

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1. Sejarah PT. X

Perusahaan memulai usahanya dengan menjual produk makanan ringan dan minuman disaat krisis moneter pada tahun 1997. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Usep Saepudin. Pada tahun 2009 perusahaan ini ditunjuk oleh beberapa *principle* besar di Indonesia untuk menjadi perusahaan distribusinya di wilayah sukabumi dan sekitarnya. Demi meningkatkan kepercayaan dan tuntutan dari para *Principal* dan para Distributor sebagai mitra bisnisnya, didirikanlah Perusahaan baru lainnya pada tahun 2011 dengan nama **PT. X**.



Gambar 1.1 Gudang PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

Mengawali area distribusinya di wilayah selatan Sukabumi dan selatan Cianjur. Hingga saat ini area distribusinya sudah tersebar di semua distrik/kecamatan Kodya Sukabumi, Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Cianjur. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Area Distribusi PT. X

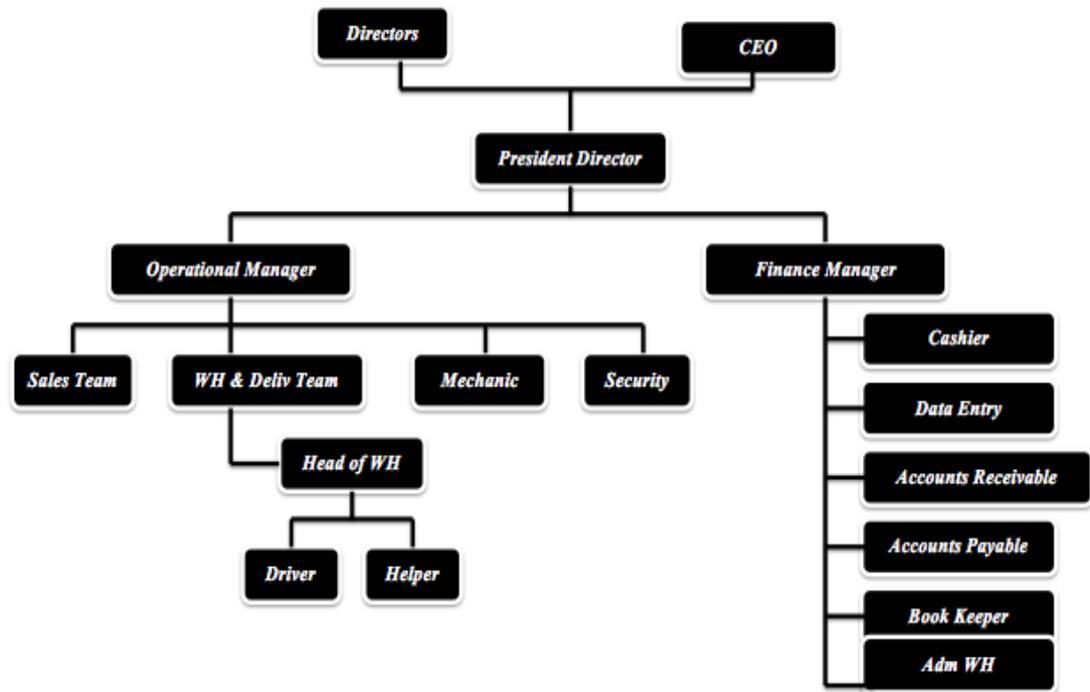
Kodya Sukabumi	Kabupaten Sukabumi	Kabupaten Cianjur
Baros, Cikole, Citamiang, Warudoyong, Lembursitu, Cibeureum, Gunungpuyuh	Bantar Gadung, Bojong Genteng, Caringin, Ciambar, Cibadak, Cibitung, Cicantayan, Cicurug, Cidadap, Cidahu, Cidolog, Ciemas, Cikakak, Cikembar, Cikidang, Cimanggu, Ciracap, Cireunghas, Cisaat, Cisolok, Curug Kembar, Gegerbitung, Gunung guruh, Jampang kulon, Jampang tengah, Kabandungan, Kadudampit, Kalapanunggal, Kebonpedes, Kalibunder, Lengkong, Nagrak, Nyalindung, Pabuaran, Pelabuhanratu, Parakan salak, Parungkuda, Purabaya, Sagaranten, Simpenan, Sukalarang, Sukabumi, Sukaraja, Surade, Tegal buleud, Waluran, Warung Kiara.	Agrabinta, Bojongpicung, Campaka, Campaka Mulya, Cianjur, Cibeber, Cibinong, Cidaun, Cijati, Cikadu, Cipanas, Ciranjang, Gekbrong, , Karangtengah, Leles, , Pagelaran, Sindangbarang, Sukanagara, Sukaresmi, Takokak, Tanggeung, Warung kondang.

Sumber: Data PT. X, 2017

Area distribusi yang cukup luas tersebut PT. X memiliki ± 700 Register *Outlet* aktif yang terus *terupdate* dan terus akan dikembangkan. Di usianya yang semakin bertambah PT. X berusaha mengokohkan diri sebagai penyedia produk terbaik dan terlengkap sesuai dengan slogan *Only The Best Product* dengan mengangkat tinggi nilai-nilai yang dijanjikan yaitu *Quality, Integrity, Commitment, Performance, Value, dan Trust*. Untuk itu di dalam kategori yang disebutkan dalam slogan tersebut, PT. X memilih untuk bersaing dan tetap menjadi yang terbaik, oleh karena itu PT. X tidak henti-hentinya terus meningkatkan sumber daya manusia dan pelayanan guna memenuhi kepuasan terhadap konsumen-konsumennya.

