

Perbandingan Perngaruh Pembayaran Secara *Cash* Dan Kredit Terhadap Penjualan Dan Laba Di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall

¹Imas Fauziah, ²Novia Hindayani

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Terbuka, Kota Serang

Email : [1imasfzh@gmail.com](mailto:imasfzh@gmail.com); [2noviahindayani@gmail.com](mailto:noviahindayani@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan pengaruh metode pembayaran secara *cash* dan kredit terhadap penjualan dan laba di Samsung Store Cilegon Center Mall. Metode pembayaran merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan mengumpulkan data transaksi penjualan selama periode Januari-Desember 2024, yang mencakup volume penjualan, nilai transaksi, dan margin laba berdasarkan jenis pembayaran. Analisis data dilakukan untuk mengevaluasi perbedaan signifikan antara kedua metode pembayaran (*cash* dan kredit) terhadap variabel penjualan dan laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran melalui kredit cenderung meningkatkan frekuensi transaksi penjualan karena fleksibilitas pembayaran, namun pembayaran *cash* memberikan kontribusi lebih besar terhadap volume penjualan dan margin laba. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen Samsung Store Cilegon Center Mall untuk mengoptimalkan kombinasi metode pembayaran guna memaksimalkan penjualan dan laba.

Kata Kunci : Pembayaran *Cash*, Kredit, Penjualan, Laba

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the comparative influence of cash and credit payment methods on sales and profits at the Samsung Store Cilegon Center Mall. Payment method is one of the important factors that can influence consumer purchasing decisions. This study uses a comparative quantitative approach by collecting sales transaction data during the period January-December 2024, which includes sales volume, transaction value, and profit margin based on payment type. Data analysis was conducted to evaluate significant differences between the two payment methods (cash and credit) on sales and profit variables. The results of the study indicate that payment via credit tends to increase the frequency of sales transactions due to payment flexibility, but cash payments contribute more to sales volume and profit margin. This study provides strategic recommendations for the management of the Samsung Store Cilegon Center Mall to optimize the combination of payment methods to maximize sales and profits.

Keywords : Cash Payment, Credit, Sales, Profit

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi seperti sekarang ini, industri ritel elektronik mengalami persaingan yang semakin ketat, khususnya untuk strategi penjualan dan pengelolaan keuangan. Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah metode pembayaran yang ditawarkan, seperti pembayaran secara tunai (*cash*) dan pembiayaan secara kredit. Menurut Muhami dan Sumiati (2016) penjualan tunai adalah sistem yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga

terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Sedangkan kredit adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh kreditor kepada debitur untuk mendukung aktivitas ekonomi, seperti perdagangan, konsumsi, atau investasi, dengan kewajiban pengembalian sesuai jangka waktu dan syarat tertentu, yang sering kali mencakup bunga atau bagi hasil dalam sistem syariah (Arifin, 2023:155). Masing-masing metode pembayaran memiliki karakteristik yang berbeda dalam memengaruhi volume penjualan dan laba perusahaan. Menurut Pratiwi & Hendayana (2024), laba adalah selisih positif antara total pendapatan yang diperoleh perusahaan dari aktivitas operasional dan non-operasional dengan total biaya yang dikeluarkan, termasuk biaya produksi, operasional, bunga, dan pajak, dalam suatu periode akuntansi tertentu. Laba mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan dan menjadi indikator utama kinerja keuangan serta potensi pertumbuhan perusahaan.

Toko Samsung Store di Cilegon Center Mall yang merupakan salah satu gerai resmi produk Samsung, menjadi studi kasus yang menarik untuk menganalisis dampak kedua metode pembayaran tersebut terhadap volume penjualan dan laba perusahaan. Karena di era globalisasi dan perkembangan teknologi seperti sekarang ini, metode pembayaran memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen dan kinerja finansial perusahaan. Menurut Sari dan Susanti (2022), pembayaran tunai cenderung menarik konsumen dengan daya beli tinggi yang menginginkan kepemilikan langsung tanpa beban bunga, sedangkan kredit menawarkan fleksibilitas dan kemudahan bagi konsumen dengan anggaran terbatas melalui pembayaran angsuran. Dengan adanya fasilitas kredit, konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkan tanpa harus membayar seluruh jumlah di muka, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Menurut Amaliyah et al. (2021) penjualan secara kredit memiliki pengaruh positif terhadap laba kotor melalui peningkatan volume penjualan, tetapi memerlukan strategi manajemen risiko kredit yang efektif untuk menjaga profitabilitas.

