsumen dan masyarakat
- b. Kerjasama
- c. Integritas
- d. Mewujudkan ide-ide brilian menjadi hal yang kongkret
- e. Berbagi kebahagiaan
- f. Kesempurnaan.

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Laba Bersih

Laba bersih adalah laba setelah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi. Data tingkat Laba Bersih (Y) dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan atau laporan laba rugi per triwulan dari Maret 2011 sampai Desember 2018. Volume penjualan pada PT. Sierad Produce Tbk adalah sebagai berikut:

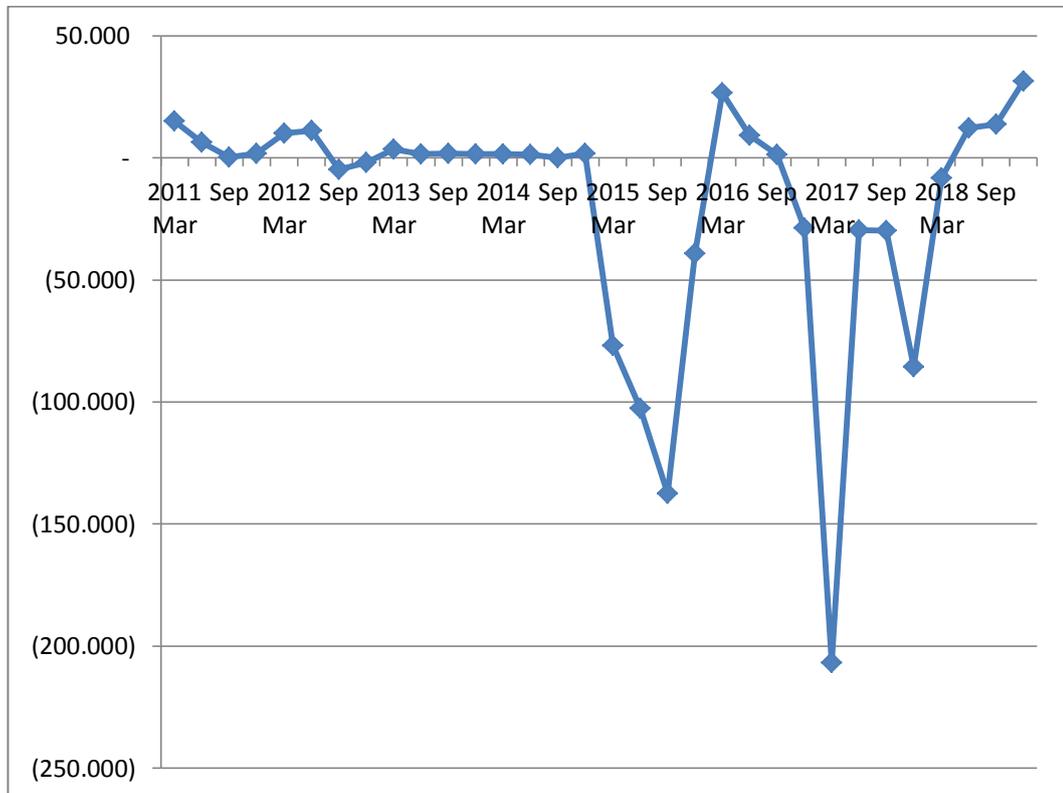
**Tabel IV.I**  
**Laba Bersih**  
**Maret 2011- Desember 2018**

Triwulan	2011	2012	2013	2014
Mar	15.043	10.179	3.506	1.561
Jun	6.419	11.294	1.621	1.332
Sep	240	-4.640	1.727	118
Des	1.750	-1.772	1.523	1.900
<b>Total</b>	<b>23.452</b>	<b>15.061</b>	<b>8.377</b>	<b>4.911</b>
Triwulan	2015	2016	2017	2018
Mar	-76.858	26.576	-206.713	-8.234
Jun	-102.537	9.295	-29.516	12.274
Sep	-137.432	1.470	-29.754	13.740
Des	-39.088	-28.743	-85.536	31.396
<b>Total</b>	<b>-355.915</b>	<b>8.598</b>	<b>-351.519</b>	<b>49.176</b>

Sumber: PT. Sierad Produce Tbk.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan mengalami fluktuasi dari tahun ketahun. Untuk melihat lebih jelas perkembangan volume penjualan, maka di buat grafik sebagaimana yang terdapat pada grafik dibawah ini:

