

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HASIL PENJUALAN
TERHADAP LABA PADA PT. SIJORI INTERBINTAMA
PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

ANGGELY RIZKI RAHMADINI

18622190



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

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HASIL PENJUALAN
TERHADAP LABA PADA PT. SIJORI INTERBINTAMA
PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

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

OLEH

**ANGGELY RIZKI RAHMADINI
18622190**

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



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

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HASIL PENJUALAN
TERHADAP LABA PADA PT. SIJORI INTERBINTAMA
PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG**

Diajukan kepada :

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

Oleh :

NAMA : ANGGELY RIZKI RAHMADINI
NIM : 18622190

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Meidi Yanto, S.E., M.Ak
NIDN. 8804900016/ Lektor

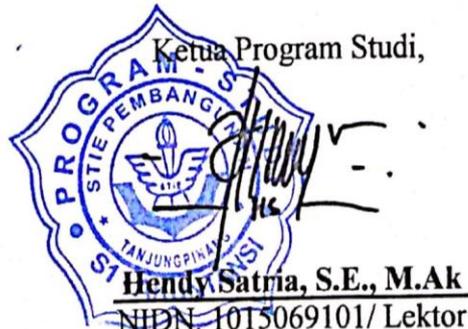
Pembimbing Kedua,



Marina Lidya, S.Pd., M.Pd
NIDN. 1024037602/ Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,



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

Skripsi Berjudul

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HASIL PENJUALAN
TERHADAP LABA PADA PT. SIJORI INTERBINTAMA
PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : ANGGELY RIZKI RAHMADINI
NIM : 18622190

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Dua Puluh Tiga Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



Meidi Yanto, S.E., M.Ak
NIDN. 1015069101/ Lektor

Sekretaris,



Rachmad Chartady, S.E., M.Ak
NIDN. 1021039101/ Asisten Ahli

Anggota,



Vanessa Meifari, S.E., M.Ak
NIDN. 1026059301/ Asisten Ahli

Tanjungpinang, 23 Agustus 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,



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

PERNYATAAN

Nama : Anggely Rizki Rahmadini
NIM : 18622190
Tahun Angkatan : 2018
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,54
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Distribusi dan Hasil Penjualan Terhadap Laba Pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang

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

Tanjungpinang, 23 Agustus 2022

Penyusun,

ANGGELY RIZKI RAHMADINI
NIM : 18622190

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur ku ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadamu Ya Allah, karena diberikan kehadiran orang-orang yang baik di sekeliling saya. Yang selalu memberi do'a dan semangat, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang sangat saya sayangi dan selalu ada buat saya.

Papa dan Mama Tercinta

Sebagai tanda hormat dan terimakasih sebesarnnya, lie persembahkan karya kecil ini untuk papa dan mama yang telah memberi kasih dan sayang, dukungan serta cinta kasih yang tak terhingga yang tidak mungkin bisa lie balas dengan kata-kata dan persembahan ini. Dan semoga ini dapat menjadi langkah pertama yang bisa lie lakukan untuk membuat papa dan mama bangga.

Teman-teman Terdekat

Untuk teman-teman sekalian, tidak ada paling menyenangkan jika berkumpul dengan kalian, walau kadang-kadang kita bertengkar, pasti ada canda gurau juga yang kita rasakan. Tapi hal tersebut membuat hari-hari yang kita jalani lebih berwarna yang tak akan bisa dilupakan. Terimakasih atas support dan kasih sayang kalian kepada aku.

HALAMAN MOTO

*"Everyday spent procrastinating is another day spent worrying about that thing.
Do it now and move on with your life"*

KUNCI UNTUK KEHIDUPAN yang baik bukan tentang memedulikan lebih banyak hal, tapi tentang memedulikan hal yang sederhana saja, hanya peduli tentang apa yang benar dan mendesak dan penting - (Mark Manson)

Not to spoil the ending, but everything is going to be Ok

- Remember : If you avoid failure, you also avoid success -

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas karunia dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam bentuk maupun isi berdasarkan pedoman yang telah ditetapkan. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Biaya Distribusi dan Hasil Penjualan terhadap Laba Pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang”** ditulis guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Sarjana Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Charlie Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Wakil Ketua I bidang akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Wakil Ketua II bidang Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, M.M. selaku Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak. selaku Ketua Program Studi S-1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Meidi Yanto, S.E., M.Ak. selaku pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Marina Lidya S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak dan Ibu dosen serta staf-staf di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang telah membantu dalam segi informasi selama perkuliahan di STIE Pembangunan.
9. Kepala perwakilan dan staff PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Orang tua saya, yaitu papa dan mama tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat dalam segala hal agar penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
11. Bang Irvan dan keluarga besar Armen yang selalu mensupport saya.
12. Untuk Anggi Rizalihadi yang sudah membantu saya dari segala kebutuhan dalam skripsi ini tanpa pernah menolak.

13. Serta teman-teman saya dari grup temensyu yaitu Ayunda, Divani, Ila, Nanda, Widya dan Safitri yang selalu meyakinkan, membantu dan mendukung saya.
14. Shifa, Kirana dan Uci yang mendukung dan menemani saya dari awal masuk perkuliahan hingga selesai.
15. Untuk Mahasiswa/i Akuntansi Malam 2 Angkatan 2018 yang telah bekerja sama dalam perkuliahan di STIE Pembangunan Tanjungpinang.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
17. *Last but not least. To my self, i am proud you have come this far and thanks for doing all this hard work.*

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan pihak yang menggunakannya, khususnya mahasiswa/i Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 23 Agustus 2022

Peneliti

Anggely Rizki Rahmadini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Akuntansi Biaya.....	11
2.1.2 Laba.....	11

2.1.3 Biaya Distribusi.....	16
2.1.4 Hasil Penjualan.....	22
2.2 Hubungan antara Variabel Bebas dan Variabel Terkait.....	26
2.2.1 Hubungan antara Biaya Distribusi terhadap Laba	26
2.2.2 Hubungan antara Hasil Penjualan terhadap Laba	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis.....	29
2.5 Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Jenis Data	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Definisi Operasional Varibel.....	36
3.6 Teknik Pengolahan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Statistik Deskriptif	38
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.7.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.2 Penyajian Data	52
4.1.3 Analisis Data Penelitian	59

4.1.3.1 Statistik Deskriptif	60
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik	60
4.1.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.1.3.4 Uji Hipotesis	67
4.2 Pembahasan.....	70
4.2.1 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Laba.....	70
4.2.2 Pengaruh Hasil Penjualan terhadap Laba.....	72
4.2.3 Pengaruh Biaya Distribusi dan Hasil Penjualan terhadap Laba.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKAs

LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data Laba Koran Batam Pos Pada PT.Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjung Pinang Periode 2019-2021	6
Tabel 4.1	Data Biaya Distribusi (X_1) Periode 1 Januari 2019 – 31 Desember 2021	53
Tabel 4.2	Data Hasil Penjualan (X_2) Periode 1 Januari 2019 – 31 Desember 2021	55
Tabel 4.3	Data Laba (Y) Periode 1 Januari 2019 – 31 Desember 2021	57
Tabel 4.4	Hasil Uji Statistik Deskriptif	60
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas (<i>One-Sample Kolmogorov Smirnov</i>)	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Parsial (Uji t)	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT.Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.....	49
Gambar 4.2	Data Biaya Distribusi (X_1) Periode 1 Januari 2019 - 31 Desember 2021	54
Gambar 4.3	Data Hasil Penjualan (X_2) Periode 1 Januari 2019 - 31 Desember 2021	56
Gambar 4.4	Data Laba (Y) Periode 1 Januari 2019 - 31 Desember 2021	58
Gambar 4.5	Hasil Uji Normalitas P-P Plot	61
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas Histogram	61
Gambar 4.7	Hasil Uji Heterokedastisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

No. Gambar	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Data Biaya Distribusi, Hasil Penjualan dan Laba
Lampiran 2	: Hasil Pengujian SPSS
Lampiran 3	: Surat Keterangan
Lampiran 4	: Persentase Plagiat

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HASIL PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PT. SIJORI INTERBINTAMA PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG

Anggely Rizki Rahmadini. 18622190. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang. anggelyrizki1712@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi dan hasil penjualan terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang . Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan statistik dengan tujuan untuk mengetahui hasil dari penelitian tersebut.

Data yang digunakan adalah data sekunder. Dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software computer SPSS (Statistical Program for Social Sciene)* versi 26 for windows. Untuk mengetahui prediksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya distribusi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba, hasil penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba, dan biaya distribusi dan hasil penjualan berpengaruh simultan atau secara bersama-sama terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang Periode 2019-2021.

Dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus lebih memperhatikan jalannya kegiatan usaha operasional dengan baik, agar biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan sesuai dengan target untuk meningkatkan hasil penjualan sehingga perusahaan akan memperoleh laba yang maksimal.