Penelitian ini berfokus pada Samsung Store Cilegon Center Mall, yang merupakan salah satu gerai resmi produk Samsung di Indonesia. Karena dengan meningkatnya persaingan di pasar elektronik, penting bagi manajemen untuk memahami bagaimana metode pembayaran yang berbeda dapat memengaruhi

penjualan dan laba. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan pengaruh pembayaran secara *cash* dan kredit terhadap penjualan dan laba di Samsung Store Cilegon Center Mall.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bisa menjawab pertanyaan: "Bagaimana perbandingan pengaruh pembayaran secara *cash* dan kredit terhadap penjualan dan laba di Samsung Store Cilegon Center Mall?"

2. KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

a. Kerangka Teoritis

- 1) Penjualan Tunai (*Cash*). Menurut Muhami dan Sumiati (2016), penjualan tunai adalah sistem di mana konsumen membayar penuh sebelum barang diserahkan. Penjualan tunai dianggap menguntungkan karena memberikan penerimaan kas langsung dan mengurangi risiko kredit macet. Selain itu, konsumen dengan daya beli tinggi cenderung memilih metode ini karena memberikan kepemilikan langsung (Sari & Susanti, 2022).
 - 2) Penjualan Kredit. Penjualan kredit memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang dengan cicilan, tanpa membayar penuh di awal. Ini dapat meningkatkan volume penjualan karena menjangkau konsumen yang memiliki keterbatasan anggaran (Amaliyah et al., 2021). Namun, metode ini memiliki risiko keterlambatan pembayaran atau kredit macet yang dapat mengurangi efisiensi laba.
 - 3) Volume Penjualan. Volume penjualan menunjukkan jumlah atau nilai barang yang berhasil dijual dalam periode tertentu. Metode pembayaran memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan, karena memengaruhi daya beli dan keputusan konsumen (Pratama & Sari, 2020).
 - 4) Laba. Laba mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang dihitung dari selisih antara pendapatan dan biaya. Metode pembayaran dapat memengaruhi laba karena berkaitan langsung dengan cash flow, margin keuntungan, dan efisiensi operasional (Pratiwi & Hendayana, 2024).
 - 5) Hubungan Antar Variabel
- a) Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, metode pembayaran (tunai dan kredit) memengaruhi:

- b) Volume penjualan, karena berhubungan dengan aksesibilitas produk oleh konsumen.
 - c) Laba, karena memengaruhi pendapatan bersih dan efisiensi pengelolaan keuangan.
- b. Hipotesis Penelitian.

Hipotesis adalah dugaan sementara yang akan diuji dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan teori, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Utama:

H_1 : Terdapat perbedaan yang signifikan antara penjualan secara tunai dan secara kredit terhadap laba yang diperoleh Toko Samsung Store Cilegon Center Mall.

Hipotesis Turunan:

H_{1a} : Penjualan secara tunai memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap volume penjualan dibandingkan penjualan secara kredit.

H_{1b} : Penjualan secara tunai memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap laba dibandingkan penjualan secara kredit.

H_{1c} : Penjualan secara kredit meningkatkan frekuensi transaksi meskipun dengan nilai transaksi yang lebih rendah.

H_{1d} : Terdapat hubungan yang signifikan antara volume penjualan dan laba baik pada metode pembayaran tunai maupun kredit.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dengan judul "Perbandingan Pengaruh Pembayaran Secara *Cash* Dan Kredit Terhadap Penjualan Dan Laba Di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall" akan menggunakan metode penulisan kuantitatif komparatif, di mana penelitian ini akan membandingkan pengaruh pembayaran secara tunai (*cash*) dan pembayaran secara kredit terhadap penjualan dan laba di Samsung Store Cilegon Center Mall. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur dan membandingkan dampak kedua metode pembayaran secara numerik berdasarkan data kuantitatif yang terkumpul.