1.1.2. Struktur Organisasi PT. X

Dapat dilihat pada gambar 1.2 merupakan Struktur Organisasi PT. X



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

1.1.3. Logo PT. X

Berikut ini merupakan Logo PT. X dapat dilihat pada gambar 1.3



Gambar 1.3 Logo PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

1.1.4. Visi dan Misi PT. X

Adapun visi dan misi PT. X adalah:

Visi : Menjadi Perusahaan Distributor terbaik dalam layanan, kinerja serta jaringan distribusi yang luas dan siap menghadapi tantangan dalam kompetisi global dengan bertumpu pada kemampuan sendiri.

Misi :

- Pengelolaan perusahaan secara professional, efektif dan efisien yang berorientasi kualitas produk dan pelayanan kepada semua pelanggan.
- Membangun kompetensi perusahaan yang inovatif dan mampu serta unggul dalam menghadapi persaingan.
- Menerapkan Standard Operating Prosedur yang tepat guna sebagai landasan untuk menghasilkan hasil kerja yang optimal.

1.2 Latar Belakang Penelitian

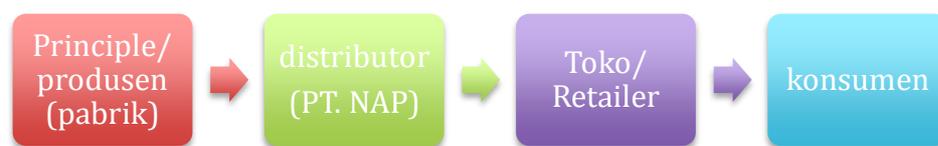
Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu yang termasuk ke dalam sektor industri barang konsumsi. Sektor ini merupakan salah satu sektor yang dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia, selain itu tingkat konsumsi masyarakat terhadap barang yang dihasilkan dalam industri tersebut sudah menjadi kebutuhan dan relatif tidak berubah, baik kondisi perekonomian membaik maupun memburuk. Berdasarkan data kementerian perindustrian industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 8,15% pada tahun 2017. (*sumber: www.neraca.co.id*, diakses pada tanggal 15 Januari 2018).

Pertumbuhan industri makanan dan minuman tersebut juga tidak terlepas dari peranan sektor distribusi. Menurut Yansyach (2014) mengemukakan bahwa distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian produk dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaan sesuai dengan yang di perlukan. Dengan kata lain seorang atau sebuah perusahaan distributor merupakan perantara yang menyalurkan produk dari pabrikan (*manufacturer*) ke pengecer (*retailer*). Setelah suatu produk dihasilkan oleh pabrik, produk tersebut dikirimkan (dan biasanya sekaligus dijual) ke suatu distributor.

Dalam perusahaan distribusi terdapat istilah saluran distribusi. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:159), saluran distribusi adalah semua organisasi yang saling terkait dalam menyampaikan produk dari produsen sampai dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir. Artinya, saluran distribusi ini merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa.

Salah satu perusahaan distribusi yang akan penulis bahas adalah PT. X. perusahaan ini merupakan *wholesaler* atau pedagang besar. *Wholesaler* atau pedagang besar ini dibutuhkan oleh *principle* atau produsen (pabrik) untuk melakukan penyebaran produknya. Dimana perusahaan hanya ini melayani pedagang eceran yang membeli barang dagangnya dengan jumlah besar lalu menjualnya kembali ke konsumen.

Berikut ini merupakan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. X dapat dilihat pada gambar 1.4



Gambar 1.4 Alur Distribusi PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

Dari gambar 1.4 dapat dilihat bahwa PT. X berada di jalur ke dua yang merupakan menyebar produk pertama langsung dari pabrik. Jalur distribusi ini menjadi penting untuk suatu perusahaan distributor, karena saluran distribusi merupakan salah satu penentu bagi keberhasilan pemasaran hasil produksi suatu perusahaan. Semakin banyaknya para pesaing yang bermunculan maka perusahaan perlu membenahi diri terutama membenahi dalam saluran distribusinya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dan perusahaan juga di harapkan mampu bertahan dalam dunia usaha atau dunia bisnis.