Kata Kunci : Biaya Distribusi, Hasil Penjualan, Laba

Dosen Pembimbing I : Meidi Yanto, S.E.,M.Ak

Dosen Pembimbing II : Marina Lidya, S.Pd.,M.Pd

ABSTRACT

THE EFFECT OF DISTRIBUTION COST AND SALES ON PROFIT PT. SIJORI INTERBINTAMA PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG

Anggely Rizki Rahmadini. 18622190. Accounting. STIE Pembangunan
Tanjungpinang. anggelyriski1712@gmail.com

The purpose of this study was to determine the effect of distribution costs and sales results on profits at PT. Sijori Interbintama Press Representative of Tanjungpinang . This study uses quantitative methods, namely research that uses statistics with the aim of knowing the results of the research.

The data used is secondary data. And the data analysis technique in this study used computer software SPSS (Statistical Program for Social Science) version 26 windows. To determine the prediction of the relationship between the independent variable and the dependent variable.

The results of this study indicate that distribution costs have no partial effect on profits, sales results partially affect profits, and distribution costs and sales results have a simultaneous or joint effect on profits at PT. Sijori Interbintama Press Representative of Tanjungpinang for the 2019-2021 period.

It can be concluded that the company should pay more attention to the running of its operational business activities properly, so that the distribution costs incurred by the company are in accordance with the target to increase sales results so that the company will get maximum profit.

Keywords : *Distribution Cost, Sales, Profit.*

Lecture Adviser I : Meidi Yanto, S.E.,M.Ak

Lecture Adviser II : Marina Lidya, S.Pd.,M.Pd

B A B I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa adalah sarana komunikasi yang biasa digunakan oleh masyarakat, untuk mendapatkan informasi dengan proses penyampaian pesan dari sumber tertentu kepada masyarakat berupa tulisan maupun perangkat elektronik. Media massa bukan hanya sekedar menyampaikan informasi namun juga sebagai sarana pendidikan, sosial serta lembaga ekonomi. Media massa yang pertama kali ada yaitu media cetak. Media cetak merupakan inovasi teknologi yang berpengaruh besar bagi industri komunikasi dalam melayani publik akan informasi dan hiburan. Majalah, tabloid dan koran termasuk beberapa jenis media cetak yang sering digunakan tetapi daya minat koran lebih banyak.

Di Indonesia memiliki beberapa tipe koran, ada koran nasional dan koran lokal. Koran nasional menjangkau luas seluruh Indonesia dan biasanya berkedudukan di ibukota Negara. Sedangkan koran lokal hanya dijangkau di daerah seperti (provinsi, kabupaten dan kota), yang didominasi berita daerah sekitar. Misalnya koran Tribun Batam, Pos Metro, Tanjungpinang Pos dan Batam Pos yang semuanya terletak di provinsi Kepulauan Riau. Koran lokal dan nasional terbit setiap hari secara berkelanjutan, namun banyaknya surat kabar yang terbit menambah daya saing penjualan media cetak lainnya.

Saat ini surat kabar tidak hanya bersaing sesamanya, tetapi juga dengan media online. Media cetak berkompetisi dengan media online, karena media

online memberikan informasi jauh lebih cepat dan *up to date*. Tetapi koran masih bertahan dikarenakan mempunyai kelebihan dengan mengulas berita secara detail. Perkembangan industri media membuat setiap perusahaan melakukan berbagai strategi untuk bertahan dan menghadapi tantangan di tengah persaingan yang makin meningkat. Keberadaan koran menjadi satu-satunya alat menyebarkan informasi dengan media komunikasi dengan mempertemukan penjual dan pembeli. Setiap informasi yang didapat, koran memiliki standar kriteria mendasar yaitu bermanfaat, relevan, akurat dan faktual.

Dengan berkembangnya media informasi dan komunikasi membuat media online tumbuh secara cepat dan meningkat sehingga mampu menggantikan media cetak. Timbulnya hal tersebut membuat oplah media cetak terancam akan penurunan drastis, karena pemasukan yang didapat dalam industri ini hasil penjualan surat kabar serta pemasangan iklan di koran tersebut. Beberapa media cetak melakukan adaptasi pada teknologi yang semakin maju untuk menanggapi permasalahan media online lebih sering digunakan daripada koran. Maka dari itu, media cetak harus memiliki strategi untuk mempertahankan koran pada saat ini.

Adanya era disrupsi ini membuat banyak perubahan dalam segala bidang maupun itu dari segi sistem, tatanan dan perubahan inovasi. Sehingga tingkat persaingan dalam bisnis lokal maupun global menjadi sangat kompetitif. Pada saat ini beberapa perusahaan bermunculan yang artinya menandakan bahwa berkembangnya zaman semakin maju. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa memperhatikan hal-hal penting dalam mengembangkan produk yang dijual.

Disamping adanya era disrupsi, pada tahun 2019 wabah virus corona (Covid-19) mulai terdeteksi di Wuhan, China. WHO menyatakan penyakit tersebut sebagai pandemi dan mulai masuk ke Indonesia di awal tahun 2020, tidak hanya Indonesia tetapi seluruh dunia merasakan dampaknya baik dari sosial maupun ekonomi. Sebelum adanya pandemi ini kita bisa bersosialisasi dengan normal. Namun dengan adanya pandemi, pemerintah mengeluarkan larangan dan batasan keluar rumah. Sehingga banyak pekerja yang bekerja dirumah (*work from home*). Hal tersebut membuat sektor ekonomi memiliki dampak, beberapa perusahaan juga melakukan pemotongan gaji hingga PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Salah satu perusahaan yang berdampak yaitu PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang. Perusahaan ini mulai kehilangan pelanggannya satu persatu dan hasil penjualan koran semakin berkurang di karenakan adanya peraturan pemerintah dan kondisi ekonomi. Pelanggan lebih selektif membelanjakan uangnya untuk kebutuhan pokok dibandingkan membeli koran untuk dibaca. Sehingga laba yang didapatkan perusahaan menurun.

PT. Sijori Interbintama Pers berdiri sejak tahun 1998 yang sebelumnya surat kabar tersebut bernama Harian Pagi Sijori Pos. Namun pada tahun 2003 nama Sijori Pos tersebut diganti menjadi Batam Pos. Yang dimana di bawah manajemen PT. Sijori Interbintama Pers. Perusahaan ini merupakan perusahaan koran lokal yang berada pada provinsi Kepulauan Riau. Surat kabar ini termasuk dalam grup koran Jawa Pos dan memiliki kantor pusat yaitu berada di kota Batam. Sedangkan kantor cabang ada di kota Tanjungpinang dengan nama PT. Sijori

Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang. Pada kantor cabang ini lebih mencakup kepada kota sekeliling Tanjungpinang.

Setiap perusahaan mempunyai target penjualan kedepannya, namun seiring berjalannya waktu pelanggan koran Batam Pos semakin berkurang dikarenakan turunnya minat baca pada koran. Sehingga munculnya media digital dan juga media sosial, yang dimana membuat masyarakat lebih memanfaatkan hal tersebut untuk mendapatkan informasi lebih cepat dan tanpa biaya.

Mendirikan suatu perusahaan tentu memiliki tujuan untuk meningkatkan hasil penjualan, mempertinggi daya saing dan juga meminimalkan biaya-biaya yang telah dikeleuarkan agar dapat mencapai laba yang diinginkan. Dengan berkembangnya perusahaan keuntungan atau laba yang dicapai perusahaan dapat sebagai alat ukur keberhasilan perusahaan tersebut. Apabila tujuan itu dapat dicapai maka pertahanan perusahaan kedepannya mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan yang lain.

Laba merupakan hal utama bagi perusahaan yang mempunyai peranan sangat penting yang berguna untuk menilai kinerja manajemen perusahaan baik atau tidaknya. Hubungan antara biaya distribusi dan hasil penjualan sangat berpengaruh terhadap laba yang nantinya akan didapatkan oleh perusahaan. Ketika perusahaan mengelola biaya distribusi dengan efektif dan efisien, yang dilakukan secara estafet sehingga sampai ke tangan konsumen tepat waktu. Maka, semakin banyak produk yang terjual dan semakin besar juga hasil penjualan yang di dapat. Sehingga laba perusahaan akan mengalami peningkatan juga.

Laba yang didapatkan tentu berasal dari hasil penjualan yang sudah dikurangi dengan biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan. Hasil penjualan merupakan keseluruhan dari hasil kegiatan penjualan suatu produk perusahaan. Dengan adanya penjualan bersih dari laporan laba rugi perusahaan/laporan operasi. Dengan meningkatnya penjualan maka semakin tinggi kemungkinan mendapat laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Agar tercapainya hasil penjualan yang sudah ditargetkan, perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan. Penjualan memiliki peranan penting bagi perusahaan, jika suatu proses penjualan sering terjadi kegagalan, maka besar kemungkinan kehidupan perusahaan tidak akan terjamin.