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. Menurut Sugiyono (2019) dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui pemeriksaan dokumen atau catatan yang relevan dengan fenomena yang diteliti, seperti laporan, arsip, atau database. Dokumen dapat berupa teks, angka, atau gambar yang memberikan informasi faktual dan historis. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder berupa laporan penjualan, laporan laba rugi dan data transaksi berdasarkan metode pembayaran (*cash* dan kredit) yang diperoleh dari pihak manajemen toko. Data ini digunakan untuk menghitung dan membandingkan besarnya pengaruh masing-masing metode pembayaran terhadap penjualan dan laba.

Pratama dan Sari (2020) dalam *The Effect of Payment Methods on Consumer Purchase Decisions in Retail Stores*, juga hanya menggunakan dokumentasi (data transaksi penjualan dari sistem kasir ritel) untuk menganalisis pengaruh metode pembayaran terhadap volume penjualan. Penelitian ini berhasil membandingkan transaksi tunai (*cash*) dan kredit tanpa wawancara karena data dokumentasi sudah mencakup semua variabel yang diperlukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Deskriptif

Menurut Sari dan Pratama (2022), analisis deskriptif adalah teknik untuk menggambarkan karakteristik dasar data melalui ukuran statistik seperti rata-rata, median, modus, standar deviasi, dan persentase, serta visualisasi seperti tabel, grafik, atau diagram. Analisis ini dilakukan untuk merangkum data penjualan, laba, dan jumlah transaksi berdasarkan metode pembayaran *cash* dan kredit di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall selama periode Januari–Desember 2024. Data diolah untuk menghitung total, rata-rata bulanan, dan persentase kontribusi masing-masing metode pembayaran menggunakan Microsoft Excel. Untuk kejelasan, data disajikan dalam tiga tabel terpisah, yaitu: Penjualan (Tabel 1), laba (Tabel 2), dan jumlah transaksi (Tabel 3).

Tabel 4.1. Penjualan

Bulan (2024)	Penjualan cash	penjualan kredit	Total Penjualan
Januari	2,256,868,000	496,461,200	2,753,329,200
Februari	1,968,592,700	368,482,000	2,337,074,700
Maret	2,355,357,500	452,065,000	2,807,422,500
April	2,213,000,000	673,010,000	2,886,010,000
Mei	1,868,326,000	513,259,300	2,381,585,300
Juni	2,371,823,000	476,130,000	2,847,953,000
Juli	2,243,867,000	567,043,000	2,810,910,000
Agustus	2,149,276,000	766,740,000	2,916,016,000
September	1,865,091,000	456,092,000	2,321,183,000
Oktober	2,113,160,000	788,878,000	2,902,038,000
November	2,232,932,000	639,197,000	2,872,129,000
Desember	2,610,260,000	577,407,000	3,187,667,000
Total	26,248,553,200	6,774,764,500	33,023,317,700

Dari tabel tersebut di atas diketahui bahwa total penjualan tahunan di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall mencapai Rp33.023.317.700, dengan pembayaran *cash* sebesar Rp26.248.553.200 atau 79,48% dan penjualan kredit sebesar Rp6.774.764.500 atau 20,52%. Rata-rata penjualan bulanan *cash* adalah Rp2.187.379.400, lebih tinggi dibandingkan rata-rata penjualan kredit yang hanya mencapai Rp564.563.700. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu Rp3.187.667.000 dan penjualan terendah ada pada bulan September yang hanya mencapai total Rp2.321.183.000.