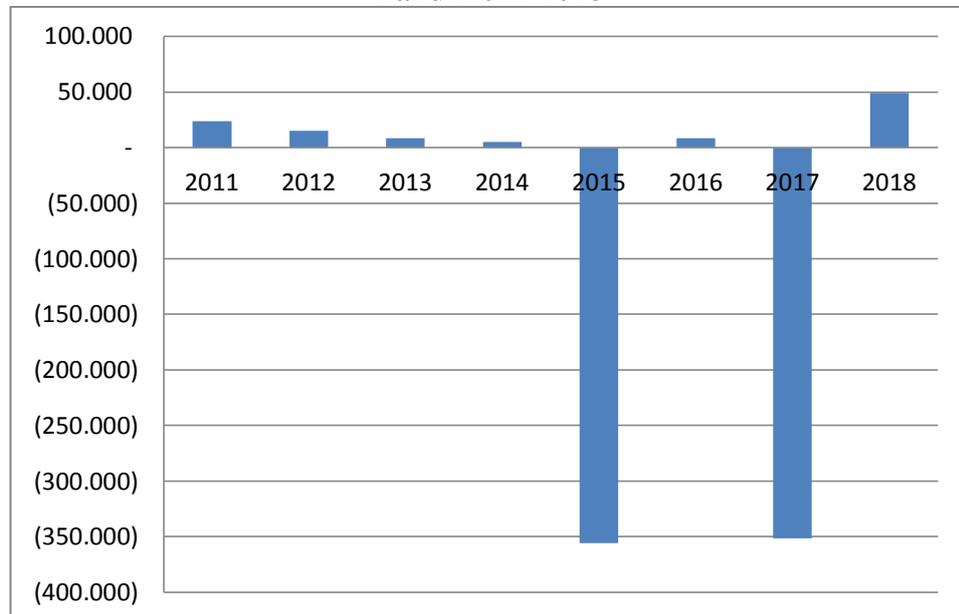
**Gambar IV. I**  
**Laba Bersih**  
**Maret 2011- Desember 2018**



Sumber: PT. Sierad Produce Tbk.

Berdasarkan gambar IV.I diatas dapat dilihat bahwa laba bersih dari maret 2011 sampai Desember 2018 terus mengalami fluktuasi. Secara lebih sederhana jumlah dari laba bersih dari tahun 2011 sampai 2018 dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

**Gambar IV.II**  
**Laba Bersih**  
**Tahun 2011-2018**



Sumber: PT. Sierad Produce Tbk.

Berdasarkan gambar IV.II di atas dapat dilihat bahwa laba bersih mengalami fluktuasi hal tersebut dapat dilihat pada tahun 2011 laba bersih sebesar Rp.23.452. pada tahun 2011 sampai 2012 laba bersih mengalami penurunan sebesar 83,91% atau sebesar Rp. 8.391. pada tahun 2012 sampai tahun 2013 laba bersih mengalami penurunan sebesar 66,84% atau sebesar Rp. 6.684. tahun 2013 sampai tahun 2014 laba bersih mengalami penurunan 34,66% atau sebesar Rp. 3.466. pada tahun 2015 sampai tahun 2015 laba bersih mengalami penurunan sebesar 3608,26% atau sebesar Rp. 360.826. pada tahun 2015 sampai 2016 laba bersih mengalami peningkatan sebesar 3345,13% atau sebesar Rp. 334.513. pada tahun 2016 sampai tahun 2017 laba bersih mengalami penurunan sebesar 3601,17% atau sebesar Rp.360.177.

pada tahun 2017 sampai tahun 2018 laba bersih mengalami peningkatan sebesar 446,95 atau sebesar Rp. 400.695.

## 2. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan penjualan bersih diperoleh perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. Data tingkat volume penjualan (X) dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan atau laporan laba rugi per triwulan dari Maret 2011 sampai Desember 2018. Volume penjualan pada PT. Sierad Produce Tbk adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. II**  
**Volume Penjualan**  
**Maret 2011 - Desember 2018**

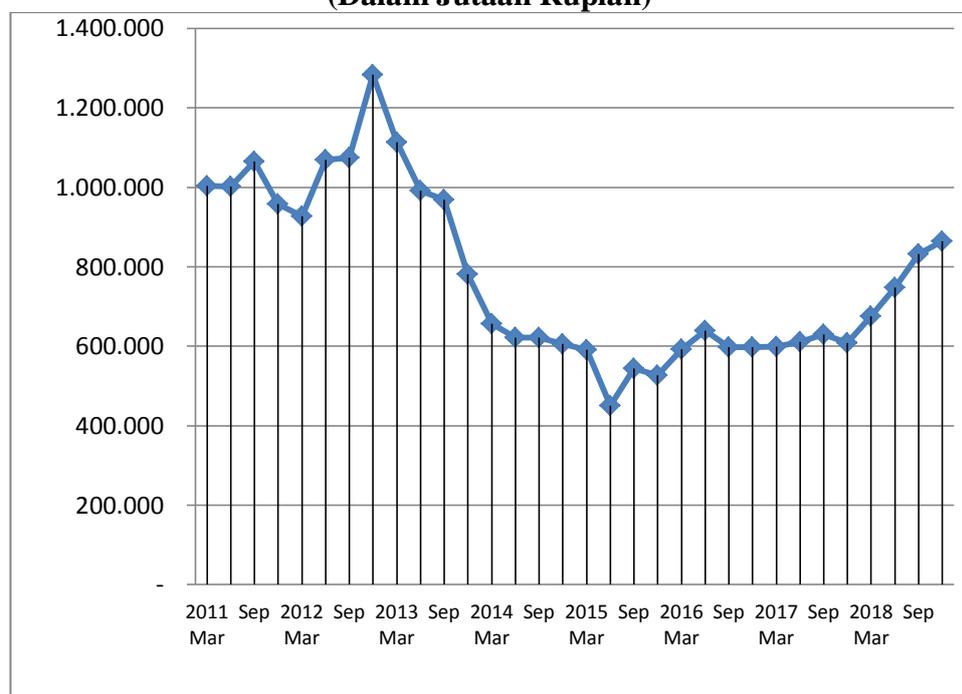
(Dalam Jutaan Rupiah)