Perusahaan mempunyai target pendapatan dan menginginkan omzet yang terus meningkat dari bulan ke bulannya, berbagai cara harus dilakukan oleh suatu perusahaan salah satunya perusahaan harus terus berusaha agar produk yang mereka jual terus meningkat dan biaya distribusi diperkecil. Naik turunnya hasil penjualan sangat mempengaruhi kepada perkembangan dan kelangsungan hidup suatu produk yang dipasarkan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi laba juga merupakan distribusi. Dengan adanya distribusi ini membuat lebih efisien, penghematan, dan lebih baik digunakan untuk bisnis utama daripada investasi. Semakin banyak kegiatan distribusi maka semakin banyak juga laba dan hasil penjualan yang didapatkan oleh perusahaan. Distribusi merupakan kegiatan yang memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dengan kata lain, proses distribusi merupakan aktivitas yang mampu menciptakan nilai

tambah produk dan memperlancar pemasaran. Suatu kegiatan yang dapat memperlancar dan juga dapat dipermudahkan dalam pengiriman barang dan jasa dari penjual ke konsumen.

Biaya distribusi juga merupakan biaya tanggungan perusahaan yang berhubungan langsung dengan segala kegiatan pendistribusian koran, mulai dari biaya saat koran telah diproduksi dan sampai koran tiba di tempat pelanggan yang telah diantarkan oleh loper koran. Semakin besar biaya distribusi maka semakin tinggi juga hasil penjualan yang di dapat oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan jalannya proses pendistribusian agar biaya distribusi yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

Sementara itu, perangkat organisasi yang saling bergantung satu sama lain dalam menyediakan produk atau jasa untuk digunakan oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi yang dilakukan dengan tepat dan juga teratur bisa diharapkan koran tersebut dapat terjual dengan jumlah yang lebih banyak. Perusahaan harus melihat pendapatan yang diterima dan biaya yang dikeluarkan selama jalannya kegiatan operasi, agar usaha yang dikerjakan dapat menghasilkan keuntungan untuk kelangsungan usahanya.

Berikut adalah tabel data hasil penjualan koran Batam Pos pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.

Tabel 1.1
Data Laba Koran Batam Pos Pada PT.Sijori Interbintama Pers Perwakilan
Tanjungpinang Periode 2019-2021

Tahun	Biaya Distribusi	Hasil Penjualan	Laba
2019	Rp 136.661.720	Rp 2.033.241.300	Rp 1.779.891.000
2020	Rp 101.982.560	Rp 1.706.836.700	Rp 1.480.339.700
2021	Rp 122.155.080	Rp 1.464.392.400	Rp 1.285.320.300

Sumber : PT. Sijori Intermedia Pers Perwakilan Tanjungpinang 2019,2020 dan 2021.

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa data yang penulis dapatkan dari PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang hasil penjualan koran pada periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami deflasi atau biasa disebut penurunan. Pada tahun 2019 perusahaan mengeluarkan biaya distribusi sebesar Rp. 136.661.720, dengan hasil penjualan sebesar Rp. 2.033.241.300, dan laba yang di dapat sebesar Rp 1.779.891.000. Tahun 2020 perusahaan mencoba untuk menurunkan biaya distribusinya menjadi Rp. 101.982.560, dan hasil penjualan turun menjadi Rp. 1.706.836.700, dengan laba yang di dapat sebesar Rp. 1.480.339.700. Pada tahun 2021 perusahaan mencoba menaikkan kembali biaya distribusinya menjadi Rp. 122.155.080, namun nyatanya tidak menaikkan hasil penjualan melainkan terus mengalami penurunan menjadi Rp. 1.464.392.400, dan laba pun ikut menurun menjadi Rp. 1.285.320.300.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian dalam rangka untuk menilai apakah biaya distribusi dan hasil penjualan layak untuk meningkatkan laba untuk mencapai tujuan. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian ini dengan judul: **"PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HASIL PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PT. SIJORI INTERBINTAMA PERS PERWAKILAN TANJUNGPINANG"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan peneliti yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang ?
2. Apakah hasil penjualan berpengaruh terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang ?
3. Apakah biaya distribusi dan hasil penjualan berpengaruh terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini bisa mencapai tujuan yang diinginkan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Dalam hal ini peneliti berfokus pada biaya distribusi, hasil penjualan dan laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang pada periode 2019, 2020 dan 2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap laba PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh hasil penjualan terhadap laba PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi dan hasil penjualan terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan yang dapat diperoleh dari peneliti ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan memberi manfaat teoritis untuk menambah pengetahuan ilmiah dalam bidang Akuntansi di Indonesia.
2. Sebagai masukan untuk mengembangkan ilmu Akuntansi yang berkaitan dengan biaya distribusi, hasil penjualan dan laba.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

- a) Penelitian ini dapat memberikan wawasan atau pengetahuan mengenai pengaruh biaya distribusi dan hasil penjualan pada laba di suatu perusahaan, dan pastinya berguna di waktu yang akan datang.
- b) Lebih memahami implementasi dari teori-teori yang di peroleh selama di bangku perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan pendukung keputusan untuk masalah yang dihadapi perusahaan, terutama menyangkut pengaruh biaya distribusi dan hasil penjualan terhadap laba.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi, pertimbangan serta perbandingan untuk penulisan penelitian di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penilitan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian tentang landasan teori yang berkaitan dengan penyusunan usulan peneliti ini, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi data *sampling*, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum perusahaan dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Grand Theory

Grand Theory yang mendasari penelitian ini adalah teori *stakeholders* (Teori Pemangku Kepentingan). Yang dimana teori tersebut telah muncul sebagai narasi baru untuk memahami serta memperbaiki tiga masalah bisnis yang saling berhubungan masalah memahami bagaimana nilai diciptakan dan diperdagangkan, para manajer berpikir tentang manajemen sehingga dua masalah pertama dapat diatasi. Masalah ini penting dan efeknya tidak terbatas pada teori dalam manajemen, namun juga melintasi berbagai disiplin ilmu dan pada akhirnya menyarankan revisi tentang bagaimana kita harus berpikir tentang kapitalisme (Ghozali, 2020).

Dari perspektif teori *stakeholders* ini, bahwa dapat dipahami bisnis sebagai kumpulan hubungan antar kelompok yang memiliki kepentingan dalam aktivitas yang membentuk bisnis tersebut. Seperti komunitas dan manajer berinteraksi untuk bersama-sama menciptakan dan memperdagangkan nilai. Untuk memahami bisnis adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan ini bekerja dan berubah seiring waktu. Tugas eksekutif untuk mengelola dan membentuk hubungan ini untuk menciptakan nilai sebanyak mungkin bagi pemangku kepentingan untuk mengelola distribusi nilai tersebut.

Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukan hanya entitas yang beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Maka pengungkapan sosial dapat dianggap bahwa sebagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.

Maka dengan berdasarkan teori tersebut, perusahaan akan menganalisis teori pemangku kepentingan mana yang dapat memberikan manfaat bagi suatu perusahaan dan yang tidak memberikan manfaat, sehingga diantara perusahaan dan masyarakat dapat mempunyai hubungan yang saling menguntungkan bagi keduanya.

2.1.2 Laba

2.1.2.1 Pengertian Laba

Laba menurut (Subramanyam, 2017) adalah pendapatan serta keuntungan yang sudah dikurangi dengan beban dan kerugian. Dan laba juga merupakan pengukuran sebuah aktivitas operasi yang ditentukan menggunakan dasar akuntansi yang akrual. Laba meringkas dampak keuangan akibat aktivitas suatu operasi suatu bisnis. Pengukuran dan pengakuan laba tersebut melibatkan estimasi dan interpretasi dari sebuah transaksi dan peristiwa yang akan diterapkan.

Penjumlahan yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi yaitu merupakan pendefinisian dari laba menurut (Harahap, 2015). Suatu laba merupakan sebagai perubahan dalam ekuitas dari entitas selama suatu periode yang berakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal dari bukannya pemilik.

Laba juga merupakan parameter paling penting dari kinerja keuangan perusahaan. Dengan begitu adanya laporan laba rugi memiliki tujuan utama untuk menjelaskan bagaimana menentukan laba, dengan melaporkan komponen pentingnya sebagai pos terpisah. Apabila semua penghasilan lebih besar dibanding biaya maka selisihnya adalah laba bersih (Supriyono, 2016).

Menurut (Jumingan, 2019) pada setiap jangka waktu tertentu, umumnya satu tahun. Perusahaan perlu memperhitungkan hasil usaha perusahaan yang akan dituangkan dalam bentuk laporan laba rugi. Dan hasil usaha yang didapatkan dilakukan dengan cara membandingkan penghasilan dan biaya selama jangka waktu tertentu. Besarnya laba ataupun rugi akan dapat diketahui dari hasil perbandingan tersebut. Dalam laporan rugi laba menjabarkan adanya elemen yang terdapat pada penghasilan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba maupun rugi.

