

**PENGARUH PENJUALAN, BIAYA KOMISI, DAN BIAYA
REPARASI TERHADAP LABA OPERASIONAL (STUDI
KASUS PADA SETIA MOBIL TANJUNGPINANG)**

SKRIPSI

KURNIA SANDY

NIM: 18622252



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

2022

**PENGARUH PENJUALAN, BIAYA KOMISI, DAN BIAYA
REPARASI TERHADAP LABA OPERASIONAL (STUDI
KASUS PADA SETIA MOBIL TANJUNGPINANG)**

SKRIPSI

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

OLEH

KURNIA SANDY

NIM: 18622252

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH PENJUALAN, BIAYA KOMISI, DAN BIAYA REPARASI
TERHADAP LABA OPERASIONAL (STUDI KASUS PADA SETIA
MOBIL TANJUNGPINANG)

Diajukan Kepada:

Panitia Komisi Ujian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh:

Nama : Kurnia Sandy

NIM : 18622252

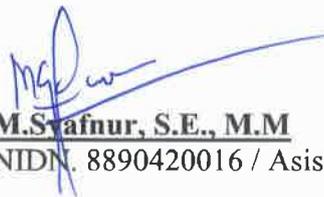
Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Sri Kurnia, S.E., M.Si.Ak.CA
NIDN. 1020037101 / Asisten Ahli

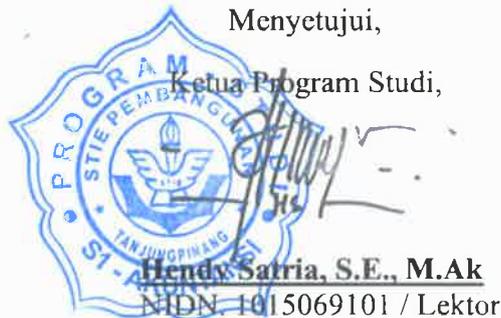
Pembimbing Kedua,



M.Syafnur, S.E., M.M
NIDN. 8890420016 / Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,



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

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PENJUALAN, BIAYA KOMISI, DAN BIAYA REPARASI
TERHADAP LABA OPERASIONAL (STUDI KASUS PADA SETIA
MOBIL TANJUNGPINANG)**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : KURNIA SANDY

NIM : 18622252

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

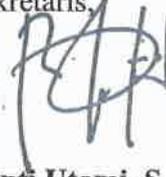
Panitia Komisi Ujian

Ketua,



Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA.
NIDN. 1020037101 / Asisten Ahli

Sekretaris,



Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak. CA
NIDN. 1004117701 / Lektor

Anggota



Hasnarika, S.Si., M.Pd
NIDN. 1020118901 / Asisten Ahli

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,



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

PERNYATAAN

Nama : Kurnia Sandy
NIM : 18622252
Tahun Angkatan : 2018
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,42
Program Studi : S.1 Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya
Reparasi Terhadap Laba Operasional (Studi Kasus
Pada Setia Mobil 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 dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 15 Agustus 2022

Penyusun,



KURNIA SANDY
NIM. 18622252

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kuucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala rasa syukur kuucapkan kepada-Mu Ya Tuhan, karena sudah menghadirkan orang-orang yang sangat istimewa disekeliling saya. Yang tiada hentinya dalam memberikan semangat, dukungan, serta do'a sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang sangat aku cintai, kasih, serta ku sayangi

Papa dan Mama Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada hinggga, saya persembahkan karya kecil ini untuk papa dan mama yang telah memberikan kasih sayangnya, dukungan, serta cinta kasih yang tidak terhingga yang tidak mungkin terbalaskan dengan selemba kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini dapat menjadi langkah awal untuk membuat papa dan mama bahagia.

Teman-Teman Seperjuangan Skripsi

Untuk teman-teman sekalian, masa terindah yang akan ku ingat adalah saat kita berkumpul dalam kelas menunggu kedatangan Bapak dan Ibu Dosen untuk memberikan materi. Terima kasih atas dukungannya selama ini.

Semoga Semua Makhluk Hidup Berbahagia, Semoga Sang Tri ratna Selalu Menuntun Kita Dari Kegelapan Menuju Ke Cahaya yang terang

SADHU SADHU SADHU

HALAMAN MOTTO

Orang-orang yang berpengetahuan tinggi adalah mereka yang mengerti dan masih bertanya, orang-orang yang berpengetahuan rendah adalah mereka yang tidak mengerti dan tidak mau bertanya.