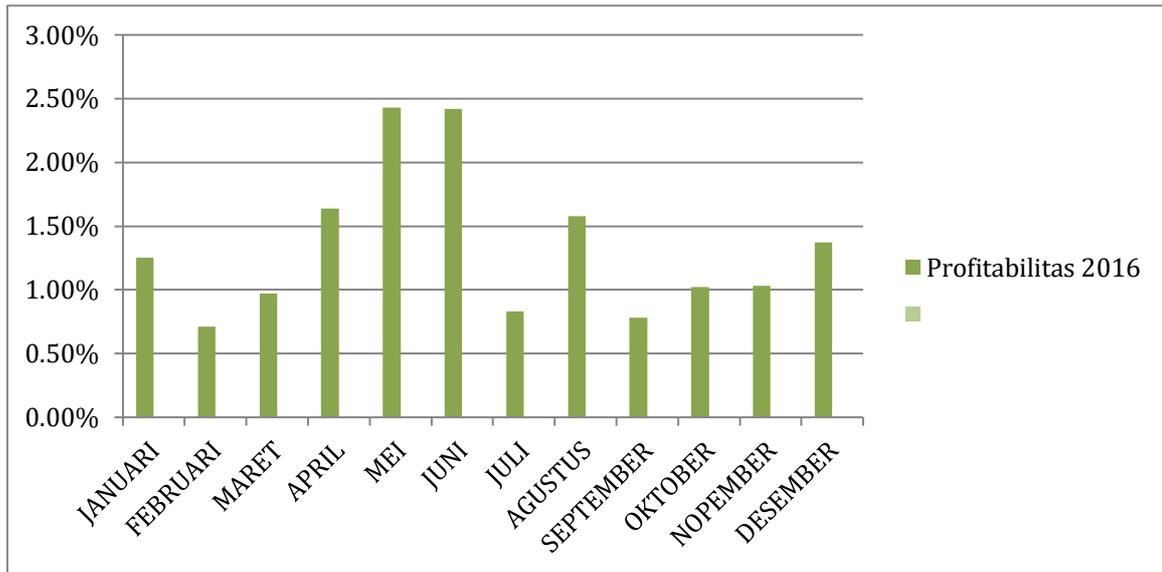
PT.X telah bergerak di bidang distribusi selama 19 tahun. Dalam hal ini perusahaan telah berkecimpung di dunia distribusi dengan waktu yang cukup lama. Oleh sebab itu PT. X memiliki area distribusi yang terbilang cukup luas, dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan distribusi lain yang ada di kota Sukabumi. PT. X memiliki \pm 700 register *outlet* aktif yang mayoritasnya berada di pedalaman atau daerah kabupaten sukabumi. Salah satunya adalah daerah palabuhanratu yang dapat dikatakan sebagai “ibu kota” kabupaten terluas se-Jawa Barat dengan luas wilayah 3.934,47 km (*sumber:* www.kompasiana.com). Dalam hal ini PT. X telah merambah ke sebagian besar *outlet* diwilayah tersebut sehingga untuk

mengetahui perkembangan perusahaannya, PT. X selalu berusaha mengelola usahanya dengan baik, dengan cara meningkatkan pelayanan guna memenuhi kepuasan terhadap *outlet-outlet* tersebut. Dengan kata lain PT. X dapat melihat juga peluang pasar untuk mendistribusikan produknya agar area distribusinya semakin luas dan terus berkembang sesuai dengan visi PT. X yaitu menjadi perusahaan distributor terbaik dalam layanan, kinerja, serta jaringan distribusi yang luas dan siap dalam menghadapi tantangan dalam kompetisi global dengan bertumpu pada kemampuan sendiri. Hal ini disampaikan oleh bapak Usep selaku *owner* PT. X saat wawancara pada hari Senin tanggal 7 Agustus 2017.

Disamping PT. X telah memiliki area penjualan yang tersebar luas, perusahaan dapat memanfaatkan peluang ini untuk mengumpulkan informasi dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk pandai dalam menentukan harga jualnya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Abdul halim dan Bambang Supomo dalam penelitian Yunita (2016) yang menyatakan bahwa dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan karena tujuan didirikannya suatu perusahaan salah satunya adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dari hasil wawancara dengan manager keuangan PT. X bahwa, Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai dan diukur dengan menghubungkan antara laba bersih atau pendapatan setelah bunga dan pajak yang diperoleh dari kegiatan perusahaan dengan penjualan yang telah dicapai oleh suatu perusahaan. Kasmir (2013:196) mengatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu rasio dari beberapa rasio keuangan. Dimana rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Dengan rasio ini, dapat juga mengukur pendapatan dari periode sebelumnya ke periode selanjutnya. Sekaligus memberikan gambaran apakah perusahaan tersebut mampu atau tidak menggunakan sumber daya perusahaan dengan maksimal atau sebaliknya. Oleh sebab itu Perkembangan profitabilitas perusahaan diperlukan untuk mengukur kemampuan perusahaan terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Dalam hal ini penulis memproksikannya dengan menggunakan *Net Profit Margin*, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Iin Fitri (2016).

Berikut merupakan Profitabilitas PT. X dalam kurun waktu 2 tahun dapat dilihat pada gambar 1.5