Triwulan	2011	2012	2013	2014
Mar	1.003.326	926.993	1.112.810	656.660
Jun	1.002.409	1.069.518	991.442	621.299
Sep	1.065.856	1.074.316	969.311	622.322
Des	957.540	1.283.642	780.708	605.294
<b>Total</b>	<b>4.029.131</b>	<b>4.354.469</b>	<b>3.854.271</b>	<b>2.505.575</b>
Triwulan	2015	2016	2017	2018
Mar	590.535	592.909	599.073	676.149
Jun	450.918	638.961	611.570	747.985
Sep	544.811	597.552	630.575	831.920
Des	526.884	597.777	608.743	864.405
<b>Total</b>	<b>2.113.148</b>	<b>2.427.199</b>	<b>2.449.961</b>	<b>3.120.459</b>

Sumber: PT. Sierad Produce Tbk.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan mengalami fluktuasi dari tahun ketahun. Untuk melihat lebih jelas perkembangan volume penjualan, maka di buat grafik sebagaimana yang terdapat pada grafik dibawah ini:

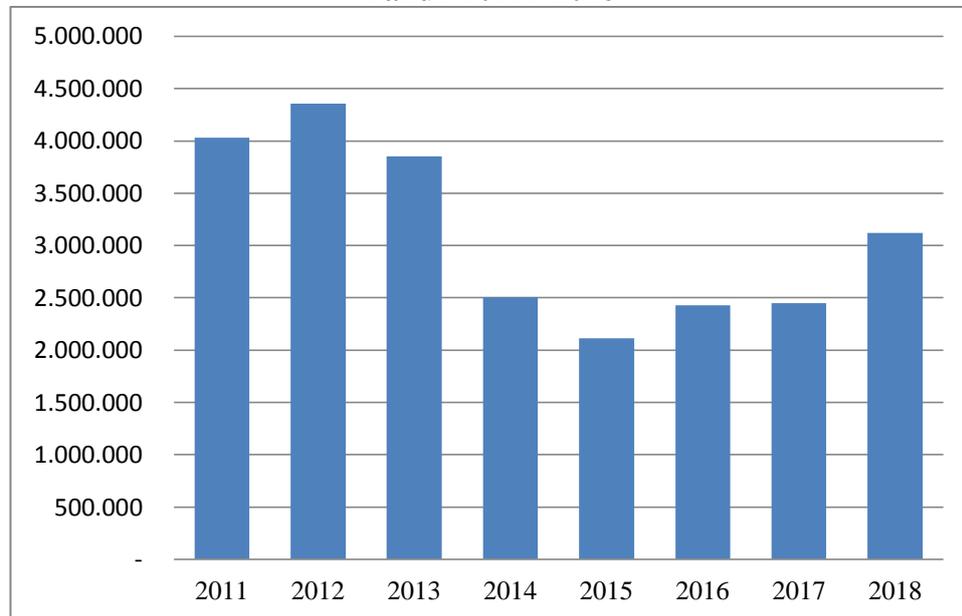
**Gambar IV. III**  
**Volume Penjualan**  
**Maret 2011- Desember 2018**  
**(Dalam Jutaan Rupiah)**



Sumber: PT. Sierad Produce Tbk.

Berdasarkan gambar IV.III diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan dari bulan maret 2011 sampai Desember 2018 terus mengalami fluktuasi secara lebih sederhana jumlah dari volume penjualan dari tahun 2011-2018 dapat dilihat dari diagram dibawah ini:

**Gambar IV. IV**  
**Volume Penjualan**  
**Tahun 2011-2018**



Sumber: PT. SieradProduce Tbk.