Tabel 4.2. Laba

Bulan (2024)	Laba <i>cash</i>	Laba kredit	Total Laba
Januari	412,572,200	90,757,000	503,329,200
Februari	73,345,000	13,729,700	87,074,700
Maret	467,663,500	89,759,000	557,422,500
April	487,694,000	148,316,000	636,010,000
Mei	103,227,000	28,358,300	131,585,300
Juni	497,985,000	99,968,000	597,953,000
Juli	447,758,000	113,152,000	560,910,000
Agustus	490,893,000	175,123,000	666,016,000
September	57,196,000	13,987,000	71,183,000
Oktober	474,790,000	177,248,000	652,038,000
November	483,673,000	138,456,000	622,129,000
Desember	767,820,000	169,847,000	937,667,000
Total	4,764,616,700	1,258,701,000	6,023,317,700

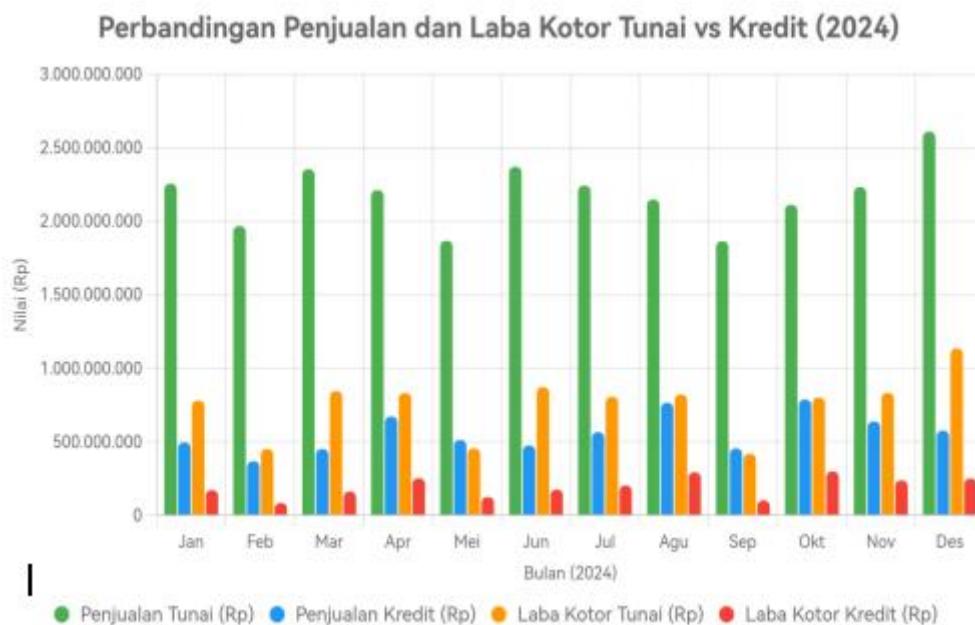
Tabel 4.2. menunjukkan total laba dari penjualan *cash* dan kredit di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall pada tahun 2024 yang mencapai laba sebesar Rp6.023.317.700, dengan Rp4.764.616.700 atau 79,11% dari penjualan *cash* dan Rp1.258.701.000 atau 20,89% dari penjualan kredit. Rata-rata laba bulanan untuk penjualan *cash* adalah Rp397.0501.391, hampir empat kali lipat dari laba penjualan kredit yang hanya mencapai rata-rata Rp104.891.750. Laba tertinggi diperoleh pada bulan Desember dengan angka Rp937.667.000, sementara laba terendah terjadi pada bulan September yang hanya memperoleh angka sebesar Rp71.183.000.

Tabel 4.3. Transaksi

Bulan (2024)	Transaksi <i>cash</i>	Transaksi kredit	Total transaksi
Januari	112	71	183
Februari	103	87	190
Maret	90	92	182
April	87	67	154
Mei	77	78	155
Juni	107	89	196
Juli	91	83	174
Agustus	78	96	174
September	76	78	154
Oktober	87	96	183
November	83	82	165
Desember	87	64	151
Total	983	1.078	2.061