Gambar 1.5 Profitabilitas Perusahaan

Sumber: Data PT. X, 2016-2017

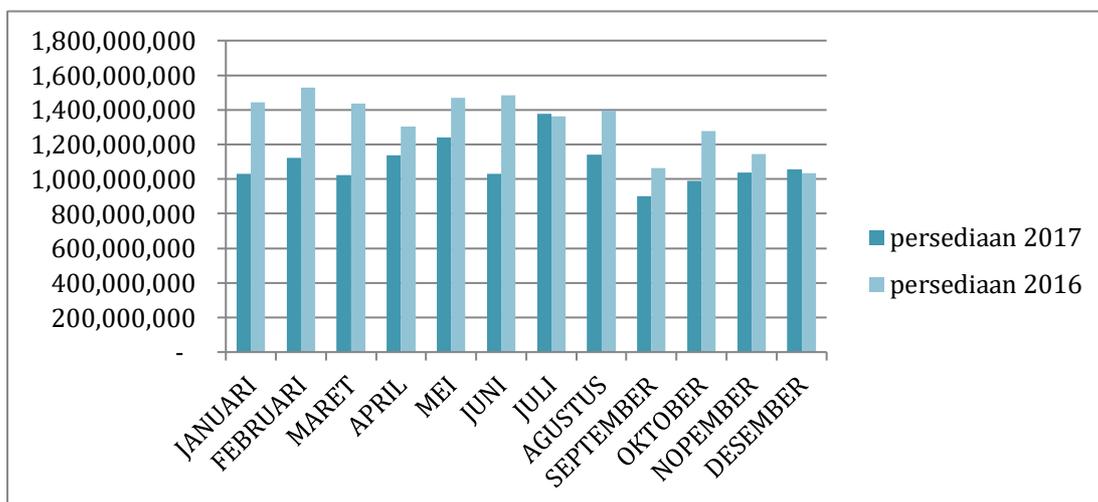
Dari gambar 1.5, dapat disimpulkan bahwa:

1. Profitabilitas terendah terjadi pada bulan Februari 2016 yaitu sebesar 0,71% sedangkan pada tahun 2017 terjadi di bulan Oktober sebesar 0,72%.
2. Profitabilitas tertinggi terjadi pada bulan Mei 2016 sebesar 2,43% dan hanya turun 1% menjadi 2,42% pada bulan Juni 2016. Sedangkan pada tahun 2017 terjadi di bulan Maret sebesar 1,59% dan mengalami penurunan 2% menjadi 1,57% pada bulan april.
3. Pada bulan Juli 2016 profitabilitas perusahaan megalami penurunan drastis dari bulan sebelumnya yaitu sebesar 1,59%. Sedangkan pada tahun 2017 penurunan sebesar 0,77% terjadi di bulan Juni.
4. Profitabilitas perusahaan pada kurun waktu 2 tahun mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan dan tidak terkontrol.

Dalam hal ini kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit atau keuntungan adalah kunci keberhasilan. Namun berhasil tidaknya perusahaan dalam mencari profit atau keuntungan dan mempertahankan perusahaannya tergantung pada perusahaan yang dapat mengatur keuangannya dan juga memiliki profitabilitas yang baik (Kasmir:2013:5)

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan PT. X, penurunan dan kenaikan tingkat profitabilitas perusahaan sebagaimana tampak pada Gambar 1.5 tersebut diatas, disebabkan karena penurunan dan kenaikan perputaran persediaan barang (*stock*) dan juga karena penurunan dan kenaikan perputaran piutang perusahaan. Menurutnya, hal yang penting dalam distribusi adalah persediaan barang atau (*stock*). Karena sebagian besar kekayaan perusahaan tertanam dalam persediaan. Jadi, setiap perusahaan harus dapat memperkirakan jumlah persediaan yang dimilikinya. Persediaan yang dimiliki oleh perusahaan tidak boleh terlalu banyak dan juga tidak boleh sedikit karena akan mempengaruhi biaya yang akan dikeluarkan untuk biaya tersebut agar dapat menjaga ketersediaan produk atau menjaga *stock* barang ditujukan agar setiap saat dibutuhkan oleh konsumen yang bersangkutan dapat diperoleh dengan mudah dan cepat.

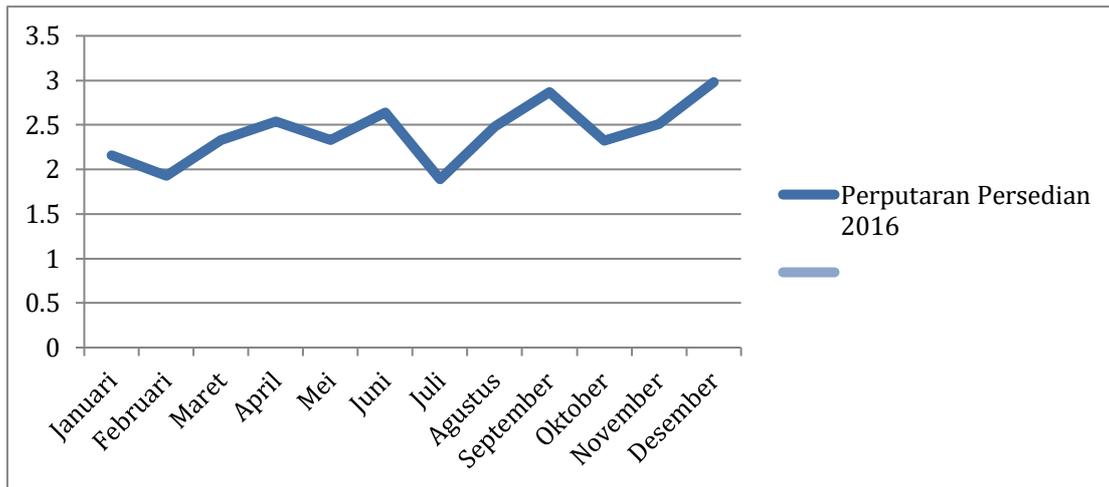
Menurut Murhadi (2013:19) persediaan sebagai bagian dari aktiva lancar yang likuid dan penting setelah piutang maka dari itu peran persediaan sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan terutama pada perusahaan distribusi. Berikut ini merupakan gambar persediaan barang (*stock*) dalam kurun waktu 2 tahun dapat dilihat pada Gambar 1.6 dan berikut ini.