Berdasarkan gambar IV.IV di atas dapat dilihat bahwa Volume Penjualan mengalami fluktuasi hal tersebut dapat dilihat pada tahun 2011 Volume Penjualan sebesar Rp.4.029.131. pada tahun 2011 sampai 2012 Volume Penjualan mengalami peningkatan sebesar 3.253,38% atau sebesar Rp. 325.338. pada tahun 2012 sampai tahun 2013 Volume Penjualan mengalami penurunan sebesar 5.001,98% atau sebesar Rp. 500.198. pada tahun 2013 sampai tahun 2014 Volume Penjualan mengalami penurunan 13.486,96% atau sebesar Rp. 1.348.696. pada tahun 2014 sampai tahun 2015 Volume Penjualan mengalami penurunan sebesar 3.924,27% atau sebesar Rp. 392.427. pada tahun 2015 sampai 2016 Volume Penjualan mengalami peningkatan sebesar 3.140,57% atau sebesar Rp. 314.051. pada tahun

2016 sampai tahun 2017 Volume Penjualan mengalami peningkatan sebesar 227,62% atau sebesar Rp.22.762. pada tahun 2017 sampai tahun 2018 Volume Penjualan mengalami peningkatan sebesar 6.704,98% atau sebesar Rp. 670.498.

### **C. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT. Sierad Produce Tbk.**

Peneliti akan melakukan analisis secara statistik untuk menyatakan hubungan fungsional dengan mengidentifikasi volume penjualan sebagai variabel (X) dan laba bersih sebagai variabel (Y). Data pada penelitian ini diolah melalui program SPSS Versi 23.00 untuk mengestimasi variabel yang akan diamati dari model empiris yang telah ditetapkan. Setelah mendapat estimasi model tersebut, maka akan dilakukan uji statistik sebagai berikut:

#### **1. Uji Statistik Deskriptif**

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian dengan mengolah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan triwulan PT. Sierad Produce Tbk. Dari data tersebut peneliti menggunakan sampel sebanyak 32 triwulan (8 Tahun). Volume penjualan (X) merupakan ukuran aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kapasitas dalam satuan uang atau unit produk dimana manajemen akan berusaha untuk mempertahankan volume penjualan yang menggunakan kapasitas yang ada dengan sebaik mungkin. Laba bersih (Y) merupakan kelebihan seluruh mendapatkan

atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi. Data volume penjualan dan laba bersih diperoleh dari tahun 2011-2018. Kemudian data diolah dan digambarkan kedalam bentuk data triwulan dari Maret 2011 sampai Desember 2018.

Berdasarkan pada kerangka pikir yang telah dijelaskan sebelumnya, dimana semakin tinggi volume penjualan maka akan semakin berpengaruh terhadap laba bersih. Berikut ini output SPSS yang menggambarkan statistik deskriptif pada penelitian ini.

Tabel IV. III  
Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Volume Penjualan	32	450918,00	1283642,00	776694,1563	217342,6824
Laba Bersih	32	-137432,00	206713,00	-5763,2500	54223,30870
Valid N (listwise)	32				

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel diatas pada tabel tersebut terlihat bahwa N menyatakan jumlah sampel yang masing-masing berjumlah 32 bulan. Untuk nilai minimum Volume penjualan sebesar Rp. 450.918 dan laba bersih sebesar (Rp.137.432) untuk nilai maksimum volume penjualan sebesar Rp. 1.283.642 dan laba bersih sebesar Rp. 206.713 sedangkan rata-rata volume penjualan selama periode Maret 2011 sampai Desember 2018 adalah sebesar Rp. 776.694,15 dan laba bersih sebesar

(Rp. 5.763,25) untuk nilai standar deviasi volume penjualan adalah sebesar Rp. 217.342,68 dan laba bersih sebesar Rp. 54.223,30

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel data yang berasal dari populasi normal atau tidak.<sup>2</sup> Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS versi 23 dengan menggunakan *Kolmogorof-Sminov* pada taraf signifikan 0,05. Kriteria yang digunakan dalam uji normalitas ialah apabila hasil hitungan *Kolmogorof-Sminov* dengan dua sisi lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal.<sup>3</sup>

Tabel IV.IV  
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,73785346
Most Extreme Differences	Absolute	,160
	Positive	,160
	Negative	-,136
Test Statistic		,160
Asymp. Sig. (2-tailed)		,172 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output SPSS 23*

<sup>2</sup>Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016) hlm. 67.

<sup>3</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 67.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas dengan uji one sampel *Kolmogrof-Sminov*, nilai signifikansi (asyimp sig 2-tailed) untuk volume penjualan adalah 0,172 dan untuk laba bersih adalah 0,172. Oleh karena itu nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### 3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji analisis regresi sederhana pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.V  
Analisis Regresi Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,833	9,904		,589	,563
Lg10_X	-,374	1,677	-,051	-,223	,826

a. Dependent Variable: Lg10\_Y

Sumber: *Output*SPSS 23

Berdasarkan tabel VI.V dari analisis regresi sederhana pada tabel *Coeffisients* diatas, persmaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = a + b \text{ Volume Penjualan} + e$$

Sehingga:

$$\text{Laba Bersih} = 5,833 + -0,374 \text{ Volume Penjualan} + 9,904$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai kontanta sebesar Rp. 5,833 menunjukkan bahwa volume penjualan produksi 0 maka laba bersih sebesar Rp. 5,833
- b. Koefisien regresi Volume penjualan (X) sebesar -0,374. Ini menunjukkan bahwa jika variabel bebas (X) mengalami peningkatan sebesar Rp. 1, maka laba bersih akan mengalami peningkatan sebesar Rp. -0,374.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  atau kuadrat dari R yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>4</sup>

