

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA OPERASIONAL, DAN
PENJUALAN TERHADAP LABA PADA
PT. DUTA NIAGA MANDIRI**

SKRIPSI

**YULIANTI
NIM : 16622196**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA OPERASIONAL, DAN
PENJUALAN TERHADAP LABA PADA
PT. DUTA NIAGA MANDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi

Oleh

**YULIANTI
NIM : 16622196**

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA OPERASIONAL, DAN
PENJUALAN TERHADAP LABA PADA
PT. DUTA NIAGA MANDIRI

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : YULIANTI
NIM : 16622196

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,



Andres Putranta Sitepu, S.E., M.Ak
NIDK. 8854290019 / Asisten Ahli



Afriyadi, S.T., M.E
NIDN. 1003057101 / Asisten Ahli

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Hendy Satria, S.E., M.Ak
NIDN. 1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA OPERASIONAL, DAN
PENJUALAN TERHADAP LABA PADA
PT. DUTA NIAGA MANDIRI**

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : YULIANTI
NIM : 16622196

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Dua Puluh Enam Januari Dua Ribu Dua Puluh Dua dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian


Ketua,


Andres Putranta Sitepu, S.E., M.Ak
NIDK. 8854290019 / Lektor

Sekretaris,


Nurfitri Zulaika, S.E., M.Ak., Ak, CA
NIDN. 1028147701 / Asisten Ahli

Anggota,


Bambang Sambodo, S.E., M.Ak
NIDN. 8833900016 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, 26 januari 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,




Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Yulianti
NIM : 16622196
Tahun Angkatan : 2016
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,19
Program Studi /Jenjang : Akuntansi Strata – I (Satu)
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Operasional, Dan Penjualan Terhadap Laba Pada PT. Duta Niaga Mandiri

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila terdapat dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, Januari 2022

Penyusun,



YULIANTI

NIM : 16622196

HALAMAN PERSEMBAHAN



alhamdulillah hirobbil 'alamin, Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala nikmat yang diberikan untuk penulis, sehingga tiada alasan untuk penulis berhenti bersyukur

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk orang-orang yang aku cintai dan aku sayangi:

“Kedua orangtuaku”

Ucapan banyak terima kasih kepada kedua orang tua, yaitu Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan doa, semangat, pengorbanan, dukungan, nasehat, perhatian, motivasi, serta cinta dan sayang yang tak terhingga selama ini.

“Kakak dan Abang”

Ucapan terima kasih kepada atas semua doa, semangat, dukungan, perhatian, motivasi, serta cinta dan sayang yang tak terhingga selama ini.

“Almamaterku tercinta”

STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG tempat aku menuntut ilmu

HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah :5)

Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa.

Selalu ada jalan bagi mereka yang berusaha.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Rabb Yang Maha Kuasa Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA OPERASIONAL, DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PT. DUTA NIAGA MANDIRI”**. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya sampai akhir zaman yang selalu berjuang mengikuti risalahnya, dan semoga kita termasuk di antara mereka, umat yang selalu memperjuangkan dan menegakkan islam dan mengerjakan sunnah-sunnah Rasulullah SAW.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1) Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang berbahagia ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

4. Bapak Imran Ilyas, M.M selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Andres Putranta Sitepu,SE.,M.AK selaku Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan saran, serta membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Afriyadi, S.T., M.E selaku Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran, serta membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen beserta Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang baik dan sabar dalam menyampaikan ilmu pengetahuan dan bantuan yang diberikan.
9. Pimpinan dan Staf PT. Duta Niaga Mandiri yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kedua orangtua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan setiap saat.
11. Sahabat-sahabat sedari dulu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih selalu memberikan motivasi serta dukungan.
12. Teman-teman Akuntansi angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.

Semoga apa yang penulis tuangkan dalam skripsi ini dapat menambah informasi dan bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun dan demi kesempurnaan merupakan harapan penulis dari pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih

Tanjungpinang, 19 Januari 2022

Penulis

YULIANTI
NIM : 16622196

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN MOTTO

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Biaya	9
2.1.1.1 Pengertian Biaya	9
2.1.1.2 Klasifikasi Biaya.....	10
2.1.2 Biaya Promosi	12

2.1.2.1	Pengertian Biaya Promosi.....	12
2.1.2.2	Pengukuran Biaya Promosi	13
2.1.3	Penjualan.....	15
2.1.4.1	Pengertian Penjualan.....	15
2.1.4.2	Pengukuran Penjualan.....	15
2.1.4	Laba.....	16
2.1.5.1	Pengertian Laba	16
2.1.5.2	Jenis-Jenis Laba	17
2.1.5.3	Pengukuran Laba	18
2.1.5	Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat	18
2.2	Kerangka Pemikiran.....	20
2.3	Hipotesis	21
2.4	Peneliti Terdahulu.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Jenis Data	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4	Definis Operasional Variabel.....	28
3.5	Teknik Pengolahan Data	30
3.4	Metode Analisis Data.....	30
3.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.4.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.4.3	Uji Hipotesis.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1.1	Visi dan Misi.....	39

4.1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	39
4.1.2 Penyajian Data	40
4.1.2.1 Biaya Operasional, Biaya Promosi, dan Penjualan PT. Duta Niaga Mandiri	40
4.1.3 Analisis Data	77
4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik	43
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	46
4.1.3.3 Uji Hipotesis	48
4.1.3.3.1 Uji Signifikasi Parsial (Uji T)	48
4.1.3.3.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	49
4.1.3.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.2. Pembahasan	58