Gambar 1.6 Persediaan Barang PT. X

Sumber: Data PT. X, 2016-2017

Kondisi perputaran persediaan PT. X periode 2016-2017 dapat dilihat pada gambar 1.7 dibawah ini.



Gambar 1.7 Kondisi Perputaran Persediaan PT. X

Sumber: Olah Data Penulis

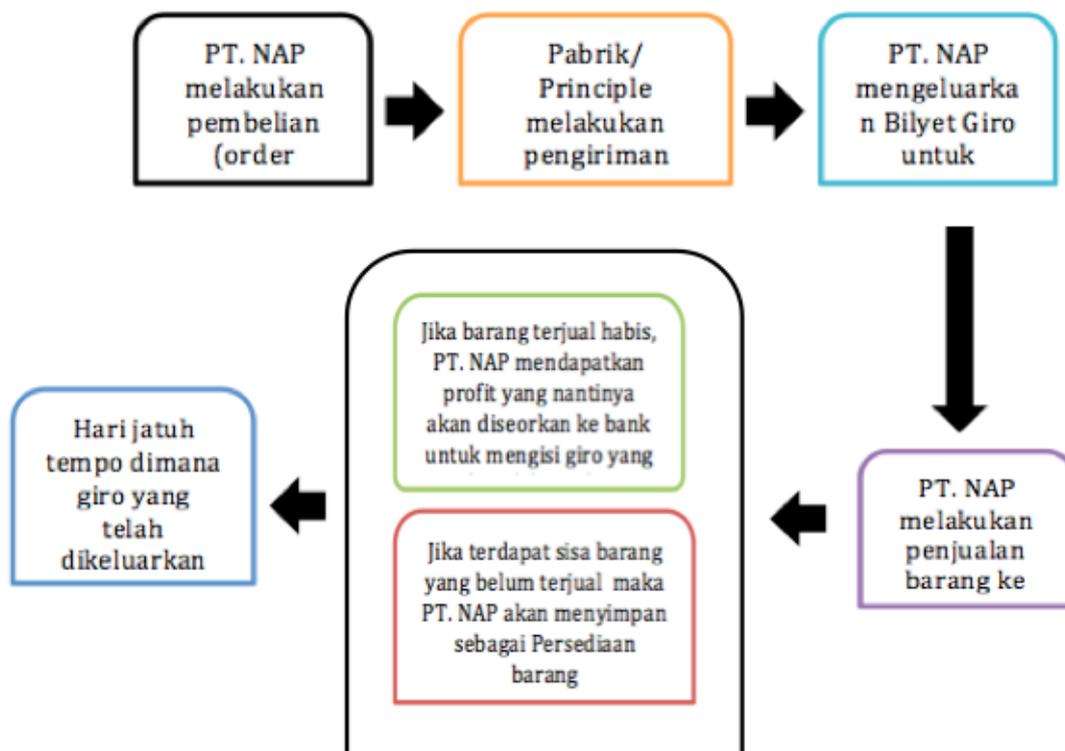
Dari gambar 1.6 dan 1.7 dapat dilihat bahwa kondisi persediaan PT. X berada dalam kondisi fluktuatif. Dalam hal ini perusahaan menerapkan metode *Just In Time*. Seperti apa yang di kemukakan oleh Mursyidi dalam penelitian Ghifar (2016) yang menyatakan bahwa *Just In Time* menggambarkan manajemen persediaan yang menghendaki suatu pembelian barang dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Manajemen persediaan dilakukan secara cepat dan tepat waktunya, sehingga tidak ada barang yang menumpuk di gudang. Pernyataan ini sesuai dengan apa yang di aplikasikan oleh PT. X dimana dalam melakukan penyediaan barang dagangnya ditentukan oleh daya beli konsumen yang dapat diketahui dengan cara melihat *track record* bulan sebelumnya. Dengan hal ini perusahaan dapat memperkirakan jumlah persediaan barangnya agar tetap terjaga.

Pengelolaan persediaan merupakan suatu pekerjaan yang sulit, dimana kesalahan dalam menentukan tingkat persediaan dapat berakibat fatal. Raharjaputra dalam penelitian Sufiana dan Purnawati (2013) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat perputaran persediaan, kemungkinan semakin besar perusahaan akan memperoleh keuntungan, begitu pula sebaliknya, jika tingkat perputaran persediaannya rendah maka kemungkinan semakin kecil perusahaan akan memperoleh keuntungan. Sedangkan Murhadi (2013:76) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat perputaran persediaan akan memperkecil resiko terhadap kerugian yang disebabkan karena penurunan harga atau karena perubahan selera konsumen, disamping itu akan menghemat ongkos penyimpanan dan pemeliharaan terhadap

persediaan tersebut.