Nilai  $R^2$  ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel dependen Y dapat diterangkan oleh variabel independen X. Bila variasi nilai  $R^2 = 0$ , artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh variabel indevenden X sama sekali. Sementara itu, bila  $R^2 = 1$ , maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh  $R^2$ -nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu. Berikut ini hasil

---

<sup>4</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 142.

dari pengolahan data yang menggambarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini:

Tabel IV.VI  
Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,051 <sup>a</sup>	,003	-,050	,75702

a. Predictors: (Constant), Lg10\_X

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel model summary diatas dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat diketahui bahwa R Square sebesar 0,003 atau 0,3% artinya volume penjualan 0,3% berpengaruh terhadap laba bersih, sisanya di pengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## 5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ . Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut:<sup>5</sup>

- a.  $H_0$  diterima: Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau volume penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih.

<sup>5</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 145.

- b.  $H_0$  ditolak: Jika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima, dan  $H_0$  ditolak, atau volume penjualan memiliki pengaruh terhadap laba bersih

Sedangkan kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai probabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $P_{value} > level\ of\ signifikan\ (0,05)$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, atau volume penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.
- b. Jika  $P_{value} < level\ of\ signifikan\ (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, atau volume penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan hasil dari uji t serta tingkat signifikan kedua variabel.

Tabel IV.VII  
Uji t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,833	9,904		,589	,563
Lg10_X	-,374	1,677	-,051	-,223	,826

a. Dependent Variable: Lg10\_Y  
Sumber: *Output* SPSS 23

Berdasarkan hasil hipotesis (Uji t) pada tabel *Coefficients* diatas berikut hasil pengujiannya:

a. Merumuskan Hipotesis

$H_a$ : Volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih

$H_0$ : Volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

b. Menentukan  $t_{hitung}$

Berdasarkan hasil diatas yang didapat bahwa nilai dari  $t_{hitung}$  adalah -223

c. Menentukan  $t_{tabel}$

$t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = n - 2$  atau  $32 - 2 = 30$ , hasil yang diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 2,042

d. Kesimpulan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel volume penjualan memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel} = -0,223 < 2,042$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Jadi dapat disimpulkan bahwa volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Sierad Produce Tbk.

#### **D. Pembahasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan secara statistik dengan menggunakan program SPSS 23. Berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,223 < 2,042$ ) artinya volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Fifin Hidayanti, dengan judul Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional

Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016), dengan hasil penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Mike Tumanggor, dengan judul Pengaruh Biaya Operasional, Volume Penjualan, Modal Kerja dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih Perusahaan Sub Sektor Logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI, dengan hasil penelitian: Hasil penelitian menunjukkan volume penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Elsa Asriyanti dan Syafaruddin, dengan judul Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PT. Prisma Danta Abadi (Tahun 2014-2016), dengan hasil penelitian Volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Dewi, dengan judul Penjualan Kamar dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada Hotel Grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016, dengan hasil penelitian: Hasil penelitian menunjukkan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Budiastuti Fatkar, dengan judul Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya

Produksi Terhadap Laba Bersih pada PT. Indah Kiat Pulp and Paper Tbk Priode 2006-2015, dengan hasil penelitian: Volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantaranya keterbatasan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Keterbatasan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi penyerapan laba bersih. Dalam penelitian ini hanya membahas tentang volume penjualan yang mempengaruhi laba bersih, sedangkan banyak lagi faktor yang mempengaruhi laba bersih
2. Keterbatasan mengambil data dan dalam penelitian ini yang berbentuk data skunder, dimana peneliti hanya mengambil data sepelunya saja.

Dalam keterbatasan yang peneliti hadapi dalam penelitian ini. Tidak mengurangi semangat peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Segala dukungan telah peneliti dapatkan dari berbagai pihak baik itu orang tua, dosen pembimbing. Dan sahabat dalam penyelesaian skripsi ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Sierad Produce Tbk dengan judul penelitian “Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk” maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara volume penjualan terhadap laba bersih. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa volume penjualan dan laba bersih memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel} = (-0,223 < 2,043)$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh antara volume penjualan terhadap laba bersih.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditentukan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Sierad Produce Tbk diharapkan mampu menyeimbangkan volume penjualan guna untuk meningkatkan laba bersih yang lebih besar demi kemajuan dan kesejahteraan perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai volume penjualan terhadap laba bersih, disarankan untuk memasukkan bagian variabel-variabel lain yang mempengaruhi variabel keduanya seperti biaya operasional, harga jual, promosi, strategi pemasaran, persediaan bahan baku dan variabel lainnya agar mampu

menegembangkan penelitian dan memberikan ilmu, pengalaman, wawasan yang lebih luas mengenai penelitian ini.