Sekali anda mengerjakan sesuatu, jangan pernah takut gagal serta jangan pernah meninggalkan sesuatu yang telah dikerjakan. Karena orang-orang yang bekerja dengan hati yang tulus adalah mereka yang paling bahagia.

Highly knowledgeable people are those who understand and still ask question, low knowledgeable people are those who don't understand and don't want to ask.

Once you do something, never be afraid to fail and never leave something that has been done. Because people who work with a sincere heart are the happiest.

~Kurnia Sandy (2022)~

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmatNya lah penulis bisa menyelesaikan pembuatan karya tulis ilmiah skripsi dengan judul **“Pengaruh Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi Terhadap Laba Operasional (Studi Kasus Pada Setia Mobil Tanjungpinang)”** guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan yang sangat banyak dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu menyempurnakan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

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 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 sekaligus Dosen Pembimbing I Penulis yang telah

memberikan banyak sekali dorongan, motivasi, serta saran selama penyusunan skripsi berlangsung.

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 M.Syafnur, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah membimbing serta memberikan saran dan masukan sehingga skripsi bisa terselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf-Staf di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang telah membantu penulis dari segi informasi.
8. Bapak A Hwa, selaku pemilik Setia Mobil Tanjungpinang yang telah banyak memberikan dukungan terkait penyusunan skripsi sehingga bisa terselesaikan dengan baik.
9. Ibu Rini, S.Kom selaku Kepala Administrasi Setia Mobil Tanjungpinang yang telah bersedia memberikan data-data serta informasi terkait penyusunan skripsi.
10. Untuk kedua orang tua (Papa dan Mama) yang telah mendukung serta memberikan kasih sayangnya.
11. Untuk abangku, serta kedua adik-adikku yang telah memberikan do'a sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.

12. Untuk teman-teman terdekatku, Amelia Merdiansyah, Apriadi Pardosi, Dila Novemia Tyas Budi, Mutiara Sandy, Olva Inori Sagita, Roni Timbul Jaya Tambunan serta yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang tiada henti dalam memberikan semangat dan dukungan.

13. Untuk seluruh Mahasiswa-Mahasiswi beserta Teman-Teman seperjuangan dari kelas Malam 3 (Akuntansi) yang telah bekerjasama dengan baik selama dibangku perkuliahan.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca, serta skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

Tanjungpinang, 15 Agustus 2022

Penulis

Kurnia Sandy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Ilmiah	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Penjualan.....	11
2.1.1.1 Klasifikasi Transaksi Penjualan	12
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	15
2.1.2 Biaya	17
2.1.2.1 Klasifikasi dan Penggolongan Biaya	17
2.1.3 Biaya Komisi.....	19

2.1.4	Biaya Reparasi	19
2.1.5	Laba.....	20
2.1.5.1.	Jenis-Jenis Laba	21
2.1.5.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba.....	22
2.2	Hubungan Antar Variabel	24
2.3	Kerangka Pemikiran	24
2.4	Hipotesis	25
2.5	Penelitian Terdahulu.....	26
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Jenis Data	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4	Teknik Pengolahan Data	32
3.5	Teknik Analisis Data	33
3.5.1.	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.1.1.	Uji Normalitas.....	33
3.5.1.2.	Uji Multikolinearitas.....	34
3.5.1.3.	Uji Autokorelasi.....	34
3.5.1.4.	Uji Heteroskedastisitas	35
3.6	Analisis Statistik.....	36
3.6.1.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.6.1.2.	Uji Hipotesis	37
3.6.1.3.	Uji t atau Uji Parsial.....	38
3.6.1.4.	Uji F atau Uji Simultan	39
3.6.1.5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.7	Definisi Operasional Variabel	42
3.8	Jadwal Penelitian	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.2	Mobil-Mobil yang Dijual	46

4.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	48
4.4	Perkembangan Penjualan Pada Setia Mobil Tanjungpinang Periode 2018-2020.....	50
4.4	Pembahasan	62
4.4.1	Analisis Deskriptif	62
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	63
4.4.3	Regresi Linear Berganda.....	68
BAB V PENUTUP.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
CURRICULUM VITAE		