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.1	Laba PT. Duta Niaga Mandiri Periode 2018-2020	4
4.1	Perhitungan Laba Bersih PT. Duta Niaga Mandiri Periode 2018-2020 Periode 2018/2020.....	41
4.2	Uji Normalitas.....	45
4.3	Uji Multikolinearitas.....	46
4.4	Uji T	49
4.5	Uji F atau Uji Simultan.....	51
4.6	Uji Koefisien Determinasi R^2	52

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	41
4.1	Struktur Organisasi	56
4.2	Uji Normalitas Histogram.....	44
4.3	Uji Normalitas P-Plot.....	44
4.4	Uji Heteroskedasitas	48

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Laporan Keuangan {PT. Duta Niaga Mandiri Periode 2018 s/d 2020
Lampiran 2	: Biaya Promosi, Biaya Operasional, dan Penjualan PT. Duta Niaga Mandiri Periode 2018 s/d 2020
Lampiran 3	: Hasil Pengolahan SPSS
Lampiran 4	: Persentase Plagiat
Lampiran 5	: Surat Pernyataan Selesai Penelitian

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA OPERASIONAL, BIAYA PROMOSI, DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PT. DUTA NIAGA MANDIRI

Yulianti. 16622196. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang
[email:yiulilianty@gmail.com](mailto:yiulilianty@gmail.com)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya operasional, biaya promosi, dan penjualan terhadap laba pada PT. Duta Niaga Mandiri. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan prosedur statistika atau dengan melalui cara kuantifikasi (pengukuran) untuk menghasilkan penemuannya.

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan software computer SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 23 for windows untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh secara parsial terhadap laba, biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba, penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba, dan biaya operasional, biaya promosi, dan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba PT. Duta Niaga Mandiri periode 2018-2020.

Sebaiknya perusahaan perusahaan selalu memperhitungkan posisi keuangan setiap waktunya dengan memanfaatkan perhitungan laba, laporan biaya operasional yang telah dibuat hendaknya menjadi bahan acuan secara optimal sebagai pedoman kegiatan operasional perusahaan, dan perusahaan sebaiknya meningkatkan promosi dan volume penjualan.

Kata Kunci : Biaya Operasional, Biaya Promosi, Penjualan, Laba

Dosen Pembimbing I : Andreas Putranta Sitepu, S.E., M.Ak

Dosen Pembimbing II : Afriyadi, S.T., M.E

ABSTRACT

THE EFFECT OF OPERATIONAL COSTS, PROMOTIONAL COSTS, AND SALES ON PROFIT PT. DUTA NIAGA MANDIRI

Yulianti. 16622196 Accounting. STIE Pembangunan Tanjungpinang
[email:yiulilianty@gmail.com](mailto:yiulilianty@gmail.com)

The purpose of this study was to determine the effect of operational costs, promotion costs, and sales on profits at PT. Duta Niaga Mandiri. This research uses quantitative research, namely research that uses statistical procedures or by means of quantification (measurement) to produce its findings. In order to provide a clear, logical and accurate picture of the results of data collection, the data obtained were collected in the form of data obtained through interviews, observation, documentation, and literature study which were then analyzed more deeply.

The data analysis tool used in this research is to use computer software SPSS (Statistical Program for Social Science) version 23 for windows to predict the relationship between the independent variable and the dependent variable.

The results showed that operating costs had a partial effect on profits, promotional costs had a partial effect on profits, sales had a partial effect on profits, and operational costs, promotion costs, and sales together had an effect on profits of PT. Duta Niaga Mandiri for the 2018-2020 period.

Companies should always take into account their financial position every time by utilizing profit calculations, reports on operational costs that have been made should be optimal reference material as guidelines for company operational activities, and companies should increase promotions and sales volume.

Keywords : Operating Expenses, Promotional Expenses, Sales, Profi

Supervisor I : Andreas Putranta Sitepu, S.E., M.Ak

Supervisor II : Afriyadi, S.T., M.E

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Seiring dengan dunia usaha yang terus meningkat akan membawa dampak persaingan yang ketat, terutama pada perusahaan sejenis. Dengan adanya persaingan antar perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, baik perusahaan swasta maupun badan usaha milik negara (BUMN), dalam hal ini perusahaan harus bersikap kritis terhadap perubahan situasi ekonomi yang terjadi dan manajemen harus mampu menentukan kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Perusahaan sebagai bagian dari indikator perekonomian yang saling berupaya dan berlomba dalam memasarkan produk ataupun jasa yang mereka hasilkan. Perusahaan dituntut mampu menghasilkan produk yang bermutu bagi konsumen, serta mampu mengelola keuangan dengan baik. Artinya, keberhasilan pengelolaan keuangan perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup dan eksistensi perusahaan.

Perkembangan dunia usaha seiring dengan era globalisasi membuat persaingan semakin ketat. Adanya persaingan dalam dunia usaha untuk mencapai tujuan memaksa agar para manajemen perusahaan bisa mengambil suatu keputusan yang berkualitas. Tujuan perusahaan antara yang satu dengan yang lainnya belum

tentu sama, tetapi secara umum tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya, untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan agar segala kegiatan dalam perusahaan dapat berlangsung dengan baik (Fadillah, 2015).