3. Bagi Insitut Agama Islam Nergi Padangsidimpuan agar selalu menambah buku untuk bahan referensi ataupun teori-teori yang terkait mengenai penelitian pengaruh volume penjuala terhadap laba bersih agar peneliti selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf Ibrahim Abdullah, *Kamus Akuntansi Edisi Dua*, Jakarta: PT. Mario Grafika, 1993.
- Azhar Susanto, *Sistem Informasi Akuntansi 1 Edisi 8*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Basu Swasta & Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Moderen Edisi Tiga*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modren Eidisi Ke-1*, Jakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005.
- Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1989.
- Budi Raharjo, *Memahami Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komonikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* Jakarta: Kencana, 2006.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, CV. Andi: Andi, 2014.
- Erni Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi pertama* , Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Fitri Rahmadana, *SPAA 12, 0 for Windows: Panduan Praktis Analisis Data Skripsi dan Tesis*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2006.
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*, Jakarta: PT. Elex Media Koputindo, 2016.

- Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi Edisi 6*, Yogyakarta: Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005.
- Hendro, *Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Jakarta: Empat, 2000.
- Horngen, Datar & Foster, *Akuntansi Biaya dengan Penekanan Manajerial Edisi 12 jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- J. Supranto, *Ekonomitri Buku Satu*, Ghalia Indonesia: Warung Nangka, 2005.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Prenada Media, 2011.
- Jumigan, *Analisis Laporan Keuangan* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.
- Kasmir,, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2019.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Mulyadi, *Sistem Akuntansi Edisi Ke*, Jakarta: Selemba Empat, 2001.
- Murti Sumarni & Jhon Soe Prihanto, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003.
- Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003.
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Yrama Widya, 2011.
- Philip Kotler Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisis 13 Jilid 1*, Jakarta: PT. Indeks, 2013.
- Rosady Rusdan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2003.

- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Soemarso SR, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 234.
- Sofyan Safri Harahap, *Teori Akuntansi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sujana Ismaya, *Kamus Akuntansi*, Bandung: Pustaka Grafika, 2006.

#### **JURNAL**

- Elsa Asriyanti, syafaruddin, “Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Profitabilitas”, dalam *Jurnal Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, Maret 2017.
- Budiastututi Fatkar, “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No. XXXIV, 2016.
- Kadek Marlita Dewi, “Pengaruh Penjualan Kamar dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih, dalam *Jurnal Pendidikan ekonomi*, Vol. 10, No. 2, 2017.
- Rizki Risyana, Leny Suzan, “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih, dalam *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No. 2, Agustus 2018

#### **DAFTAR BACAAN LAIN**

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Al-Jumanatul “Ali ART, 2004.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : SITI HAIRANI SIREGAR
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Bulusonik, 21 Januari 1998
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Desa Bulusonik, Kabupaten Padang Lawas,  
Provinsi Sumatera Utara.
6. Email : sitihairani2233@gmail.com
7. No Handphone : 0822 7150 1763

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD Negeri 101150 Lembah Binubu (2004-2009)
2. MTs.S Darul 'Adalah (2009-2012)
3. Madrasah Aliyah Negeri Sibuhuan (2012-2015)
4. Insitut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (2015-2019)

## LAMPIRAN

### Volume Penjualan dan Laba Bersih pada PT. Sierad Produce Tbk (SIPD) (Disajikan Dalam Rupiah)

Tahun	Lab a Bersih	Volume Penjualan
2011	23.452.266.464	4.029.131.023.628
2012	15.061.473.532	4.354.469.720.627
2013	8.337.508.652	3.854.271.748.057
2014	2.064.055.454	2.505.575.102.503
2015	(362.030.918.107)	2.113.148.210.101
2016	13.048.780.927	2.427.199.000.000
2017	(354.922.000.000)	2.449.961.000.000
2018	25.934.000.000	3.120.459.000.000