Tabel 4.3. menunjukkan jumlah transaksi sepanjang tahun 2024 di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall mencapai 2.061 transaksi, dengan 52,31% atau 1.078 transaksi secara *cash* dan 47,69% atau 983 transaksi secara kredit. Nilai per transaksi *cash* mencapai rata-rata Rp23.413.130, jauh lebih besar dibandingkan rata-rata per transaksi kredit yang hanya mencapai Rp6.688.269. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi *cash* lebih sering digunakan untuk pembelian barang bernilai tinggi, sementara transaksi kredit digunakan untuk transaksi dengan nilai yang relatif rendah. Namun demikian, penjualan secara kredit memberikan kontribusi yang cukup besar untuk transaksi pembelian di toko Samsung Store Cilegon Center Mall yaitu 47,69% dari total transaksi atau hampir setengah dari total transaksi selama tahun 2024.

b. Grafik Perbandingan



Gambar 4.1. Diagram Perbandingan Penjualan dan Laba *Cash* dan Kredit 2024

Melihat pada diagram tersebut di atas, menunjukkan bahwa penjualan dan laba *cash* secara konsisten lebih tinggi daripada penjualan dan laba kredit setiap bulannya. Penjualan *cash* pada Januari mencapai Rp2.256.868.000 atau 81,96% dari total transaksi, sedangkan penjualan secara kredit hanya mencapai 18,3% saja yaitu Rp496.461.200. Pada bulan Februari, penjualan *cash* meningkat menjadi 84,23% dengan penjualan Rp1.968.592.700, sedangkan penjualan kredit menurun menjadi 15,76% dengan penjualan Rp368.482.000. Pada bulan Maret total penjualan meningkat menjadi Rp2.807.422.500 dengan pembelian secara *cash* 83,9% atau Rp2.355.357.500 dan penjualan secara kredit 16,1% senilai Rp452.065.000. Di bulan April, penjualan secara kredit meningkat menjadi 23,3% dengan nilai transaksi Rp673.010.000, dan penjualan secara *cash* menyumbang sebesar 76,68% dengan nilai transaksi Rp2.213.000.000. Pada bulan Mei penjualan *cash* meningkat kembali menjadi 78,4% dengan penjualan Rp1.868.326.000, dan penjualan secara kredit hanya mencapai Rp513.259.300 atau 21,6%. Di bulan Juni penjualan *cash* meningkat lagi menjadi 83,28% dengan penjualan Rp2.371.823.000 sedangkan penjualan kredit kembali

menurun menjadi 16,7% dengan penjualan Rp476.130.000. Pada bulan Juli penjualan kredit meningkat menjadi 20,17% dengan nilai transaksi penjualan Rp567.043.000 dan penjualan *cash* menurun menjadi 79,82% dengan nilai penjualan Rp2.243.867.000. Di bulan Agustus, penjualan secara kredit kembali meningkat menjadi Rp.766.740.000 atau 26,30% dari total penjualan, sedangkan penjualan *cash* menurun menjadi Rp2.149.276 atau 73,7%. Pada bulan September penjualan kredit turun menjadi 19,6% atau senilai Rp456.092.000 dan penjualan *cash* meningkat menjadi 80,35% atau senilai Rp1.865.091.000. Di bulan Oktober, penjualan kredit mencapai puncaknya yaitu 27,18% dari total penjualan dengan nilai transaksi Rp788.878.000 sedangkan penjualan *cash* hanya mencapai 72,81% atau senilai Rp2.113.160.000. Pada bulan November penjualan *cash* menurun menjadi 22,25% dengan nilai transaksi Rp639.197.000 dan penjualan sebesar 77,74% atau senilai dengan Rp2.232.932.000. Di akhir tahun 2024, penjualan *cash* kembali memimpin dengan berkontribusi sebesar 81,9% senilai Rp2.610.260.000 dan penjualan kredit menurun menjadi 18,1% atau senilai Rp577.407.000.