Perusahaan dalam mencapai target untuk tujuan menacapai laba salah satunya adalah dengan meminimalkan biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu biaya promosi dan biaya operasional. Selain itu, perusahaan juga memperhatikan penjualan yang akan berdampak pada laba perusahaan.

Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya (Wayan, 2014). Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Oleh karena itu, perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumennya dan calon konsumennya melalui promosi. Sudah pasti perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya penjualan, maka laba yang akan diperoleh meningkat juga (Bayu, 2016).

Biaya operasional juga memiliki pengaruh yang besar didalam keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba, karena produk yang telah dihasilkan perusahaan melalui proses yang panjang harus sampai kepada

konsumen melalui serangkaian kegiatan yang saling menunjang. Biaya operasional adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan yang terkait dengan operasional perusahaan termasuk didalamnya biaya penjualan, biaya administrasi dan umum, biaya perbaikan dan pemeliharaan (Satwika, 2018). Dengan demikian perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, yang dapat mengoptimalkan laba sekaligus memenuhi tuntutan konsumen.

Besarnya biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan. Biaya operasional yang dikeluarkan ditujukan untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pendapatan berarti juga memerlukan biaya yang besar. Jadi agar tidak terjadi pemborosan, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan harus dipergunakan seefektif mungkin untuk menekan biaya. Untuk itu perusahaan perlu melakukan suatu pencatatan dan pengawasan biaya operasional yang baik. Agar perusahaan juga bisa mendapatkan laba dengan baik. (Jusuf, 2014).

Menurut Paranesa (2014) penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang/ jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/ jasa kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang/ jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna

memperoleh laba. Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Duta Niaga Mandiri. PT. Duta Niaga Mandiri merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di Bagian Pemasaran *Handphone Merk Oppo Camera Phone*. PT. Duta Niaga Mandiri termasuk salah satu perusahaan yang merasakan dampak dari Pandemi Covid 19 yang melanda dunia khususnya Indonesia. Perusahaan sendiri merasakan bagaimana pandemic bisa membuat laba penjualan yang di dapatkan menurun secara signifikan bahkan hingga mencapai 50% dibandingkan tahun sebelumnya.

Tabel 1.1
Laba PT. Duta Niaga Mandiri
Periode 2018-2020

Tahun	Laba (Rp)	Persentase
2018	Rp5,204,394,800	-
2019	Rp6,715,734,810	29,03%
2020	Rp3,431,438,710	-48%

Sumber : PT. Duta Niaga Mandiri (2021)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 laba bersih yang bisa didapatkan PT. Duta Niaga Mandiri mencapai angka Rp5.204.394.800 dalam setahun. Kemudian pada periode 2019 laba bersih perusahaan naik 29.03% menjadi Rp6.715.734.810. Namun, pada tahun 2020 ketika covid menyerang laba perusahaan turun signifikan sebesar 48% menjadi Rp3.431.438.710 diakui

perusahaan bahwa daya beli yang lesu sebagai akibat melemahnya ekonomi pada masa pandemic emnjadi salah satu penyebab dari turunnya laba secara signifikan ini.

Laba yang turun secara signifikan tersebut tentunya bila tidak ditindaklanjuti akan membuat perusahaan tidak mampu membiayai pengeluaran perusahaan bahkan berimbas kepada kerugian. Dalam rangka meningkatkan laba tentunya perusahaan harus mengatur strategi yang tepat agar tercipta kombinasi yang tepat dalam mengatasi situasi ekonomi saat ini. Tidak dipungkiri bahwa salah satu cara yang dilakukan dalam rangka meningkatkan laba adalah dengan menaikkan volume penjualan, namun dengan kondisi pandemi saat ini tentunya perusahaan harus mampu mengevaluasi *cost* yang dikeluarkan dalam rangka meningkatkan penjualan salah satunya adalah melihat seberapa besar pengaruh dari biaya promosi dan biaya operasional terhadap volume penjualan agar mampu dilihat kontribusinya terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Maka dari latar belakang yang telah diuraikan, penulis ingin mengetahui bagaimana Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Operasional, dan Penjualan terhadap Laba perusahaan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti skripsi dengan judul **“PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA OPERASIONAL, DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PT. DUTA NIAGA MANDIRI”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu :

1. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri?
2. Apakah Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri?
3. Apakah Penjualan berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri?
4. Apakah Biaya Promosi, Biaya Operasional, dan Penjualan berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh Penjualan terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi, Biaya Operasional, dan Penjualan terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.

1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak tergeneralisasi secara luas pada PT. Duta Niaga Mandiri. Maka peneliti mengambil batasan dalam penelitian ini terkait periode data penelitian yang akan digunakan yaitu data Biaya Promosi, Biaya Operasional, Penjualan, Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri tahun 2018-2020.

1.5. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1.5.1. Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan menambah wawasan serta kemampuan berfikir terhadap penerapan teori yang telah didapatkan sehingga bisa menjadi bahan pembelajaran bagi dunia pendidikan untuk menambah ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi peneliti dalam menyusun skripsi dimasa yang akan datang.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Untuk pengembangan wawasan penulis dalam penelitian yang dilakukan, serta memperdalam pengetahuan akuntansi mengenai Biaya Promosi, Biaya Operasional, Penjualan, Laba perusahaan.