### Volume Penjualan Maret 2011 - Desember 2018

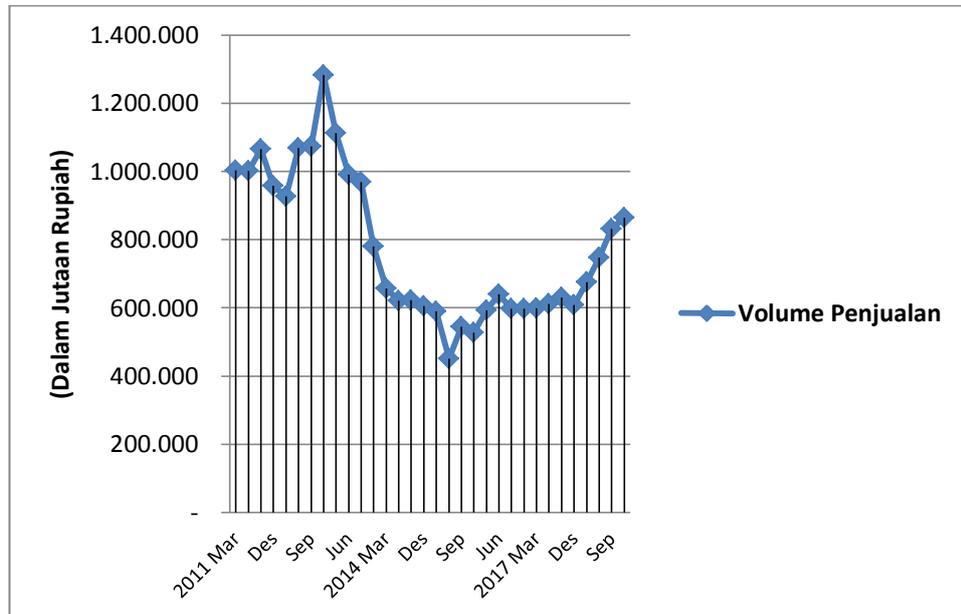
(Dalam Jutaan Rupiah)

Triwulan	2011	2012	2013	2014
Mar	1.003.326	926.993	1.112.810	656.660
Jun	1.002.409	1.069.518	991.442	621.299
Sep	1.065.856	1.074.316	969.311	622.322
Des	957.540	1.283.642	780.708	605.294
<b>Total</b>	<b>4.029.131</b>	<b>4.354.469</b>	<b>3.854.271</b>	<b>2.505.575</b>
Triwulan	2015	2016	2017	2018
Mar	590.535	592.909	599.073	676.149
Jun	450.918	638.961	611.570	747.985
Sep	544.811	597.552	630.575	831.920
Des	526.884	597.777	608.743	864.405
<b>Total</b>	<b>2.113.148</b>	<b>2.427.199</b>	<b>2.449.961</b>	<b>3.120.459</b>

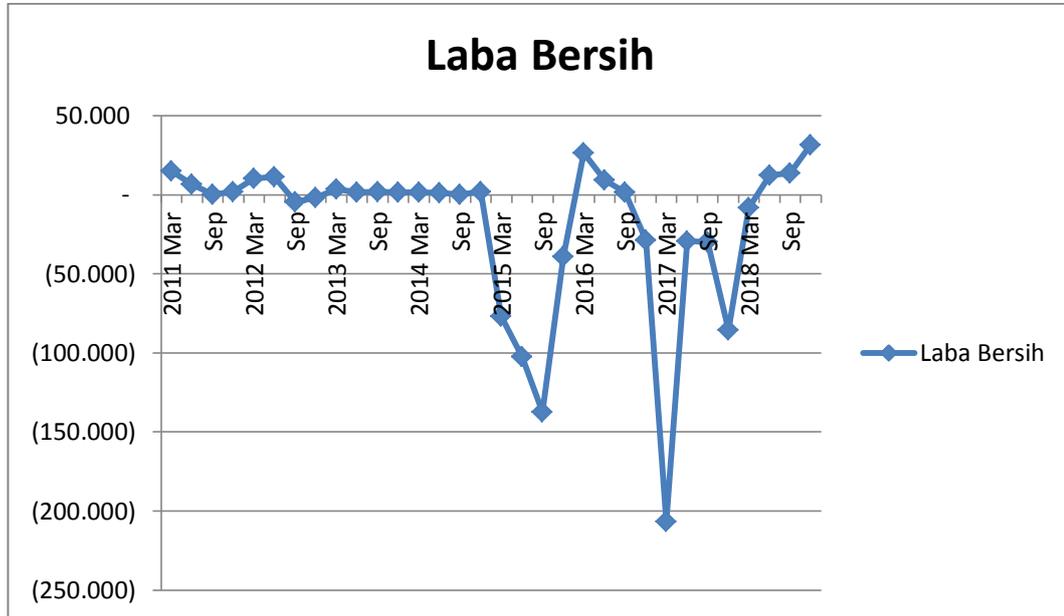
**Laba Bersih**  
**Maret 2011- Desember 2018**

Triwulan	2011	2012	2013	2014
Mar	15.043	10.179	3.506	1.561
Jun	6.419	11.294	1.621	1.332
Sep	240	-4.640	1.727	118
Des	1.750	-1.772	1.523	1.900
<b>Total</b>	<b>23.452</b>	<b>15.061</b>	<b>8.377</b>	<b>4.911</b>
Triwulan	2015	2016	2017	2018
Mar	-76.858	26.576	-206.713	-8.234
Jun	-102.537	9.295	-29.516	12.274
Sep	-137.432	1.470	-29.754	13.740
Des	-39.088	-28.743	-85.536	31.396
<b>Total</b>	<b>-355.915</b>	<b>8.598</b>	<b>-351.519</b>	<b>49.176</b>