Pada diagram tersebut diketahui bahwa pembelian secara *cash* mengungguli pembelian secara kredit setiap bulannya. Begitupun dengan laba yang dihasilkan, secara konsisten lebih unggul dibandingkan laba yang dihasilkan dari penjualan secara kredit. Namun melihat pada tabel 1 dan tabel 2 yang menunjukkan bahwa penjualan *cash* menyumbang sebesar 79,48% dengan laba 79,11% dan penjualan secara kredit yang berkontribusi sebanyak 20,52% dengan menghasilkan laba sebesar 20.89%, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada penjualan secara *cash* maupun penjualan secara kredit terhadap laba yang dihasilkan di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall. Hal ini sesuai dengan penelitian lain yang menyampaikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada penjualan tunai, dan penjualan kredit terhadap laba (Pratiwi, Mulyadi, dan Hari Sandi, 2023). Melihat pada Tabel 3. yang menunjukkan distribusi yang relatif seimbang antara penjualan secara *cash* dan kredit, hal ini membuktikan bahwa pembayaran secara kredit mempengaruhi penjualan di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall, di mana pada tahun 2024 transaksi kredit mencapai 47,69% atau 983 transaksi, meskipun transaksi

yang dilakukan relatif untuk barang bernilai kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain walaupun sifatnya bukan *gadget* dan *smartphone*, seperti pada penelitian sepeda motor disampaikan bahwa penjualan secara kredit mampu meningkatkan volume penjualan (Alexandro, Hariatama dan Uda, 2021).

c. Uji T

Uji t berpasangan (*paired sample t-test*) adalah salah satu metode statistik inferensial yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara dua rata-rata dari kelompok data yang saling berpasangan. Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara laba yang dihasilkan dari penjualan tunai (*cash*) dan penjualan kredit di toko Samsung Store Cilegon Center Mall.

Menurut Sugiyono (2019), uji t digunakan untuk membandingkan dua kelompok data yang berasal dari subjek yang sama, namun dalam kondisi yang berbeda. Dalam konteks ini, penjualan tunai dan penjualan kredit dibandingkan untuk melihat dampaknya terhadap laba yang dihasilkan.

1) Statistik Deskriptif

Berikut adalah tabel yang menyajikan nilai rata-rata, standar deviasi, dan standard error dari laba penjualan tunai dan penjualan kredit.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Laba_Cash	397051391 .6667	12	211626663.6029 4	61091355.59943
	Laba_Kredit	104891750 .0000	12	60567087.13577	17484212.03093

Dari hasil tersebut di atas, bisa dilihat bahwa rata-rata laba dari penjualan tunai (*cash*) sebesar Rp397.051.391,67 jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata laba dari penjualan kredit yang hanya sebesar Rp104.891.750,00. Hal ini berarti bahwa kontribusi penjualan tunai terhadap perolehan laba perusahaan jauh lebih dominan dibandingkan penjualan kredit.

Selisih rata-rata laba antara penjualan tunai dan penjualan kredit sebesar Rp292.159.641,67 menunjukkan adanya perbedaan yang cukup

besar dalam pencapaian laba berdasarkan metode pembayaran. Fakta ini mengindikasikan bahwa perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih optimal dari transaksi yang dilakukan secara tunai, baik dari segi perputaran uang yang lebih cepat, risiko kredit yang lebih rendah, maupun efisiensi dalam pengelolaan kas.

Selain itu, nilai standar deviasi pada penjualan tunai juga lebih besar, yaitu Rp211.626.663,60 sedangkan standar deviasi penjualan kredit hanya mencapai Rp60.567.087,14. Hal ini menunjukkan bahwa laba dari penjualan tunai memiliki tingkat variasi atau penyimpangan data yang lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan kredit. Artinya, pendapatan dari penjualan tunai lebih fluktuatif, tapi meskipun fluktuatif nilai rata-ratanya tetap jauh lebih tinggi dibandingkan laba dari penjualan kredit.

Nilai standard error mean juga menunjukkan bahwa estimasi rata-rata laba penjualan tunai memiliki tingkat ketelitian sebesar Rp61.091.355,60, sedangkan penjualan kredit hanya sebesar Rp17.484.212,03. Meskipun estimasi untuk penjualan kredit lebih presisi, namun besarnya kontribusi laba dari penjualan tunai tetap tidak terbantahkan.