2. Bagi Pihak Perusahaan

Untuk memberikan informasi atas penelitian yang dilakukan penulis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atas penelitian yang dilakukan penulis sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memperoleh laba perusahaan.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi, masukan dan bahab bacaan untuk penelitian selanjutnya baik untuk kepentingan ilmu pengetahuan akuntansi khususnya akuntansi biaya yang berkaitan dengan Biaya Promosi, Biaya Operasional, dan Penjualan terhadap Laba.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memiliki tujuan dalam memberikan kemudahan penulisan yang sesuai dengan bab-bab yang telah ditentukan sehingga penulisan dapat menjadi teratur, terstruktur, dan jelas.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dapat diuraikan mengenai pendahuluan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara ilmiah dan secara praktis serta sistematika penulisan penelitian secara keseluruhan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan materi yang diteliti, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai panduan untuk memecahkan masalah penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian akan dijabarkan pada bagian ini beserta penjabaran atas pengolahan data yang dilakukan di bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini akan berisi simpulan serta saran-saran yang diberikan atas hasil penelitian yang dijelaskan pada bab sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1 Biaya

2.1.1.1 Pengertian Biaya

Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba, maka pihak manajemen perlu menghitung biaya sebagai salah satu faktor penentuan harga jual.

Menurut Mulyadi (2018) mengemukakan dalam pengertian luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Supriyono (2014) biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan dipakai sebagai pengurang keberhasilan”

Menurut Hansen (2013) biaya adalah kas yang di korbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberimanfaat saat ini atau dimasa akan datang bagi organisasi.

Menurut Nurlela (2013) biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang untuk mendapatkan barang atau

jasa dalam rangka memperoleh penghasilan baik itu saat ini maupu di masa datang bagi perusahaan.

2.1.1.2 Klasifikasi Biaya

Penggolongan biaya dalam akuntansi biaya ditentukan atas dasar tujuan yang ingin dicapai karena dalam akuntansi biaya dikenal istilah “*Different Cost Different Purpose*” artinya berbeda biaya berbeda tujuan.

Maka untuk memudahkan dalam melakukan pencatatan biaya dan menyusun laporan keuangan komponen biaya dikelompokkan dalam beberapa golongan sebagai berikut (Mulyadi, 2018).

a. Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

1. Biaya produksi. Merupakan biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi suatu barang sampai menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan penolong.
2. Biaya pemasaran. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh: biaya iklan, biaya brosur, biaya pembuatan banner, dan biaya promosi sosial media.

3. Biaya administrasi dan umum. Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh: bonus tahunan, dan dana kesehatan.

b. Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai.

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

1. Biaya langsung (*direct cost*). Adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang dibiayai. Contoh: biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*). Adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Contoh: biaya perbaikan mesin, biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja lembur.

c. Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Aktivitas

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi 4 yaitu biaya variabel, biaya semi variabel, biaya semifixed, biaya tetap.

1. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh: biaya bahan baku langsung
2. Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya

tetap dan biaya variabel. Contoh: biaya listrik dan air, biaya pemeliharaan mesin

3. Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh: biaya pengawasan
4. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh: biaya penyusutan mesin dan peralatan.

2.1.2 Biaya Promosi

2.1.2.1 Pengertian Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka memperkenalkan, memasarkan dan atau menganjurkan pemakaian suatu produk untuk mempertakankan atau meningkatkan penjualan. Menurut Tjiptono (2015) biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi /membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.

Biaya promosi merupakan biaya dengan sejumlah besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk mempromosikan produknya guna meningkatkan penjualan. Promosi juga bisa dikatakan sebagai kegiatan yang menyampaikan keunggulan produk dan mempengaruhi tujuan pembelian (Rustami, 2014).

Menurut Sahabuddin (2016) biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen.

Menurut Rangkuti (2013) biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya promosi merupakan biaya yang mendukung perusahaan dalam melakukan promosi guna meningkatkan pendapatan dan penjualan produk yang diproduksi perusahaan.

2.1.2.2 Pengukuran Biaya Promosi

Menurut Rangkuti (2013) biaya promosi adalah biaya yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. Adapun rumus menghitung biaya, yaitu sebagai berikut:

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Promosi Penjualan}$$

2.1.3 Biaya Operasional

2.1.3.1 Pengertian Biaya Operasional

Menurut Nurlela (2012), biaya operasional yaitu biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk mendukung kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut seperti biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum. Menurut

Rudianto (2012), biaya operasional yaitu biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktiva operasional perusahaan sehari-hari.

Menurut Risyana (2018), biaya operasional yaitu biaya yang terkait dengan operasional perusahaan yang meliputi biaya penjualan atau biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, biaya iklan, serta perbaikan dan pemeliharaan. Menurut Mulyadi (2018), biaya operasional adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk menunjang kegiatan operasional dalam untuk mencapai tujuan perusahaan yang lebih maksimal.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan untuk menunjang aktivitas operasional perusahaan, biaya yang mengacu pada beban penjualan, beban administrasi dan umum tetapi tidak termasuk dalam perhitungan harga pokok penjualan.