Maka bisa disimpulkan bahwa laba merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan, dengan perusahaan memperoleh keuntungan yang didapatkan pada suatu periode tertentu yang berasal dari selisih lebih pendapatan atas beban usaha.

2.1.2.2 Laba Bersih

Menurut (Hery, 2016) laba atau rugi bersih merupakan laba sebelum pajak penghasilan yang dikurangi oleh pajak penghasilan. Laba bersih ini memberikan laporan keuangan yang berupa ukuran ringkasan kinerja perusahaan secara keseluruhan selama periode berjalan yang terdiri dari aktivitas utama dan sekunder dengan sudah memperhitungkan besarnya pajak penghasilan. Laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban keuntungan dan kerugian. Pendekatan transaksi dalam mengukur laba atau rugi bersih menekankan perhitungan langsung antara pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian.

Sedangkan laba bersih menurut (Fahmi, 2017) ialah laba yang diperoleh setelah dikurangkan dengan pajak. Dan hal itu biasa disebut dengan *net income* (laba bersih) atau *net profit* yang diterima oleh perusahaan. Dan sebaliknya apabila perusahaan mengalami kerugian, angka terakgir dalam laporan laba rugi merupakan rugi bersih (*net loss*).

Maka dapat disimpulkan laba bersih merupakan selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian. Yang dikeluarkan dari hasil kerja selisih tersebut oleh suatu perusahaan selama satu periode waktu tertentu. Dan pada jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal.

2.1.2.3 Klasifikasi Laba

Jenis-jenis laba menurut (Kasmir, 2015) adalah sebagai berikut :

- a) Laba Kotor (*Gross Profit*)

Laba kotor artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangnya biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Yang diartikan bahwa laba pertama secara keseluruhan yang dihasilkan oleh perusahaan.

b) Laba Bersih (*Net Profit*)

Laba bersih merupakan laba yang sudah dikurangi dengan biaya dan beban perusahaan dalam satu periode tertentu termasuk pajak.

Sedangkan menurut (Supriyono, 2016) bahwa klasifikasi laba ada bergai macam, sebagai berikut :

a) Laba Kotor (*Gross Profit*)

Laba kotor merupakan perbedaan antara pendapatan bersih dan juga penjualan dengan harga pokok penjualan

b) Laba Operasi (*Operating Profit*)

Laba operasi adalah selisih diantara laba kotor dengan total beban operasi.

c) Laba Bersih (*Net Income*)

Laba bersih merupakan angka terakhir dalam menghitung laba maupun rugi untuk mencari laba operasi ditambah dengan pendapatan dan beban lain –lain. Laba bersih juga merupakan selisih lebih semua pendapatan serta keuntungan terhadap semua beban dan kerugian. Jumlah ini adalah kenaikan bersih terhadap modal.

2.1.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Menurut (Mulyadi, 2015) faktor-faktor yang mempengaruhi laba sebagai berikut :

a) Biaya

Besar kecilnya biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan dapat mempengaruhi harga jual suatu produk ataupun jasa yang nanti akan dipasarkan.

b) Harga Jual

Harga jual suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh sebuah perusahaan dapat mempengaruhi besar kecilnya suatu volume penjualan perusahaan.

c) Volume Penjualan dan Produksi

Besar dan kecilnya suatu volume penjualan dapat mempengaruhi volume produksi perusahaan berupa jasa atau produk, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar dan kecilnya biaya produksi untuk menghasilkan barang atau jasa yang bersangkutan.

2.1.3 Biaya Distribusi

2.1.3.1 Pengertian Biaya

Dalam arti luas pengertian biaya menurut (Harnanto, 2017) merupakan sejumlah uang yang dari sumber-sumber untuk digunakan memperoleh tujuan tertentu. Biaya mencakup arti luas yang biasa dianggap juga sebagai harga pokok dan beban tertentu. Biaya sebagai harga pokok ini dapat diukur melalui pertukaran yang digunakan menjadi suatu barang, jasa serta aktiva. Sedangkan biaya dalam artian beban yaitu sejumlah uang yang digunakan untuk merealisasikan pendapatan.

Menurut (Bustami & Nurlela, 2013) biaya merupakan pengorbanan dari sumber ekonomis dengan diukur dalam bentuk uang yang telah terjadi dan

kemungkinan akan terjadi agar mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya yang belum habis dalam memakainya, maka digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca. Suatu usaha pasti memiliki bahan yang belum diolah atau barang yang sudah jadi yang memerlukan pencatatan yang mengenai proses berjalannya produksi, dan itu termasuk yang namanya akuntansi biaya. Akuntansi biaya adalah suatu pencatatan, mengukur dan melaporkan mengenai informasi biaya yang berbentuk akuntansi. Biaya juga membahas penentuan harga dari produk yang akan diproduksi lalu dijual kepada orang yang sudah memesan maupun dijual ke pasar.

Dan menurut (I. M. Putra, 2018) biaya yaitu sebuah pengorbanan ekonomis yang dapat diukur dengan berbentuk satuan uang yang dimana akan terjadi untuk mencapai sebuah tujuan tertentu, yang dimana harga pokok akan dikorbankan agar mendapatkan penghasilan. Fungsi akuntansi biaya yaitu yang pertama untuk menentukan harga pokok produksi atau jasa dengan melakukan pencatatan, menggolongkan, meringkas seluruh komponen agar menjadi acuan pihak manajemen untuk menentukan harga. Dan yang kedua, sebagai perencanaan serta pengendalian biaya dengan seluruh aktivitas laporan keuangan sebagai acuan untuk merencanakan anggaran dengan memonitoring atas penyimpangan biaya anggaran yang telah ditetapkan membuat perusahaan mengalami peningkatan biaya efisiensi.

Menurut (Mulyadi, 2015) menjelaskan bahwa biaya merupakan pengorbanan dalam sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang

kemungkinan dapat terjadi untuk suatu tujuan tertentu. Ada beberapa unsur pokok dalam menjelaskan definisi biaya tersebut :

- a) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- b) Diukur dalam satuan uang.
- c) Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
- d) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Berdasarkan definisi dan pengertian biaya di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan suatu pencatatan dan alat mengukur dalam akuntansi. Untuk mendapatkan barang atau jasa sehingga diharapkan dapat memberikan keuntungan di masa sekarang dan yang akan datang dengan diukur dalam bentuk satuan uang, agar dapat mencapai suatu tujuan tertentu.

2.1.3.2 Pengertian Biaya Distribusi

Fungsi penting dalam suatu pemasaran adalah dengan menyalurkan produk dari lokasi produksi ke berbagai lokasi dimana konsumen berada. Dan hal ini dibedakan 2 aspek, yang dimana pertama menentukan institusi yang akan melakukan kegiatan pendistribusian, menentukan penyimpanan atau penggudangan serta alat pengangkutan yang akan mendistribusikan barang atau produk dari pabrik ke institusi yang memasarkan kepada konsumen (Widiyono & Pakkanna, 2013). Saluran distribusi sebagai jalur yang akan dilalui oleh barang dari produsen ke perantara sampai akhirnya kepada konsumen. Hal ini dilaksanakan dengan cepat, tepat dan juga teratur agar produk dapat tejual dengan banyak sehingga dapat bersaing.

Distribusi merupakan suatu kegiatan yang dapat memperlancar dan juga dapat dipermudah dalam pengiriman barang dan jasa dari penjual ke konsumen. Maka dari itu, proses distribusi adalah suatu aktivitas yang bisa menampilkan nilai produk agar mempermudah arus pemasaran. Kegiatan distribusi ini membuat konsumen mudah mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan mudah, dengan begitu dapat mempengaruhi konsumen sehingga produsen mendapatkan peningkatan pada penjualan maupun laba.

Menurut (Andadari et al., 2019) distribusi merupakan perangkat organisasi yang saling bergantung satu sama lain dalam menyediakan produk atau jasa untuk digunakan oleh konsumen atau pengguna bisnis. Dengan adanya distribusi ini membuat lebih efisien, penghematan, dan lebih baik digunakan untuk bisnis utama daripada investasi. Sedangkan menurut (Muslim, 2020) biaya distribusi bisa didefinisikan dengan biaya tersebut sebagai biaya yang berhubungan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, yang bisa dimulai dengan saat barang tersebut telah dibeli ataupun diproduksi sampai barang tersebut tiba ditempat pelanggan.

Dan menurut (Sudaryono, 2015) proses distribusi melibatkan perantara yaitu individu atau perusahaan yang membantu dalam pendistribusian yaitu seperti :

- a) Pengecer (*retailer*) adalah perantara yang menjual produk langsung kepada konsumen.
- b) Pedagang Grosir (*wholesaler*) yaitu seseorang perantara antara penjual produk kepada perusahaan lain untuk dijual kembali kepada konsumen.