Dari perspektif manajerial, informasi ini sangat penting karena menunjukkan bahwa perusahaan mungkin akan lebih diuntungkan apabila memperkuat strategi penjualan tunai, karena hal itu dapat mengingat margin laba yang diperoleh lebih besar. Namun, perlu juga diwaspadai fluktuasi atau ketidakstabilan laba pada penjualan tunai sebagaimana tergambar dari standar deviasi yang cukup tinggi. Maka dari itu, strategi pengelolaan risiko pada metode tunai tetap perlu dipertimbangkan untuk menjaga stabilitas laba jangka panjang.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat pendapat dari Muhamani dan Sumiati (2016) serta Pratiwi et al. (2023), bahwa metode penjualan yang digunakan perusahaan sangat memengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh. Penjualan tunai tidak hanya mempercepat penerimaan kas tetapi juga memberikan margin laba yang lebih tinggi dibandingkan penjualan kredit.

2) Korelasi Antar Pasangan

Paired Samples Correlations				
		N	Correlatio n	Sig.
Pair	Laba_Cash & Laba_Kredit	12	.884	.000

Analisis korelasi antar pasangan laba dari penjualan tunai dan laba dari penjualan kredit memberikan gambaran yang sangat penting mengenai hubungan kedua variabel tersebut dalam konteks kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,884 dengan signifikansi 0,000. Nilai korelasi sebesar 0,884 ini menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara laba yang diperoleh dari penjualan secara tunai dengan laba dari penjualan secara kredit. Artinya, ketika laba penjualan tunai meningkat, secara umum laba penjualan kredit juga cenderung meningkat, dan sebaliknya. Hubungan ini mengindikasikan bahwa kedua jenis penjualan tersebut tidak berjalan secara terpisah, melainkan saling berpengaruh dan mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal maupun internal yang sama dalam periode yang sama.

Nilai signifikansi yang sangat kecil, yaitu 0,000, menunjukkan bahwa hubungan korelasi ini tidak terjadi secara kebetulan atau acak. Secara statistik, korelasi ini sangat berarti dan dapat dipercaya, sehingga menjadi landasan penting dalam melakukan analisis lebih lanjut seperti uji beda rata-rata menggunakan paired t-test. Korelasi yang kuat ini juga memperkuat asumsi bahwa data laba penjualan tunai dan kredit memang berpasangan dan saling terkait, sehingga penggunaan metode uji berpasangan sangat tepat. Dengan kata lain, hubungan erat ini memungkinkan untuk membandingkan secara langsung perbedaan laba antara kedua jenis penjualan dengan keyakinan bahwa mereka saling berhubungan dalam konteks yang dianalisis.

Dari perspektif manajemen dan strategi bisnis, temuan korelasi positif yang tinggi ini memiliki implikasi yang signifikan. Hubungan yang erat antara laba penjualan tunai dan kredit mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang mendorong peningkatan laba dari penjualan tunai juga berdampak positif terhadap penjualan kredit. Hal ini mungkin berkaitan dengan kebijakan penjualan, promosi, kondisi pasar, maupun perilaku konsumen yang konsisten dalam memilih produk perusahaan baik melalui metode pembayaran tunai maupun kredit. Oleh karena itu, manajemen dapat memanfaatkan informasi ini untuk mengembangkan strategi penjualan yang terintegrasi, dimana upaya meningkatkan salah satu jenis penjualan secara tidak langsung juga akan menguntungkan jenis penjualan lainnya. Pendekatan seperti ini memungkinkan alokasi sumber daya yang lebih efisien dan efektif dalam mendorong pertumbuhan laba secara keseluruhan.

Namun demikian, meskipun korelasi yang tinggi menunjukkan hubungan yang erat, penting untuk diingat bahwa korelasi tidak serta merta menunjukkan hubungan sebab-akibat. Dengan kata lain, meskipun laba tunai dan kredit bergerak bersama, tidak bisa disimpulkan bahwa peningkatan laba tunai secara langsung menyebabkan peningkatan laba kredit, atau sebaliknya. Faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam korelasi ini, seperti kondisi ekonomi makro, strategi harga, atau faktor internal perusahaan, mungkin juga berperan dalam memengaruhi laba dari kedua jenis penjualan tersebut. Oleh karena itu, analisis korelasi sebaiknya dipandang sebagai langkah awal dalam memahami pola hubungan antar variabel, yang kemudian dapat dilengkapi dengan analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebabnya.