2.1.1. Pengukuran Biaya Operasional

Biaya operasional diartikan sebagai biaya-biaya yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan produk perusahaan, namun memiliki kaitan langsung dengan kegiatan operasional pada perusahaan sehari-harinya. Menurut Jusuf biaya operasional terdapat dua macam, yaitu pertama biaya penjualan yang kedua adalah biaya administrasi dan umum (Jusuf, 2014). Menurut Jumingan (2017) biaya operasional dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Biaya Operasional} = \text{Biaya Penjualan} + \text{Biaya administrasi dan umum}$$

2.1.4 Penjualan

2.1.4.1 Pengertian Penjualan

Menurut Handoko (2012) penjualan merupakan interaksi saling bertatap muka yang bertujuan untuk menciptakan, memperbaiki, atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan pihak lain. Penjualan adalah suatu proses menjual, namun yang dimaksud penjualan dalam laporan laba-rugi merupakan hasil menjual atau hasil penjualan (Nafarin, 2011).

Menurut Mulyadi (2018) penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik kredit maupun tunai. Sedangkan menurut Hery (2014) penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai, maupun penjualan secara kredit.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjualbelikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan tersebut tambah berkembang.

2.1.4.2 Pengukuran Penjualan

Penjualan dapat diartikan sebagai salah satu sumber pendapatan dari perusahaan, karena semakin tinggi dan banyak penjualan tentu pendapatan yang

didapatkan oleh perusahaan akan semakin tinggi pula. Menurut Sulistyowati (2012) rumus untuk menghitung penjualan adalah sebagai berikut :

$$\text{Penjualan} = \text{Penjualan Barang} - \text{Pemotongan Penjualan} - \text{Retur Penjualan}$$

2.1.5 Laba

2.1.5.1 Pengertian Laba

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan biaya tersebut.

Menurut Themin (2012), laba adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya, kenaikan asset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham. Menurut Harmono (2015), laba bersih adalah pendapatan operasi perusahaan setelah dikurangi biaya bunga dan pajak. Menurut Islahuzzaman (2012), laba adalah selisih total pendapatan dikurangi biaya-biaya dari kegiatan usaha perusahaan yang diperoleh selama periode tertentu.

Menurut Kasmir (2016), laba merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang berorientasi pada laba, karena biasanya keberhasilan dari suatu perusahaan tersebut dilihat dari jumlah laba yang diperolehnya pada periode tertentu. Selain itu Hery (2014), menyatakan laba bersih berasal dari transaksi

pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksi ini di iktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih dari sumber daya masuk (mendapatkan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode tertentu. Melalui laba ini perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan pada konsumen.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah perkiraan antara pendapatan dan beban-beban yang terjadi pada suatu periode tertentu dalam suatu perusahaan.

2.1.5.2 Jenis-jenis Laba

Menurut Harahap (2016), adapun jenis-jenis laba yaitu :

1. Laba kotor yaitu penghasilan penjualan dikurangi dengan harga pokok produksi.
2. Laba bersih usaha (Laba Operasional) yaitu laba kotor yang dikurangi dengan biaya komersial, biaya distribusi (pemasaran), dan biaya administrasi dan umum.
3. Laba bersih sebelum pajak yaitu laba bersih usaha ditambah hasil diluar operasi atau usaha, dikurangi biaya kerugian yang terjadi diluar aktivitas normal perusahaan.
4. Laba bersih sesudah pajak yaitu laba bersih sebelum pajak dikurangi pajak penghasilan.

Menurut (Astuti, 2012), jenis-jenis laba terdiri dari :

- a. Laba bersih adalah selisih lebih pendapatan atau beban-beban dan merupakan kenaikan bersih atau modal yang berasal dari kegiatan usaha.

- b. Laba bruto adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.
- c. Laba usaha adalah jumlah akumulasi laba bersih dari beban usaha atau laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.
- d. Laba ditahan adalah jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi distribusi laba yang dilakukan.

2.1.5.3 Pengukuran Laba

Menurut Soemarso (2014) laba bersih memiliki arti sebagai selisih lebih dari semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian. Menurut Kasmir (2016) laba bersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus seperti dibawah ini yaitu :

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Beban Pajak}$$

2.1.6 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan

Suatu promosi yang tepat, akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pula perkembangan perusahaan (Mursid, 2016). Semakin bertambahnya jumlah pembeli pada akhirnya akan meningkatkan penjualan serta laba perusahaan (Novera, 2015). Kegiatan promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Promosi yang sifatnya mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk dan image produk di hati konsumennya, dan ini perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan barang atau jasa sebagai produksinya. Menurut Widnyana

(2014) promosi bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan. Promosi sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen dengan tujuan perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Prihantara (2015) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap laba perusahaan.

2. Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Perusahaan

Menurut Satwika (2018) biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih, dimana semakin besar biaya operasional, maka akan cenderung mengurangi laba bersih. Penelitian I Wayan Bayu Wisesa (2014) menyatakan bahwa biaya operasional mempunyai pengaruh yang negatif terhadap laba bersih. Artinya semakin besar biaya operasional yang dikeluarkan maka semakin kecil laba bersih yang diperoleh demikian pula sebaliknya semakin kecil biaya operasional yang digunakan maka semakin besar laba bersih yang diperoleh. Menekan biaya seefisien mungkin dan menggunakan sebaik-baiknya merupakan hal yang perlu dilakukan supaya perusahaan dapat mencapai laba sesuai target. Hal ini pada hakikatnya hubungan antara laba dan biaya bertolak belakang. Apabila biaya yang dikeluarkan besar maka laba akan mengalami penurunan serta apabila laba bertambah maka biaya yang dikeluarkan akan lebih sedikit. Menurut (Ratnasih, 2017) apabila manajemen

perusahaan bisa menghemat biaya, laba bersih dapat ditingkatkan oleh perusahaan. Sebaliknya bila perusahaan boros dalam mengeluarkan biaya maka akan mengakibatkan penurunan laba bersih.

3. Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Perusahaan

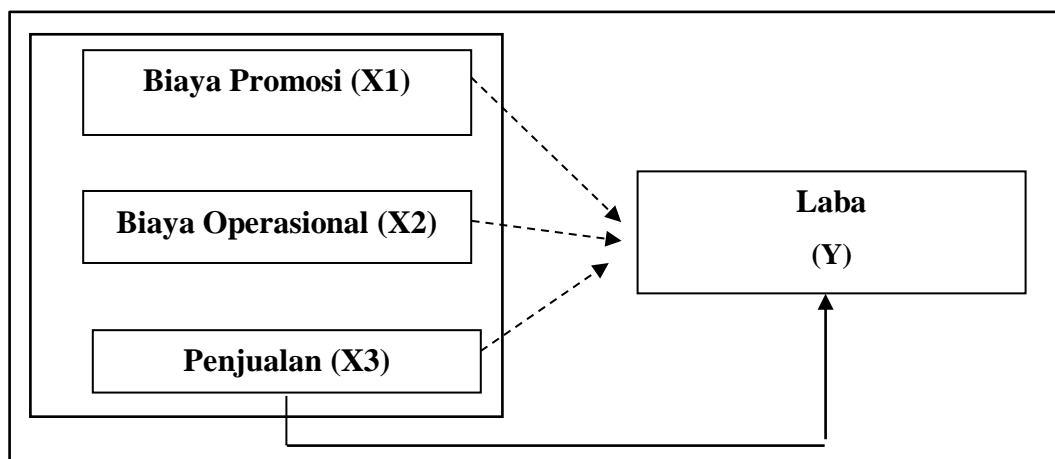
Menurut Risyana (2018) ketika penjualan semakin tinggi, maka laba bersih perusahaan akan semakin tinggi, karena perusahaan akan memperhatikan volume penjualannya untuk meningkatkan laba bersih perusahaan. Penjualan adalah jumlah yang dibebankan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual perusahaan dengan harapan akan memperoleh laba. Semakin tinggi penjualan maka semakin tinggi laba yang akan diperoleh sebaliknya jika penjualan mengalami penurunan maka laba yang akan diperoleh juga ikut menurun (Zahara, 2018). Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih karena bila penjualan hasil produksi perusahaan meningkat maka diharapkan akan menaikkan laba bersih pula, selama hasil penjualan atau pendapatan tersebut lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan (Teratai, 2017).

2.2. Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah memahami gambaran penelitian secara garis besar terutama melalui hubungan bermacam variabel yang diteliti, sebaiknya digunakan

kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran menunjukkan semua variabel yang diteliti, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Menurut Sugiyono (2016) kerangka pemikiran merupakan sebuah model konseptual tentang bagaimana teori penelitian berhubungan dengan faktor yang diteliti. Untuk lebih menjelaskan hubungan antar variabel tersebut, dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti (2021)

Keterangan:

- > Pengaruh secara parsial
- > Pengaruh secara simultan

2.3. Hipotesis

Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Menurut Suharsimi (2013), hipotesis adalah asumsi atau perkiraan atau

dugaan sementara tentang rumusan masalah penelitian yang harus dibuktikan kebenarannya dengan menggunakan data atau informasi yang diperoleh dari hasil penelitian.

Menurut Jannah (2012), hipotesis adalah proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Ditinjau dalam hubungannya dengan variabel penelitian, hipotesis merupakan pernyataan tentang keterkaitan antara variabel-variabel (hubungan atau perbedaan antara dua variabel atau lebih). Menurut Sugiyono (2016), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

Dalam penelitian ini terdapat hipotesisnya sebagai berikut :

- 1) Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.
- 2) Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.
- 3) Penjualan berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.
- 4) Biaya Promosi, Biaya Operasional, dan Penjualan berpengaruh terhadap Laba pada PT. Duta Niaga Mandiri.

2.4. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Susilawati, 2019). Dengan judul penelitian Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya

produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT Gudang Garam Tbk periode 2011-2017. Jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Analisis menggunakan analisis hipotesis yaitu analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian statistik dan hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih di PT Gudang Garam Tbk periode tahun 2011-2017, maka diperoleh hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih. Secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Putranto, 2017), Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Sains Al Qur'an (UNSIQ) Wonosobo, Volume 4, Nomor 3, Tahun 2017. Dengan judul penelitian Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Wonosobo. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai oleh perusahaan sebagai acuan referensi informasi dalam kebijakan bidang operasional perusahaan sehingga perusahaan dapat berproduksi dengan optimal. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji T,

uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan UMKM di Kecamatan Wonosobo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan purposive sampling, sehingga dalam penelitian diambil 113 perusahaan UMKM di kecamatan Wonosobo. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: 1) ada pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Wonosobo; 2) ada pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Wonosobo; dan 3) ada pengaruh biaya produksi dan penjualan secara bersama-sama terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Wonosobo.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Ferliyanti, 2019), Fakultas Akuntansi Universitas Persada Indonesia, Volume 4, Nomor 1, Tahun 2019. Dengan judul penelitian penelitian Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan terhadap Laba Bersih. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016. Berdasarkan metode purposive sampling, jumlah sampel penelitian ini adalah 21 perusahaan. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, pengujian data panel, uji normalitas data dan uji hipotesis. Alat ukur yang digunakan untuk analisis ini adalah program Eviews 9. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji parsial (uji t), Biaya Produksi dan Penjualan Berpengaruh terhadap Laba Bersih dengan nilai probabilitas masing-masing 0,0086 dan $0,0000 < 0,05$. Sedangkan Biaya Operasional tidak berpengaruh terhadap Laba Bersih dengan nilai probabilitas $0,9380 > 0,05$. Secara simultan (uji f), biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih dengan nilai probabilitas $0,0000 < 0,05$.