Sama halnya, dengan kondisi persediaan barang yang juga akan dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas pada bulan sebelumnya. Jika profitabilitas sebelumnya sedikit, maka akan mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pembelian barang yang banyak untuk persediaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan dipengaruhi oleh kondisi perputaran persediaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Nina Sufianan (2012) dan Qurotul Ainiyah (2016) yang menyatakan bahwa tingkat perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berikut merupakan alur pembelian barang dapat dilihat pada gambar 1.8 dibawah ini.



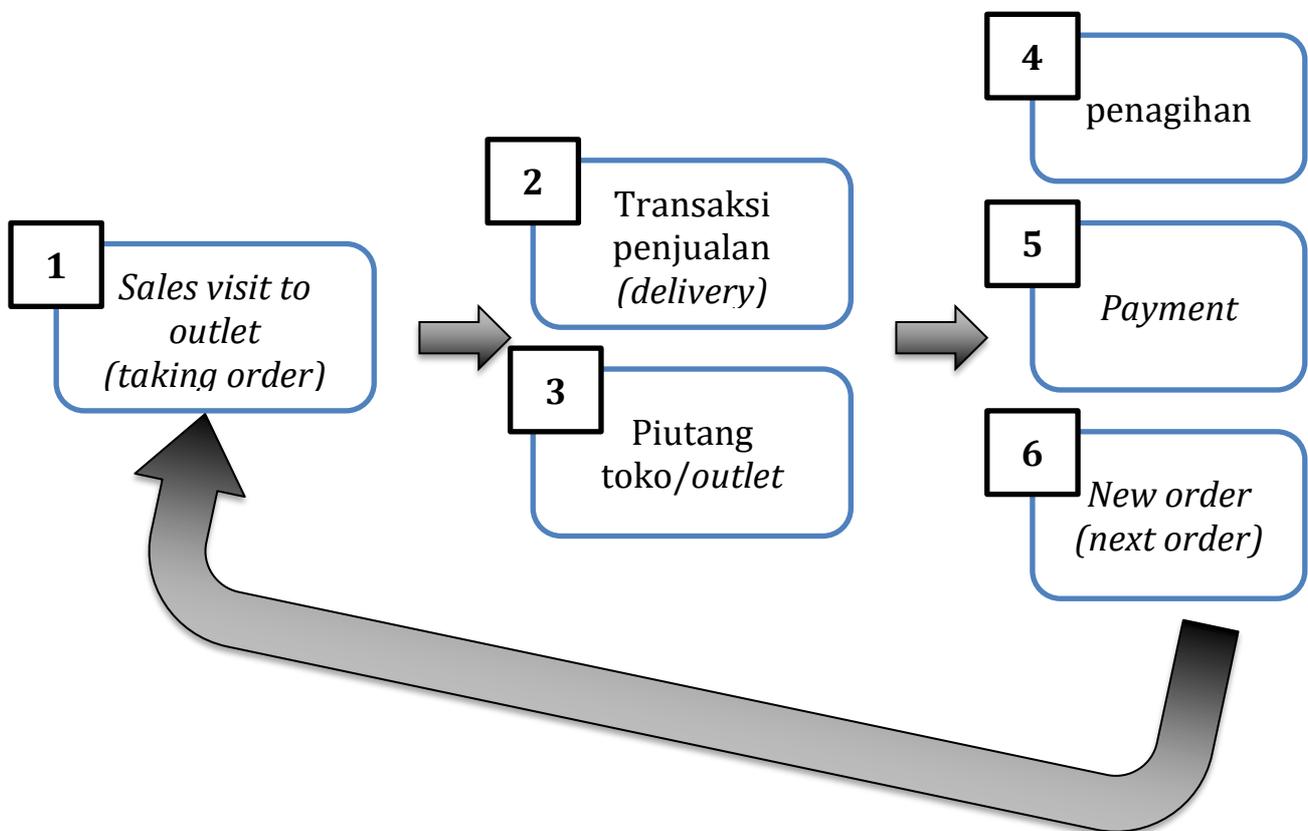
Gambar 1.8 Pembelian Barang PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

Dari gambar 1.8, dapat di lihat bahwa alur pembelian barang hingga terciptanya (*stock*) atau persediaan PT. X menggunakan sistem pembayaran secara kredit ke pabrik atau *principle*. Metode ini sangat membantu dan mendukung pendistribusian barang yang dilakukan PT. X, yaitu menjual barang-barangnya dengan sistem kredit juga ke toko pelanggan atau konsumen dengan Term of Payment

(TOP) antara 14 – 30 hari. Hasil penagihan piutang toko tersebut yaitu *income* atau pendapatan yang masuk ke dalam bagian kas, disetorkan ke bank dan dipersiapkan untuk membayar *invoice* pembelian barang yang akan jatuh tempo, baik itu melalui transfer ataupun dengan bilyet giro yang sudah diberikan sebelumnya. PT. X melakukan penjualan dengan kredit setelah mengevaluasi dan menetapkan apakah toko tersebut layak diberi fasilitas pembelian kredit atau tidak, dan menentukan limit kredit toko tersebut. Penjualan secara kredit menimbulkan piutang yang mana piutang merupakan komponen *asset* lancar yang paling likuid setelah kas atau bank.

Berikut merupakan alur terjadinya transaksi dapat dilihat pada gambar 1.9 dibawah ini.