Secara keseluruhan, hasil korelasi yang sangat kuat ini memberikan dasar empiris yang kokoh bagi perusahaan dalam mengelola dan merencanakan strategi penjualan. Memahami bahwa laba dari penjualan tunai dan kredit bergerak beriringan akan membantu perusahaan dalam mengoptimalkan portofolio penjualan dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat. Dengan demikian, manajemen dapat lebih fokus pada upaya peningkatan penjualan secara menyeluruh, tanpa memisahkan antara

metode pembayaran tunai dan kredit, demi mencapai pertumbuhan laba yang berkelanjutan dan maksimal.

3) Hasil Uji t Berpasangan

		Paired Differences				t	df	Sig (2-tailed)		
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
Pair 1	Laba_Cash-Laba_Kredit	29.215.964.166,667	16.058.434.154,717	4.635.670.640,995	Lower	Upper				
					19.012.921.878,764	39.419.006.454,569	6,302	11,000		

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung = 6,302 dengan signifikansi (p-value) = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara laba dari penjualan tunai dan penjualan kredit.

Dengan demikian, penjualan tunai memberikan kontribusi laba yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan kredit. Hal ini sejalan dengan temuan Muhamani dan Sumiati (2016) yang menyatakan bahwa sistem pembayaran mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan secara signifikan. Hasil ini juga mendukung penelitian oleh Pratiwi et al. (2023), yang menunjukkan bahwa efisiensi penjualan dan metode pembayaran memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa metode penjualan yang digunakan perusahaan, khususnya penjualan tunai, memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan laba dibandingkan penjualan kredit. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi manajemen untuk lebih mendorong transaksi tunai guna memaksimalkan keuntungan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang penjualan *cash* dan kredit terhadap penjualan dan laba di Toko Samsung Store Cilegon Center Mall, maka akhir dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pembayaran *cash* menghasilkan volume penjualan dan laba yang lebih besar dibandingkan penjualan dan laba secara kredit. Namun, pembayaran secara kredit mampu meningkatkan frekuensi transaksi meskipun dengan nilai rata-rata transaksi yang relatif lebih rendah.

Berdasarkan simpulan tersebut di atas, berikut beberapa saran yang penulis sampaikan dengan harapan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang terkait: Penjualan kredit sebaiknya tetap dilakukan untuk meningkatkan frekuensi transaksi yang tentunya akan meningkatkan volume penjualan dan memberikan laba bagi toko. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperoleh penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandro, R., Hariatama, F., & Uda, T. (2022). Analisis penjualan melalui leasing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19.
- Amaliyah, S., Setiadi, D., & Anwar, S. (2021). Pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba kotor melalui penjualan. *Jurnal Investasi*, 7(4), 33–49.
- Arifin, S. (2023). Kinerja ekspor Indonesia: Dampak pandemi COVID-19 vs perang Rusia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 23(2), 155.
- Muhani, P. M., & Sumiati, S. (2016). Pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap laba pada industri bengkel las Diana di Palopo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 1(2), 50–59.
- Pratama, & Sari. (2020). The effect of payment methods on consumer purchase decisions in retail stores.
- Pratiwi, D. D., & Hendayana, Y. (2024). Efek moderasi profitabilitas pada leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019–2023. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 1714–17731.
- Pratiwi, I. P., Mulyadi, D., & Hari Sandi, S. D. (2023). Pengaruh penjualan tunai dan penjualan kredit terhadap laba bersih pada PT. Papan Mas Agung (Perumahan Salagedang Regency Kabupaten Karawang). *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1).
- Sari, N., & Susanti, F. (2022). Consumer behavior and payment preferences in retail electronics: A study in urban Indonesia. *Journal of Marketing Trends*, 12(4), 78–89.

- Sari, & Pratama. (2022). Metode analisis data dalam penelitian bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 10(2), 78–92.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.