4. Penelitian dilakukan oleh (Syaputra, Yuliandhary, & Mahardika, 2018). Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Volume 5, Nomor 1, Tahun 2018. Dengan judul penelitian Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya produksi dan biaya operasional secara simultan maupun parsial. Sampel yang digunakan adalah PT. Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant periode 2013-2016 yang menyajikan laporan keuangan secara konsisten pada periode penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan metode penarikan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Analisis data dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan untuk hipotesis digunakan uji t dan uji F dengan menggunakan software SPSS versi 24. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara bersama-sama biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih, dengan nilai koefisien

determinasi 99,9 %. Uji parsial menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih sementara itu biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Yulianti, 2017), Fakultas Ekonomi Universitas maritime Raja Ali Haji Tanjungpinang, Tahun 2017. Dengan judul penelitian Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Pendapatan Usaha, dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya operasional pendapatan usaha, dan perputaran total aktiva terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 baik secara parsial maupun simultan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Metode pengumpulan data yang digunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya operasional dan pendapatan usaha berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya produksi dan perputaran total aktiva tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi biaya operasional, pendapatan usaha, dan perputaran total aktiva berpengaruh terhadap laba bersih. Uji R^2 diperoleh adjusted R^2 0,511, artinya 51,1% laba bersih dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya operasional, pendapatan usaha, dan perputaran total aktiva. Sedangkan sisanya

48,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan prosedur statistika atau dengan melalui cara kuantifikasi (pengukuran) untuk menghasilkan penemuannya. Menurut Idham (2015), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistic bertujuan untuk menguji hipotesis.

Penulis menggunakan metode tersebut, karena penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif dimana Biaya Promosi, Biaya Operasional, Penjualan berpengaruh dan Laba dalam penelitian ini menggunakan data angka dan diolah menggunakan prosedur statistik.

3.2. Jenis Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu data sekunder. Menurut (Indriantoro, 2013), data sekunder adalah sumber data penelitian yang didapatkan peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (dicatat oleh pihak lain) yang mempunyai informasi data tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, karena mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah pihak lain yaitu

informasi dari PT. Duta Niaga Mandiri. Sumber data yang digunakan yaitu data Biaya Promosi, Biaya Operasional, Penjualan, dan Laba tahun 2018-2020 dengan mengambil data per bulan (36) data.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016), pengumpulan data merupakan kegiatan yang menggunakan prosedur yang sistematis dan standart untuk memperoleh daya yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, Skripsi, Referansi Dan Literature yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.

2. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan cara penyalinan dan pengarsipan data-data dari sumber yang tersedia. Pada penelitian ini, dokumentasi atas data-data berupa laporan keuangan di PT. Duta Niaga Mandiri.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sujarweni (2015), definisi operasional adalah variabel penelitian yang dijelaskan adalah untuk memahami arti setiap variabel penelitian

sebelum dilakukan analisis, instrument, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Adapun variabel penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Independen)

Menurut Sugiyono (2016), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain yang sifatnya berdiri sendiri. Didalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (independen) yaitu Biaya Promosi (X_1), Biaya Operasional (X_2), dan Penjualan (X_3). Menurut Tjiptono (2015) biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi /membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Menurut Mulyadi (2018), biaya operasional adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk menunjang kegiatan operasional dalam untuk mencapai tujuan perusahaan yang lebih maksimal. Menurut Hery (2014) penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai, maupun penjualan secara kredit.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2016), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Laba (Y). Menurut Kasmir (2016), laba merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang

berorientasi pada laba, karena biasanya keberhasilan dari suatu perusahaan tersebut dilihat dari jumlah laba yang diperolehnya pada periode tertentu. Selain itu Hery (2014), menyatakan laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksi ini di iktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih dari sumber daya masuk (mendapatkan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode tertentu. Melalui laba ini perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan pada konsumen.

3.5. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), pengolahan data merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan factual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis *statistic*.

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016), teknik analisis data adalah cara mengolah data yang telah diperoleh dari lapangan. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan software computer SPSS (*Statistical Program*

for Social Science) versi 23 for windows untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

3.6.1. Uji Asumsi Klasik

Untuk pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebagai prasyarat dalam menggunakan persamaan regresi berganda adalah terpenuhinya uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data penelitian valid, tidak bias, konsisten, dan penaksiran koefisien regresinya efisien (Ghozali, 2016). Empat uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi asumsi, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Dimana analisis parametrik merupakan teknik yang menggunakan data interval atau selang dan rasio berdasarkan fakta yang bersifat pasti dan berdasarkan sampel. Beberapa metode uji normalitas yaitu :

1. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi *normal poisson, uniform,* atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0.05.

2. Metode grafik normal P-P Plots dengan metode grafik yaitu melihat penyebaran data ada sumber diagonal pada grafik normal P-P *Plot of regression standardizes residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016).