- c) Agen Penjualan (*sales agent*) yaitu perantara yang mewakili dari perusahaan yang menjual ke pedagang grosir seperti pengecer.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa dari pelaku usaha kepada konsumen, dimana di dalamnya terdapat biaya pendukung untuk memperlancar kegiatan pendistribusian penjual sehingga konsumen mudah untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dan hasil penjualan perusahaan tercapai. Dan biaya distribusi yang dikeluarkan pada perusahaan ini merupakan jenis biaya transportasi. Yaitu gaji loper, BBM dan juga biaya pemeliharaan mesin (*service mobil*).

2.1.3.3 Fungsi Saluran Distribusi

Fungsi saluran distribusi menurut (Andadari et al., 2019) adalah :

- a) Informasi : mengumpulkan dan melakukan distribusi riset pemasaran mengenai pelak dalam lingkungan pemasaran untuk membantu penukaran dan perencanaan yang sudah dibuat.
- b) Promosi : memperluas dan mengembangkan komunikasi sevara persuasif dalam penawaran.
- c) Kontrak : berkomunikasi dengan calon pembeli
- d) Penyesuaian : menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan oleh pemebeli seperti pembuatan, pemilihan, perakitan dan pengemasan
- e) Negosiasi : dengan mencapai persetujuan mengenai harga dan syarat dari penawaran sehingga bisa memindahkan kepemilikan.
- f) Distribusi Fisik : memindahkan dan menyimpan barang.

- g) Dukungan Keuangan : dengan membeli dan menggunakan dana untuk menutupi biaya pekerjaan saluran distribusi.
- h) Mengambil Risiko : menanggung semua risiko ketika melakukan pekerjaan saluran distribusi ini.

2.1.3.4 Jenis - Jenis Biaya Distribusi

- a) Biaya Transportasi : mengumpulkan dan melakukan distribusi riset pemasaran mengenai pelaku dalam lingkungan pemasaran untuk membantu penukaran dan perencanaan yang sudah dibuat. Yang terdiri dari biaya transportasi langsung (jumlah biaya yang diperhitungkan dalam proses produksi yang harus dibayarka langsung) dan tidak langsung (biaya lain dalam menunjang produksi).
- b) Biaya Gudang : memperluas dan mengembangkan komunikasi secara persuasif dalam penawaran.
- c) Biaya Pemuatan : membongkar muatan untu membuat barang-barang ke tempat penyimpanan sementara atau untuk membayar jasa upah tenaga kerja ketika mengangkut barang ke tempat penyimpanan.
- d) Korting Dagang : korting yang diberikan kepada grosir dan pengecer atas penyimpanan stok produksi, pengadaan tempat dan penanganan distribusi dari grosir sampai ke pengecer.
- e) Biaya Inventaris : mencakup nilai semua bungan dari stock barang yang disimpan di gudang pusat, pabrik dan depot cabang. Sebelum dijual ke distributor tunggal, stokis atau pengecer.

- f) Biaya Asuransi : yaitu biaya premi yang dibayar untuk jaminan keamanan produk tersebut selama penyimpanan dan pengiriman. Asuransi meliputi perlindungan kebakaran dan kecelakaan.
- g) Biaya Finansial : yaitu seluruh bunga dari anggaran yang digunakan untuk membiayai semua hal di atas.

Dan menurut pendapat (Mulyadi, 2015) menyatakan bahwa biaya didistribusi merupakan bagian dari keseluruhan biaya pemasaran yang meliputi :

- a) Biaya Transportasi

Biaya transportasi ini merupakan sekumpulan biaya-biaya yang meliputi : biaya angkutan umum dan kontrak seperti biaya kereta api, biaya sewa truk, biaya perawatan armada, biaya angkutan udara dan biaya angkutan laut.

- b) Biaya Administrasi Distribusi

Biaya administrasi distribusi ini meliputi : biaya gaji karyawan maupun upah tenaga kerja fisik.

2.1.4 Hasil Penjualan

2.1.4.1 Pengertian Hasil Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang adanya penjualan barang atau jasa dengan cara pembayaran kredit maupun tunai (Mulyadi, 2016). Sedangkan menurut (Abdullah & Tantri, 2016) penjualan merupakan sebagian dari bentuk promosi salah satu bagian dari menyeluruh sistem pemasaran agar dapat menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Bisa disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu aktivitas bisnis yang menjual produk atau jasa kepada pelanggan

untuk memberi produk dan jasa tersebut dengan timbal balik berupa kredit atau tunai. Dalam suatu proses penjualan, penjual harus menyediakan barang dan jasa tersebut kepada pembeli agar pembeli mengetahui suatu harga yang akan dibeli oleh pembeli.

Penjualan dapat diartikan yaitu suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk dengan memberi barang dengan adanya imbalan bentuk uang sesuai harga yang sudah ditentukan atas sepengetahuan bersama. Tujuan penjualan sendiri untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menjual suatu barang tersebut sehingga dapat menentukan keberhasilan dalam mendapatkan keuntungan. Volume penjualan juga termasuk hasil akhir dari keseluruhan pencapaian yang didapat oleh perusahaan yang berupa hasil penjualan produk tidak memisahkan secara tunai maupun kredit dihitung dengan seluruh total yang dicapai.

Jika hasil penjualan meningkat dan biaya distribusi meningkat maka pencapaian laba perusahaan memiliki keuntungan. Dan sebaliknya jika hasil penjualan menurun maka laba perusahaan memiliki kerugian karena akibat pencapaian yang menurun. Dalam meningkatkan volume penjualan sebuah perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang terpadu yang biasa dinamakan *marketing mix* atau biasa disebut bauran pemasaran. Dengan adanya bauran pemasaran dapat mempengaruhi para konsumen secara terkendali dengan adanya strategi harga, produk, serta distribusi. Strategi distribusi, faktor ini dapat memperlancar dan juga mempermudah penyampaian barang dan jasa.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa hasil penjualan merupakan hal yang paling penting dalam melihat pendapatan usaha. Hasil

penjualan atau bisa juga disebut volume penjualan merupakan pendapatan yang didapat oleh suatu usaha atau perusahaan baik itu berupa uang tunai maupun kredit. Dan jumlah dari total pendapatan tersebut belum dihitung dengan pajak. Sedangkan pendapatan yang dihitung dan sudah dikurangi pajak laba.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Penjualan

(Mulyadi, 2016) menyatakan bahwa penjualan memiliki beberapa macam yang terdiri dari :

a) **Penjualan Tunai**

Penjualan tunai merupakan mewajibkan pembeli melakukan pembayaran di awal terlebih dahulu untuk membeli suatu barang yang dilaksanakan perusahaan. Dan sebelum barang tersebut diberikan kepada perusahaan lalu ke pembeli. Setelah itu, uang tersebut sudah diterima maka barang tersebut akan diberikan pada pihak pembeli dan hal tersebut sudah dicatat oleh perusahaan berupa transaksi penjualan.

b) **Penjualan Kredit**

Penjualan kredit suatu kegiatan menjual yang mempunyai suatu transaksi jual beli barang dan jasa secara kredit ataupun tunai. Transaksi penjualan kredit ini orderan dari pembeli dipenuhi dengan mengirim barang atau menyerahkan jasa dalam jangka waktu tertentu oleh perusahaan yang memiliki piutang pada konsumen. Kegiatan penjualan yang dilakukan dengan cara kredit ini ditangani oleh suatu perusahaan dengan menggunakan sistem penjualan kredit.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut (Swastha, 2012), dalam aktivitas suatu penjualan bisa banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor yang bisa meningkatkan aktivitas dalam sebuah perusahaan. Maka dari itu suatu perusahaan dapat memperhatikan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Adapun faktor-faktor tersebut sebagai berikut :

a) Kondisi dan Kemampuan Penjualan

Kondisi kemampuan ini terdiri dari pemahaman beberapa masalah yang berhubungan langsung dengan produk yang dijual. Penjual harus dapat meyakinkan dengan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan.

Jumlah dan sifat dari tenaga penjual sebagai berikut :

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- b. Harga produk.
- c. Syarat penjualan, seperti : pembayaran, pengiriman, garansi dan sebagainya.

b) Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi suatu kegiatan dalam bertransaksi penjualan baik itu berupa kelompok pembeli maupun penjual. Dalam hal ini dipengaruhi beberapa faktor yakni :

- a. Jenis pasar.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c. Daya beli.
- d. Frekuensi pembelian.

e. Keinginan dan kebutuhan.

c) Modal

Dari penjelasan ini modal modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target dalam penjualan yang sudah direncanakan. Oleh karena itu untuk memperkenalkan barang yang dijual kepada pembeli atau konsumen diperlukannya usaha dalam alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

d) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang sudah maju dan besar maka masalah penjualan ini ditangani tersendiri oleh bagian penjualan yang dipegang oleh masing-masing orang tertentu yang sudah ahli di bidang penjualan. Namun untuk perusahaan kecil, penjualan ditangani oleh orang yang sudah memahami fungsi penjualan ini.