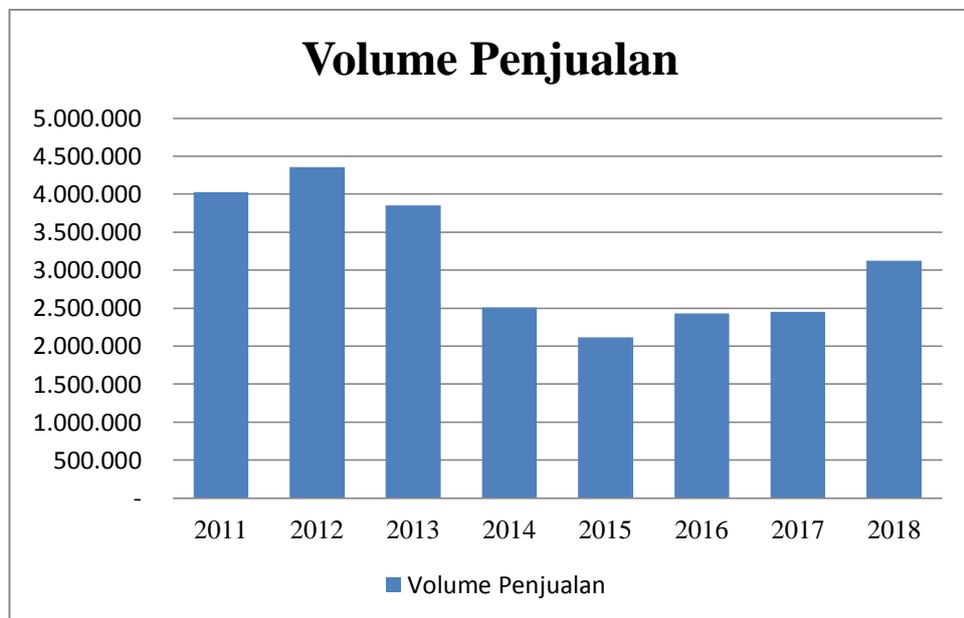
**Volume Penjualan**  
**Maret 2011- Desember 2018**



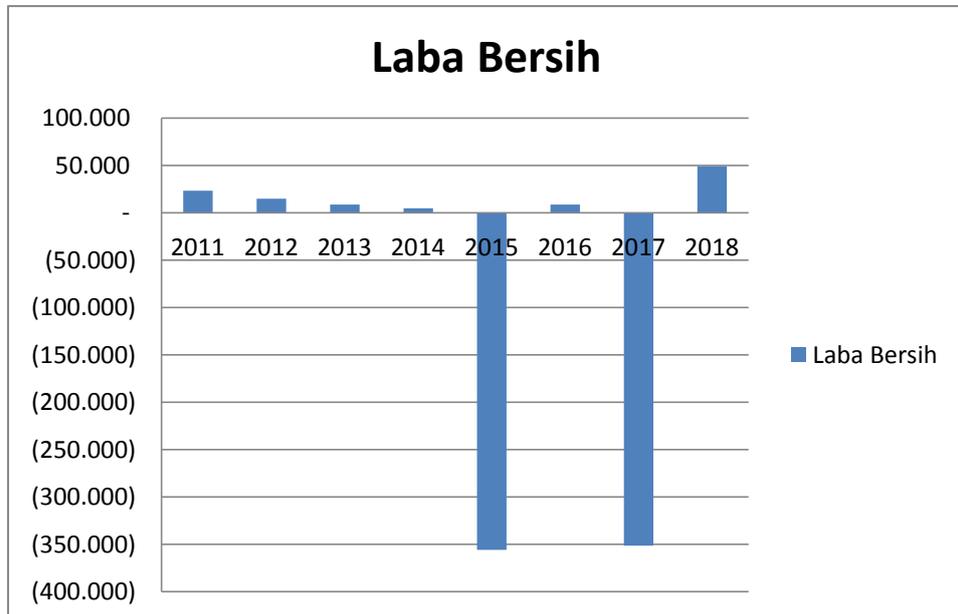
**Laba Bersih**  
**Maret 2011- Desember 2018**



**Volume Penjualan**  
**Tahun 2011-2018**



**Laba Bersih  
Tahun 2011-2018**



**Uji Deskriptif**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Volume Penjualan	32	450918,00	1283642,00	776694,1563	217342,6824
Laba Bersih	32	-137432,00	206713,00	-5763,2500	54223,30870
Valid N (listwise)	32				

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,73785346
Most Extreme Differences	Absolute	,160
	Positive	,160
	Negative	-,136
Test Statistic		,160
Asymp. Sig. (2-tailed)		,172 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

## Analisis Regresi Sederhana

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,833	9,904		,589	,563
	Lg10_X	-,374	1,677	-,051	-,223	,826

- a. Dependent Variable: Lg10\_Y

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,051 <sup>a</sup>	,003	-,050	,75702

- a. Predictors: (Constant), Lg10\_X

## Uji t

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,833	9,904		,589	,563
Lg10_X	-,374	1,677	-,051	-,223	,826

a. Dependent Variable: Lg10\_Y