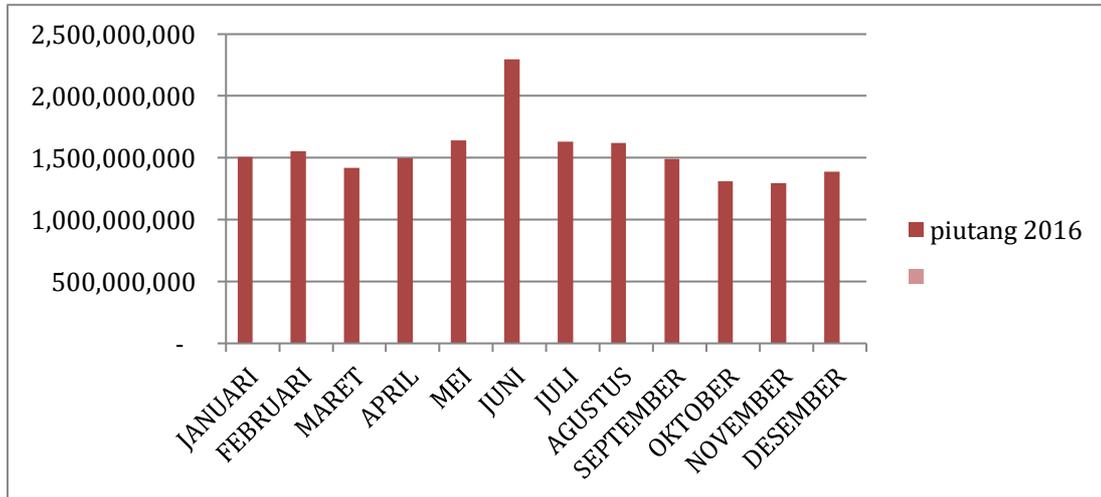
Gambar 1.9 Alur Terjadinya Transaksi PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

Dari hasil wawancara dengan manager operasional PT. X yang mengatakan bahwa dalam penagihan utang, berlangsung proses berubahnya piutang menjadi kas. Walaupun menyebabkan tingkat resiko yang tidak dibayarnya piutang menjadi besar dibandingkan dengan melakukan penjualan secara tunai, Namun laba yang besar saja belum merupakan ukuran bahwa perusahaan telah bekerja secara efisien. Karena

menurut Riyanto dalam sufiana dan Purnawati (2013) Efisiensi baru dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut .

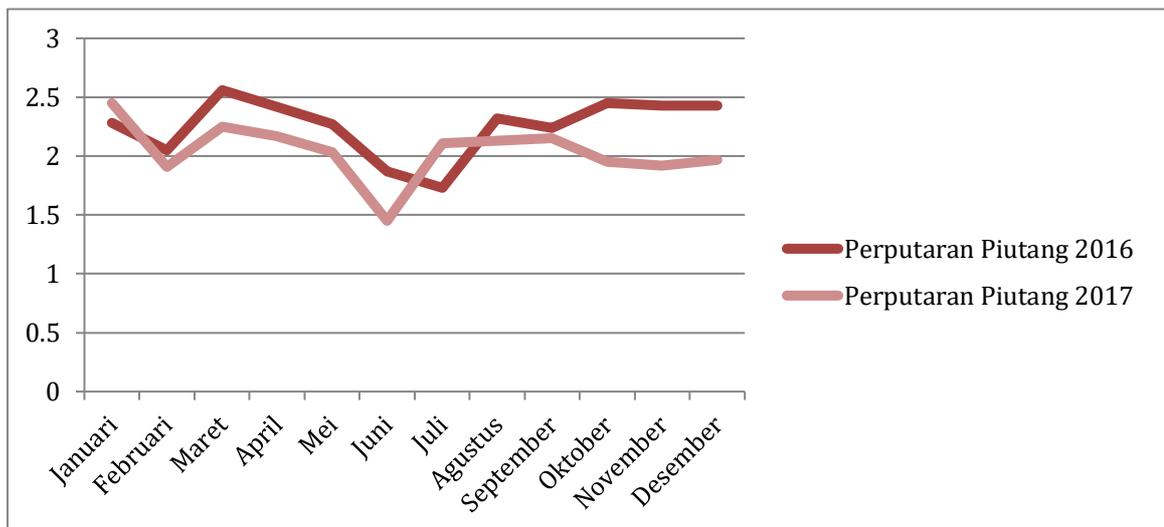
Berikut ini merupakan gambar piutang dagang PT. X dalam kurun waktu 2 tahun dapat dilihat pada Gambar 1.10.



Gambar 1.10 Piutang Dagang PT. X

Sumber: Data PT. X, 2017

Kondisi perputaran piutang PT. X periode 2016 dapat dilihat pada gambar 1.11 dibawah ini.