2.2 Hubungan antara Variabel Bebas dan Variabel Terkait

Dalam penelitian kuantitatif dapat dilihat hubungan kausal (sebab akibat), sehingga penelitian ini memiliki variabel independen dan dependen. Dan dapat dilihat selanjutnya seberapa besar pengaruh antara variabel tersebut (Sugiyono, 2019). Di bawah ini merupakan hubungan antara variabel yang terdiri dari :

2.2.1 Hubungan antara Biaya Distribusi terhadap Laba

(Laki et al., 2019) menyatakan bahwa biaya distribusi merupakan kegiatan semua usaha operasional dalam menyampaikan barang secara estafet dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Dan setelah itu di kumpulkan oleh produsen untuk disebarakan ke pihak terakhir yaitu konsumen. Maka melalui distribusi konsumen

dengan mudah bisa mendapatkan barang yang mereka butuhkan. Perencanaan biaya distribusi secara cermat akan dapat mempengaruhi laba perusahaan. Fungsi pada biaya distribus ini untuk mempersingkat waktu, tempat dan alur pengiriman mulai dari perusahaan, produsen sehingga dapat terealisasikan kepada tangan konsumen sehingga kualitas pelayanan tepat waktu. Dan hal tersebut dapat meningkatkan penjualan dan laba perusahaan pun akan meningkat.

Dan menurut (Nurul Fadilah & Fauziyah, 2020) banyaknya persaingan diantara perusahaan yang mempunyai produk dengan kualitas dan harga yang sama, maka pendistribusian merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan harus mampu mendistribusikan produknya secara singkat dan juga terstruktur dengan baik. Agar memaksimalkan kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Distribusi yang efektif dan efisien dapat meminimumkan biaya distribusi dan meningkatkan penjualan, sehingga laba perusahaan pun akan meningkat.

2.2.2 Hubungan antara Hasil Penjualan terhadap Laba

Menurut (Risyana & Suzan, 2018) bahwa hubungan antara volume penjualan dan laba dapat di lihat pada komponen laporan laba rugi perusahaan yang saling berkaitan dan mempunyai hubungan yang erat antar keduanya. Laba akan timbul ketika penjualan produk perusahaan lebih besar dibandingkan dengan biaya perusahaan yang dikeluarkan. Yang mempengaruhi dalam besar kecilnya laba perusahaan adalah pendapatan. Pendapatan diperoleh dari penjualan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula laba yang akan didapatkan oleh sebuah

perusahaan. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan dapat dilihat pada jumlah laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Dengan tujuan utama pada semua perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya dan juga laba penentu bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Dan menurut (Jawad, 2019) penjualan merupakan salah satu bagian terpenting atas pendapatan laba yang optimal dan memberikan kehidupan perusahaan terjamin dengan perkembangan dan penjurannya. Diharapkan akan terus meningkat dan tujuan utama perusahaan adalah menjual produk sebanyak-banyaknya. Serta perusahaan harus melakukan berbagai tindakan dan juga strategi untuk mencapai target yang telah ditentukan agar perusahaan mendapatkan laba yang maksimal.

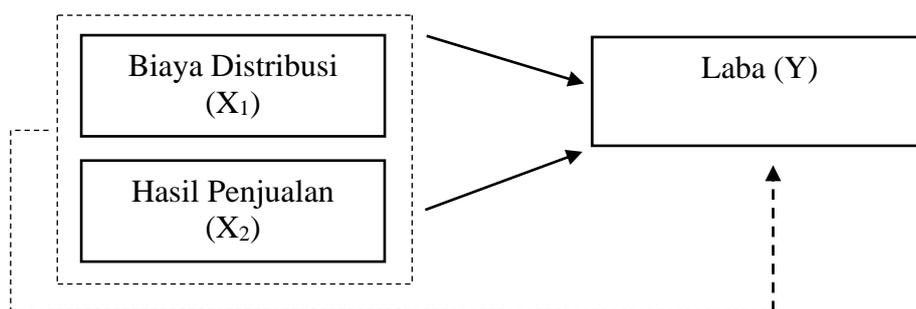
Ketika suatu perusahaan dapat meningkatkan volume penjualannya, maka laba yang dihasilkan perusahaan akan meningkat. Tanpa adanya target laba yang ingin didapatkan, besar kemungkinan perusahaan tidak akan bisa melanjutkan usahanya. Karena tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba yang maksimal untuk keberlangsungan hidup perusahaan baik sekarang maupun di masa yang akan datang (F. D. Putra, 2019).

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis merupakan suatu model konseptual yang menunjukkan hubungan di antara berbagai variabel yang dikembangkan oleh peneliti secara konseptual untuk menjawab masalah yang diteliti kerangka pemikiran yang digunakan dalam peneliti ini menggambarkan hubungan di antara variabel-variabel tersebut. Dalam hal ini hubungan variabel independen

merupakan Biaya Distribusi (X_1) dan Hasil Penjualan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu Laba (Y). Berikut ini dapat di lihat kerangka pemikiran dalam peneliti ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Diolah oleh Peneliti (2022)

- > : Pengaruh secara parsial (pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen).
- - - - -> : Pengaruh secara simultan (pengaruh secara bersamaan variabel independen terhadap variabel dependen).

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: “Pengaruh Persediaan dan Biaya Distribusi terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang”.

Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1. Biaya distribusi berpengaruh terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.

- H2. Hasil Penjualan berpengaruh terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.
- H3. Biaya distribusi dan hasil penjualan berpengaruh terhadap laba pada PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang menyangkut tentang pengaruh biaya distribusi dan hasil penjualan terhadap laba sebagai berikut:

1. M. Tegar Muslim

(Muslim, 2020) penelitian ini berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013”. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, untuk biaya promosi t hitung sebesar 3,032, sedangkan t tabel adalah sebesar 2,045. Dan tingkat signifikan 0,005 yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara biaya promosi terhadap laba bersih secara parsial. Sedangkan biaya distribusi t hitung sebesar 3,501 dan t tabel adalah sebesar 2,405. Serta nilai signifikan 0,002 yang dimana dapat disimpulkan dapat berpengaruh signifikan terhadap laba bersih secara parsial. Sedangkan biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih. Dilihat dari f hitung sebesar 862,162 dengan nilai signifikan 0,000. Maka bisa diartikan variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

2. Rizki Risyana dan Leny Suzan

Menurut penelitian (Risyana & Suzan, 2018) yang berjudul “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih”. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikategorikan kedalam penelitian deskriptif dan verifikatif. Yang dimana hasil dalam penelitian ini yaitu. Pertama, berdasarkan nilai t adalah sebesar 0,0000, nilai tersebut berada di bawah taraf signifikan sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih. Dan kedua, berdasarkan nilai t adalah sebesar 0,0021 dan nilai tersebut di taraf signifikan sebesar 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya operasional berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

3. Naufald Abdul Jawad

Pada penelitian (Jawad, 2019) yang berjudul “Pengaruh Modal Kerja dan Volume Penjualan terhadap Laba Perusahaan”. Metodenya menggunakan data sekunder dan hasil penelitian tersebut yaitu pertama, variabel modal kerja tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan. Yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikan 5%, dimana t hitung sebesar 1,126 dan t tabel 2,015. Dan kedua, variabel volume penjualan berpengaruh terhadap laba pada perusahaan. Dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,183 dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dengan tingkan signifikansi 5%, dimana t hitung sebesar 2,539 dan t tabel 2,015.

4. Nurul Fadilah, Fauziah

Pada penelitian (Nurul Fadilah & Fauziah, 2020) yang berjudul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih Pada PT. Nurul Amin di Sampang”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode dokumentasi dan analisis data menggunakan analisis jalur. Nilai signifikan yang di dapatkan ialah $0,704 > 0,05$ yang mengartikan biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dikarenakan perusahaan mengabaikan produk yang dibutuhkan konsumen dapat menimbulkan turunnya loyalitas konsumen terhadap merk dagang perusahaan. Dikarenakan banyak persaingan produk dari perusahaan lain. Jika biaya distribusi perusahaan yang efektif dan efisien dapat meminimumkan biaya distribusi dan memaksimumkan volume penjualan sehingga laba yang menjadi tujuan perusahaan meningkat.

5. Sinta Wardani, Ujang Sumarwan dan Tb. Nur Ahmad Maulana

(Wardani et al., 2013) penelitian ini yang berjudul “*The Effect of Promotion Cost and Distribution Cost on Company’s Sales of the Fast Moving Consumer Good Industries*”. Penelitian ini menggunakan data panel, yang menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan. Yang dimana pada variabel biaya distribusi memiliki signifikan 0,0000 yang lebih kecil dari 0,050 dengan arti bahwa biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan.