Menurut Ghozali (2016) menyatakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan sebagai berikut:

- a) *Tolerance value* < 0,10 atau VIF > 10 : terjadi multikolinieritas.
- b) *Tolerance value* > 0,10 atau VIF < 10 : tidak terjadi multikolinieritas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau

tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Menurut Ghozali (2016) pengujian untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai produksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang teratur di dalam grafik *scatterplot* antara SRESID dengan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residunya. Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa terjadi heterokedastisitas.

Begitu juga sebaliknya, jika tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil grafik *scatterplot* ini akan ditunjang dengan uji glejser. Uji ini dengan melihat nilai signifikansinya.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi.

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial (Ghozali, 2016). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Laba

a = Konstanta

b_1 s/d b_3 = Koefisien regresi dari variabel X

X1 = Biaya Promosi

X2 = Biaya Operasional

X3 = Penjualan

e = Faktor lain diluar model (residu)

3.6.3. Uji Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan secara bersama dapat mempengaruhi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis yang telah dibuat, dilakukan serangkaian pengujian hipotesis, sebagaimana diuraikan pada bagian berikut ini.

1. Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Koefisien Regresi Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Menurut Ghozali (2016) uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variable independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variable dependen secara parsial. Tingkat signifikan pada penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tingkat signifikan adalah tingkat toleransi kesalahan yang dapat terjadi dalam penelitian ini. Dengan kriteria pengambilan keputusan:

1. Ho ditolak : $\text{Sig-t} < 0,05$, yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. Ho diterima : $\text{Sig-t} > 0,05$, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
3. Pengujian Nilai Kritis (t tabel)

T tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan df (n-k-1) dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen.

Adapun kriteria pengujian Uji-T menurut Priyatno (2014) adalah:

- a. Jika $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

Sedangkan kriteria pengujian secara signifikansi adalah :

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

2. Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji statistik F, yaitu ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel independen terhadap variabel terikat. Menurut Ghozali (2016) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan yaitu :

- a. Menentukan hipotesis .
- b. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha=5\%$)

- c. Menentukan F hitung
- d. Menentukan F *tabel*

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 90%, $\alpha = 10\%$, dengan ketentuan *degree of freedom* (df) 1 = (k-1) dan *degree of freedom* (df) 2 = (n-k-1) dimana n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen

e. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$

Ho ditolak jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

f. Membandingkan F hitung dengan F tabel

g. Kesimpulan

3. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu (Ghozali, 2016).

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independent. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2016).

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti. (2012). *Analisis Laba Bersih Dan Laba Bruto Pada PT Bina Karya (Persero) Kantor Cabang Padang*. Jurnal Benefita Februari, 1(8).
- Ferliyanti, H. (2019). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016*. Universitas Persada Indonesia.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan SPSS (Keempat)*. Semarang: Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2015). *Teori Akuntansi Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Idham, J. R. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Islahuzzaman. (2012). *Akuntansi Pendapatan*. Jakarta: Harvarindo.
- Jumingan. (2017). *Analisis Laporan Kauangan*. Jakarta: PT PT Bumi Aksara.
- Jusuf, J. (2014). *Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perum Jasa Tirta I Wilayah Operasi Sungai Kali Brantas. Jurnal Akuntansi Dan Asset Tetap, 1(3)*.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurlela, B. B. (2017). *Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk*. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis (Akmenbis), 1(4).
- Putranto, A. (2017). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas

Sains Al Qur'an (UNSIQ) Wonosobo, 4(3).

Risyana, R. (2018). *Akuntansi Biaya Operasional*. Jakarta: Alfabeta.

Risyana, R., & Suzan, L. (2018). *Pengaruh Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih*. E-Proceeding of Management, 5(2), 2449–2459.

Satwika, F. (2018). *Pengaruh Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan Terhadap Laba Bersih Pada PT Adhi Karya (Persero) Tbk*. Jurnal Akuntansi Biaya, 1(2).

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, A. (2015). *Metodologi penelitian. bumi aksara*.

Sujarweni, V. W. (2017). *Analisa Laporan Keuangan (Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PustakaBaruPress.

Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. Yogyakarta: Caps.

Susilawati. (2018). *Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih PT Indocement Tunggal Prakarsa (Persero) Tbk Periode 2010-2017*. Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi.

Sutrisno. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Ekonisia.

Swasta, B., & Handoko, H. (2013). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Syaputra, D. P., Yuliandhary, W. S., & Mahardika, D. P. K. (2018). *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih*. Jurnal Akuntansi, 5(1).

- Teratai, Bunga. (2017). *Pengaruh Modal Kerja dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2015*. Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Mulawarman.
- Yulianti, D. E. (2017). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Pendapatan Usaha, dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) Tanjungpinang.
- Yuliman, Ahmad. (2016). *Pengaruh penjualan bersih dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada PT. Aneka Tambang,Tbk*. Jurnal Ilmiah Akunta

Curriculum Vitae



A. Data Pribadi

Nama : Yulianti
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang 25 November 1989
Status : Menikah
Agama : Islam
E-mail : yulilianty@gmail.com
Alamat : Jl Uban km. 12 Perumahan
kenangan jaya

B. Riwayat Pendidikan

Tingkat Sekolah	Nama Sekolah
Sekolah Dasar	SD NEGERI 009 PALEMBANG
Sekolah Menengah Pertama	SMP NEGERI 1 PALEMBANG
Sekolah Menengah Atas	SMK NEGERI 2 TPI