Gambar 1.11 Kondisi Perputaran Piutang PT. X

Sumber: Olah Data Penulis

Dari hasil wawancara dengan manajer operasional PT. X bahwa dari tahun ke tahun realisasi piutang pada PT. X berubah-ubah. Pada PT. X piutang dagang dikonversikan menjadi kas selama satu periode yaitu dalam satu bulan. Rasio perputaran piutang dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk mengukur seberapa sering piutang tersebut menjadi kas. Dalam realisasi penjualan kredit yang perlu diperhatikan adalah bahwa dalam memberikan penjualan kredit kepada toko/*outlet* baik yang sudah menjadi langganan ataupun calon langganan tidaklah mudah. Sehingga diharapkan dalam penjualan kredit perusahaan harus berhati-hati dan perlu diperhitungkan tingkat resiko yang akan dihadapi nantinya. Karena semakin besar penjualan kredit maka akan semakin besar pula tingkat resiko yang mungkin terjadi. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Riyanto dalam sufiana dan Purnawati (2013) Oleh karena itu, untuk memperkecil terjadinya piutang tak tertagih PT. X menggunakan metode *one bil system* yaitu sistem yang digunakan dalam pemberian piutang untuk toko/*retail*, apabila masih ada piutang atas nama toko/*retail* tersebut maka sistem tidak akan menerbitkan faktur penjualan untuk outlet. Dengan kata lain *outlet* harus menyelesaikan terlebih dahulu piutang yang lama sebelum membuka piutang baru.

Kasmir (2015:176), menyatakan bahwa “perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode”, lama waktu tersebut tergantung Periode perputaran piutang perusahaan tersebut mengaturnya, dan tergantung pada panjang pendeknya dengan ketentuan waktu yang dipersyaratkan dalam syarat pembayaran kredit. Semakin cepat syarat pembayaran kredit berarti semakin cepat terikatnya modal kerja tersebut dalam piutang dan berarti semakin besar tingkat perputaran piutang usaha dalam satu periode dan begitu pula sebaliknya.

Perputaran Piutang (*Receivable Turnover*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanamkan dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah (dibandingkan dengan rasio tahun sebelumnya) dan tentunya kondisi ini bagi perusahaan semakin baik. Sebaliknya jika rasio semakin rendah ada *over investment* dalam piutang. Jumingan (2011:127).

Sufiana dan Purnawati (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas dipengaruhi oleh perputaran piutang karena perusahaan melakukan penjualan secara kredit untuk meningkatkan profitabilitasnya. Riyanto (2013:36) menyatakan perputaran piutang menunjukkan periode terikatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat periode berputarnya menunjukkan semakin cepat perusahaan mendapatkan keuntungan dari penjualan kredit tersebut, sehingga profitabilitas perusahaan juga ikut meningkat. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Qurotul Ainiyah (2016:14), Rahayu dan Susilowibowo (2014:1452), Sufiana dan Purnawati (2013:463) yang menyatakan bahwa tingkat perputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas.

Dari hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, pada hari Senin tanggal 7 Agustus 2017, peneliti memperoleh data bahwa perusahaan dapat menyediakan persediaan barang untuk dijual karena perusahaan melakukan pembelian kepada *supplier/principle*. Pembelian barang dari *principle* tersebut dibayar oleh perusahaan dari hasil penagihan piutang (*income*). Perusahaan tidak dapat menciptakan penjualan/ *sales* yang nantinya merupakan laba atau keuntungan perusahaan jika penagihan piutang terhambat. Laba atau keuntungan perusahaan akan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan yang disebut profitabilitas. Maka dari itu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan tersebut diperlukan agar keberhasilan mencapai tujuan perusahaan.

Dalam konteks inilah penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk melihat pengaruh perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas PT. X. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengusaha distribusi pada wilayah Sukabumi. Dengan mengangkat judul **“Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada PT. X Periode 2016-2017.”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perputaran piutang, perputaran persediaan dan profitabilitas PT. X?
2. Seberapa besar pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas PT. X secara parsial?

3. Seberapa besar pengaruh perputaran piutang terhadap profitabilitas PT. X secara parsial?
4. Bagaimana pengaruh perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas PT. X secara simultan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perputaran piutang, perputaran persediaan dan profitabilitas PT. X.
2. Untuk mengetahui pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh perputaran piutang terhadap profitabilitas secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas secara simultan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1. Aspek Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini akan menjadi bahan dan sumber informasi dari segi keilmuan bidang kewirausahaan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis, untuk dikembangkan lebih lanjut dan lebih rinci pada masa yang akan datang. Sementara bagi peneliti sendiri ini diharapkan mampu memperdalam kompetensi antara lain berpikir logis, konsistensi, kemampuan riset terkait bidang kewirausahaan sesuai dengan yang dikaji dalam penelitian ini

1.5.3. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran keadaan kompetensi kewirausahaan kepada pelaku usaha khususnya para Distributor berbasis makanan dan minuman untuk mengetahui penghambat, pendukung dan strategi apa saja yang berperan dalam usaha yang mereka jalankan. Sehingga dengan mengetahui aspek-aspek tersebut dapat lebih menyadari mengenai keadaan usaha dan kompetensi kewirausahaan yang sedang dijalani. Selain itu diharapkan para pelaku usaha dapat lebih berfokus pada hal-hal yang sebaiknya dilakukan dalam mengembangkan

usahanya dalam kompetensi kewirausahaan untuk diperkuat, diubah, dan dihilangkan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai September s.d. Desember 2017. Adapun tempat dilakukannya penelitian adalah PT. X beralamat di Jl. Pelabuhan II No.265 Lembursitu, kota Sukabumi.