Sedangkan biaya produksi juga memiliki signifikan senilai 0,0000 yang berarti biaya produksi berpengaruh terhadap penjualan.

6. Ruslan Skrynkovskyy, Lyubomyr, Fedir Horbonos, Sviatoslav Kniaz, Nataliia Pavlenchyk, dan Volodymyr Yuzevych.

Pada penelitian (Skrynkovskyy et al., 2019) yang berjudul *“Improvement of the Model for Calculating the Operating Profit of Industrial Enterprises Taking into Account the Problem of Optimal Distribution of Productive Resources”*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Laba operasi (laba dari penjualan barang) merupakan penjualan dari produk (pekerjaan, layanan). Menyatakan bahwa pembentukan laba operasi suatu perusahaan industri dipengaruhi faktor internal dan external dalam perencanaan keuangan diantaranya penentuan distribusi yang optimal dari sumber daya produktif dalam sistem manajemen operasional. Laba perusahaan akan terlihat ketika semua operasional yang ada pada perusahaan bekerja dengan baik, mulai dari biaya biaya yang dikeluarkan gaji karyawan, produksi, volume penjualan dan distribusi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka kuantitatif memiliki arti suatu metode penelitian yang menggunakan landasan filsafat positivisme, untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel, dalam mengambil sampel yang biasa dilakukannya secara random, atau mengumpulkan data menggunakan angka-angka serta instrumen penelitian, dengan analisis data memiliki sifat kuantitatif yaitu menggunakan statistik dengan tujuan dapat menguji hipotesis yang akan ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Penulis menggunakan pendekatan kausal yaitu hubungan yang memiliki sifat sebab akibat. Yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara biaya distribusi dan hasil penjualan terhadap laba di PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.

3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan perolehan data yang berbentuk dokumen/ publikasi dan laporan dari suatu objek yang dapat menunjang. Menurut (Bahri, 2018) data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dan dilalui dengan adanya perantara, dan berasal dari sumber-sumber yang ada atau data yang sudah tersedia serta dikumpulkan oleh pihak lain. Keunggulan yang didapatkan pada

data sekunder ini merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengambilan data jauh lebih mudah dibandingkan dengan pengambilan data primer. Namun data sekunder juga memiliki kelemahan yaitu data yang didapatkan terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan peneliti karena data tersebut berbentuk publikasi.

Data ini adalah data yang diperoleh dari PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang selama 3 tahun yaitu 2019, 2020 dan 2021 dalam bulanan. Yang data tersebut berupa data biaya distribusi, hasil penjualan serta laba di PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

a) Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2019) dokumentasi merupakan dokumen yang digunakan untuk mendapatkan data informasi dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang atau sumber yang terpercaya. Dokumen yang dikumpulkan dalam penelitian ini laporan keuangan PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang pada periode 2019, 2020 dan 2021 serta adanya dokumen pendukung yang akan dibutuhkan dari hasil penelitian.

b) Studi Kepustakaan

Menurut (Nazir & Sikumbang, 2013), teknik pengumpulan studi pustaka ini lebih menelaah terhadap buku-buku, literatur, catatan serta laporan yang dapat menyelesaikan masalah. Teknik tersebut digunakan agar memperoleh hal dasar secara tertulis yang berhubungan dengan literatur yang akan diteliti. Penelitian ini dengan melakukan pengumpulan data dan

teori yang relevan terkait permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka terhadap literatur dan bahan pustaka lainnya seperti jurnal, artikel dan buku-buku.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut (Darmawan, 2013) merupakan sumber data dari penelitian tertentu yang mempunyai jumlah yang luas dan besar. Populasi merupakan keseluruhan secara statistik yang berupa objek atau subjek, maka dari itu merupakan jumlah keseluruhan dari objek atau subjek tersebut (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan di PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang pada periode 2019, 2020, dan 2021.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2018) merupakan sebagian dari jumlah objek atau subjek keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan untuk mempermudah peneliti jika populasi tersebut dalam skala yang besar, maka sampel bertujuan untuk menyimpulkan dan mewakili hasil dari populasi tersebut. Sampel penelitian ini yaitu laporan keuangan perbulan PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang pada periode 2019, 2020 dan 2021, sehingga akan dihasilkan data sebesar $12 \times 3 = 36$ data setiap variabelnya.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Terdapat 3 jenis variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu Biaya Distribusi (X_1) dan Hasil Penjualan (X_2) sebagai variabel independen (variabel bebas) serta Laba (Y) sebagai variabel dependen (variabel terikat).

a) Biaya Distribusi (X_1)

Sedangkan menurut (Muslim, 2020) biaya distribusi bisa didefinisikan dengan biaya tersebut sebagai biaya yang berhubungan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, yang bisa dimulai dengan saat barang tersebut telah dibeli ataupun diproduksi sampai barang tersebut tiba ditempat pelanggan.

b) Hasil Penjualan (X_2)

Menurut (Abdullah & Tantri, 2016) penjualan merupakan sebagian dari bentuk promosi yang merupakan salah satu bagian dari menyeluruh sistem pemasaran. Bisa disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu aktivitas bisnis yang menjual produk atau jasa kepada pelanggan untuk memberi produk dan jasa tersebut dengan timbal balik berupa kredit atau tunai.

c) Laba (Y)

Penjumlahan yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi yaitu merupakan pendefinisian dari laba menurut (Harahap, 2015).

3.6 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh penulis dari data sekunder yang diambil dari sumber data yang sudah ada. Data tersebut diambil dari laporan keuangan PT. Sijori Interbintama Pers Perwakilan Tanjungpinang pada tahun 2019, 2020 dan 2021. Teknik tersebut menggunakan alat bantu program komputer SPSS (*Statistica Program For Social*

Scense) karena analisis ini memiliki pemograman yang sesuai dengan penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang diambil dalam analisis penelitian ini yaitu yang berkaitan langsung antara variabel-variabel. Analisis data ini dengan menggunakan metode kuantitatif lalu dilanjutkan melakukan pemilihan uji statistik (yaitu dengan asumsi klasik, analisis linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji f). Hal ini bertujuan menetapkan variabel bebas mempunyai hubungan dengan variabel terikat. Hal ini diakhiri melakukan kesimpulan melalui penerimaan dan adanya penolakan dalam menggunakan SPSS.

Penelitian ini menggunakan analisis data statistik dekriptif. Analisis dekriptif analisis yang dipakai dengan jenis data kuantitatif. Dalam analisis ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan biaya distribusi dan hasil penjualan terhadap laba.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi sebagai analisis data dengan memaparkan sampel data yang sudah dikumpulkan tanpa penggeneralisasian. Dan dalam penelitian tersebut memaparkan jumlah data, rata-rata maksimum, standar deviasi dan nilai.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melakukan kajian normal apa tidaknya distribusi pada model regresi variabel residual. Asumsi normalitas yaitu syarat

yang penting dalam melakukan pengujian signifikan koefisien regresi. Hal ini dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis.

- a) H_0 : Data residual berdistribusi normal
- H_A : Data residual tidak berdistribusi normal
- b) Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 tidak diterima
- Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Melakukan pengujian dengan secara visual dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* pada program SPSS. Menurut (Ghozali, 2013) SPSS merupakan perangkat lunak yang memiliki fungsi untuk melakukan analisis data dan melakukan perhitungan statistik berupa parametric maupun non parametric dengan berbasis windows.

Dasar pengambilan keputusan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a) Jika data tersebut menyebar disekitaran garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data tersebut menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah pada garis diagonal, maka hal itu disimpulkan model regresi tidak akan memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2013), uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui uji dalam model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas. Variabel independen harus terbebas dari adanya multikolinieritas. Gejala yang uji

ini merupakan gejala kolerasi antar variabel independen. Mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas harus melihat nilai VIF (*Variable Inflation Factor*) dan toleransi.

Model regresi bisa dikatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai VIF < 10, dan *tolerance* > 0,1 (10%). Sebagai dasar acuannya dapat disimpulkan :

- a) Jika nilai *tolerance* > 10 persen dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
- b) Jika nilai *tolerance* < 10 persen dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antara variabel independen berbentuk model regresi.

3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan melakukan pengujian apakah model regresi linier mempunyai korelasi antar kesalahan oleh periode t dengan periode sebelumnya yaitu $t-1$. Dan untuk mengetahui ada atau tidaknya pada autokorelasi dengan model regresi dan nilai *Durbin-Watson* yang didapatkan melalui hasil estimasi model regresi. Untuk melihat deteksi ada tidaknya pada autokorelasi dalam penelitian ini dengan cara menggunakan perhitungan *Durbin-Watson* (D-W) sebagai berikut :

(Sugiyono, 2019) menguraikan standar autokorelasi sebagai berikut :

- a) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima atau tidak terjadi autokorelasi.

- b) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak atau terjadi autokorelasi.
- c) $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

3.7.2.4 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013), uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala uji heterokedastisitas ini, harus melihat grafik *scatter plot*. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka hal tersebut mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Apabila tidak adanya heteroskedastisitas itu bisa dilihat tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Rochaety et al., 2019).

Menurut (Rochaety et al., 2019), langkah pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas dilakukan melalui langkah-langkah berikut :

Langkah 1. Pilih menu *analyze* kemudian pilih submenu *regression* kemudian pilih linear, masukan variabel Y pada kotak dependent dan variabel X1, X2 dan X3 pada kotak *independent*.

Langkah 2. Klik *plots* dan masukan *ZFRED pada kotak X dan *SPRED pada kotak Y, klik *independent*.

Langkah 3. Kembali ke tampilan sebelumnya. Klik save kemudian pilih *unstandardized* pada *predicted value* dan *residual* kemudian Klik *continue* Ok.

Langkah 4. Menu utama *graphs* kemudian pilih submenu *scatter dot*

Langkah 5. Pilih *simple scatter* kemudian klik *define*. Masukkan *unstandardized residual* pada Y axis dan variabel dependent pada X axis kemudian klik Ok.

Metode pengambilan keputusan dalam uji ini dengan melihat *scatterplot* yaitu apabila titik-titik menyebar secara acak maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Dan apabila pola berkelompok atau garis maka sudah terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Bahri, 2018), analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang menghubungkan antar dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan bertujuan untuk dapat mengukur besar kecilnya pengaruh antara dua atau lebih pada variabel dependen dengan menggunakan variabel dependen. Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar berpengaruhnya variabel bebas pada variabel terkait (Y). Adapun bentuk model regresi yang akan digunakan menguji hipotesis tersebut sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Y = Laba

α = Koefisien Konstanta

β_{1-2} = Koefisien Variabel Independen

- X1 = Biaya Distribusi
 X2 = Hasil Penjualan
 ε = Tingkat Kesalahan (*errot term*)

3.7.4 Uji Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2019), hipotesis adalah sebagai dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, yaitu Biaya Distribusi (X_1), Hasil Penjualan (X_2), terhadap Laba (Y). Langkah-langkah pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut:

3.7.4.1 Uji t atau Uji Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Dalam penelitian ini, Uji-t digunakan untuk melakukan uji apakah ada atau tidak pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

- a) Rumus Uji-t yang digunakan adalah :

$$t \text{ hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

t = nilai uji t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

b) Hipotesis

H1: $\beta \neq 0$: Biaya Distribusi berpengaruh signifikan terhadap laba.

H2: $\beta \neq 0$: Hasil Penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba.

c) Kriteria Penolakan

H₁ ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

Adapun langkah-langkah dalam menguji t menurut (Priyatno, 2018), sebagai berikut :

a) Merumuskan Hipotesis

a. H₀ : Biaya Distribusi (X₁), Hasil Penjualan (X₂) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Laba (Y).

b. H_a : Biaya Distribusi (X₁), Hasil Penjualan (X₂) secara parsial berpengaruh terhadap Laba (Y).

b) Menentukan t hitung

a. t hitung didapat dari hasil output SPSS.

c) Menentukan t tabel

a. t tabel dapat dicari pada signifikan $0,05 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$ pada tabel statistik, yang dimana n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel independent.

d) Kriteria Pengujian

a. H₀ diterima jika, $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

b. H₀ ditolak jika, $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

e) Kesimpulan.

3.7.4.2 Uji F atau Uji Simultan

Menurut (Ghozali, 2013), uji statistik F menunjukkan apakah pada semua variabel independen yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Jika signifikannya (baik) maka model tersebut dapat digunakan sebagai memprediksi, dan sebaliknya apabila tidak signifikan (tidak baik) maka model tersebut tidak akan dapat digunakan sebagai prediksi atau peramalan.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, tingkat signifikan $<$ dari $\alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak (ada pengaruh signifikan)
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, tingkat signifikan $>$ dari $\alpha = 0.05$, maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh signifikan)

Adapun tahap-tahap untuk melakukan uji F menurut (Priyatno, 2018), adalah :

- a) Merumuskan Hipotesis
 - a. H_0 : Biaya Distribusi (X_1), Hasil Penjualan (X_2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Laba (Y).
 - b. H_a : Biaya Distribusi (X_1), Hasil Penjualan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Laba (Y).
- b) Menentukan F Hitung

F hitung didapat dari hasil output SPSS.
- c) Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel -1) atau df 2 (n-k-1), dimana n merupakan jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen.

d) Kriteria Pengujian

a. Ho diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

b. Ho ditolak bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

e) Kesimpulan.

3.7.4.3 Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2013), koefisien determinasi (R^2) ini dapat mengukur sejauh mana kemampuan modal dalam variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen dalam penjelasan variabel tersebut terbatas. Nilai mendekati satu variabel independen dapat memberikan informasi yang dapat digunakan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Koefisien determinasi mempunyai kelemahan jika terdapat jumlah variabel independen dimasukkan kedalam model. Maka tambahan variabel independen R^2 akan meningkat tidak peduli seberapa variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen. Oleh sebab itu banyak peneliti menganjurkan menggunakan nilai adjusted R^2 (*adjusted R square*) pada saat melakukan evaluasi mana model regresi terbaik. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R²* negatif, maka nilai *adjusted R²* dianggap bernilai nol.

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Andadari, R. K., Prasetijo, R. H., Franksiska, R., Sugiarto, A., Haryanto, J. O., & Widayanti, R. (2019). *Pengantar Bisnis Mengelola Bisnis dengan Perspektif Indonesia*. ANDI.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Bahri, S. (2019). *Pengantar Akuntansi* (Edisi 2). ANDI.
- Bustami, B., & Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya* (H. Mulyati (ed.); Edisi 4). Mitra Wacana Media.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Dunia, Fi. A., Abdullah, W., & Sasongko, C. (2019). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). Salemba empat.
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (D. Handi (ed.)). ALFABETA.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan* (Cetakan ke). PT Raja Grafindo Persada.
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya* (S. Suyantoro (ed.); Edisi 1). ANDI.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Adipramono (ed.)). PT Grasindo.
- Jawad, N. A. (2019). Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 2(2), 53–60.
- Jumingan. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Bumi Aksara.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- Laki, M. F., Nangoi, G. B., & Wokas, H. R. N. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Megamitra Makmur Sentosa Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 45–53.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi* (Edisi 4). Salemba Empat.

- Muslim, M. T. (2020). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 1(2), 56–64.
- Nazir, M., & Sikumbang, R. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nurul Fadilah, & Fauziah. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volum Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Nurul Amin Di Sampang. *Manajemen Ekonomi*, 25(2), 51–60.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data* (Giovanny (ed.)). ANDI.
- Putra, F. D. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462.
- Putra, I. M. (2018). *Akuntansi Biaya* (Edisi 1). Quadrant.
- Risyana, R., & Suzan, L. (2018). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2449–2459.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latif, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Skrynkovskyy, R., Sopilnyk, L., Horbonos, F., Kniaz, S., Pavlenchyk, N., & Yuzevych, V. (2019). Improvement of the Model for Calculating the Operating Profit of Industrial Enterprises Taking into Account the Problem of Optimal Distribution of Productive Resources. *Path of Science*, 5(3), 5011–5017.
- Subramanyam. (2017). *Analisis Laporan keuangan* (Edisi 11). Salemba empat.
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus* (S. Suyantoro (ed.)). ANDI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA.
- Supriyono. (2016). *Akuntansi Biaya* (Kedua). BPFE-Yogyakarta.
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Penjualan* (Edisi 3). BPFE-Yogyakarta.

- Wardani, S., Sumarwan, U., & Ahmad Maulana, T. N. (2013). the Effect of Promotion Cost and Distribution Cost on Company'S Sales of the Fast Moving Consumer Goods Industries. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 16(3), 431.
- Widiyono, & Pakkanna, M. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global* (Edisi 2). Mitra Wacana Media.

CURRICULUM VITAE



A. PERSONAL INFORMATION

Full Name : Anggely Rizki Rahmadini
Gender : Female
Place and Date of Birth : Tanjungpinang, 17 Desember 2000
Citizen : Indonesia
Age : 21 years old
Present Adress : Perumahan Taman Harapan Indah Blok A No. 44
Religion : Islam
Email : anggelyrizki1712@gmail.com
Phone Number/ WA : 0812-6680-0152

B. EDUCATIONAL BACKGROUND

TYPE OF SCHOOL	NAME OF SCHOOL & LOCATION	NO. OF YEAR COMPLETED
Elementary School	SDN 014 Bukit Bestari	2012 year
Junior High School	SMPN 2 Tanjungpinang	2015 year
Senior High School	SMKN 1 Tanjungpinang	2018 year
University	STIE Pembangunan Tanjungpinang	2022 year