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data Laporan Laba Rugi	5
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2	Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.1	Perkembangan Penjualan Setia Mobil Tanjungpinang Periode 2018-2020.....	51
Tabel 4.2	Perkembangan Biaya Komisi Setia Mobil Tanjungpinang Periode 2018-2020.....	54
Tabel 4.3	Perkembangan Biaya Reparasi Setia Mobil Tanjungpinang Periode 2018-2020	57
Tabel 4.4	Perkembangan Laba Operasional Setia Mobil Tanjungpinang Periode 2018-2020	60
Tabel 4.5	Uji Analisis Deskriptif	62
Tabel 4.6	Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.7	Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-smirnov Test)	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.11	Hasil Analisa Korelasi Ganda (r).....	71
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi (r)	72
Tabel 4.13	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Secara Simultan.....	76

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka pemikiran	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Showroom Setia Mobil Tanjungpinang	48
Gambar 4.2	Grafik Perkembangan Penjualan Setia Mobil Tanjungpinang	52
Gambar 4.3	Grafik Perkembangan Biaya Komisi Setia Mobil Tanjungpinang....	55
Gambar 4.4	Grafik Perkembangan Biaya Reparasi Setia Mobil Tanjungpinang .	58
Gambar 4.5	Grafik Perkembangan Laba Operasional Setia Mobil Tanjungpinang	61
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	64
Gambar 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS
Lampiran 2	: Gambar Objek Penelitian
Lampiran 3	: Gambar Mobil yang dijual
Lampiran 4	: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 5	: Hasil Uji Plagiat

ABSTRAK

PENGARUH PENJUALAN, BIAYA KOMISI, DAN BIAYA REPARASI TERHADAP LABA OPERASIONAL (STUDI KASUS PADA SETIA MOBIL TANJUNGPINANG)

Kurnia Sandy. 18622252. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang.

kumiasandylin@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi terhadap laba operasional (Studi Kasus pada Setia Mobil Tanjungpinang). Populasi penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan Setia Mobil Tanjungpinang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan menggunakan sampel sebanyak 36 data tahun 2018-2020 yang terdaftar dalam laporan keuangan Setia Mobil Tanjungpinang

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari data observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan program *SPSS 22.0 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha, biaya komisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha, dan biaya reparasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha.

Dapat disimpulkan bahwa Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi berpengaruh secara simultan dan parsial karena ada variabel yang berpengaruh terhadap Penjualan dan Biaya Komisi. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh variabel-variabel tersebut melalui Adjusted R² sebesar 0,485 dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Penjualan, Biaya Komisi, Biaya Reparasi

Pembimbing I : Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA

Pembimbing II : M. Syafnur, S.E., M.M.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SALES, COMMISSION COSTS, AND REPAIR COSTS ON OPERATIONAL PROFIT (IN THE CASE STUDY ON SETIA MOBIL TANJUNGPINANG)

Kurnia Sandy. 18622252. *Accounting*. STIE Pembangunan Tanjungpinang.

kumiasandylin@gmail.com

This study aims to determine the effect of sales, commission fees, and repair costs on operating profit (In The Case Study on Setia Mobil Tanjungpinang). The population of this study is the entire financial statement at Setia Mobil Tanjungpinang. The sampling technique used in this study used a purposive sampling technique, using a sample of 36 data from 2018-2020 listed in the financial statement of Setia Mobil Tanjungpinang City.

The research method used is a quantitative research method with secondary data obtained from observational data. The data analysis technique used is multiple linear regression test which is processed with the help of SPSS 22.0 for windows program.

The results of this study indicate that sales have a positive and significant effect on operating profit, commission costs have a positive and significant effect on operating profit, and partial repair costs have a positive and significant effect on operating profit.

It can be concluded that Sales, Commission Fees, and Repair Costs have an effect simultaneously and partially because there are variables that have an effect on Sales and Commission Fees. In addition, the results also show the influence of these variables through the Adjusted R^2 of 0,485 and the rest is influenced by other factors.

Keywords: Sales, Commission Fee, Repair Cost

Supervisor I : Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Sc., CA

Supervisor II : M. Syafnur, S.E., M.M.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini minat produsen akan penjualan kendaraan roda empat semakin berkembang. Berbagai *merk* kendaraan roda empat ditawarkan oleh produsen di masyarakat untuk memenuhi keinginan masyarakat. Masyarakat diminta untuk memilih serta membeli kendaraan roda empat yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, karena dalam hidup ini masyarakat yang juga sebagai manusia seringkali dihadapkan dengan berbagai masalah. Salah satunya masalah yang dialami sama manusia adalah kebutuhan hidupnya.

Kebutuhan jasmani ini biasanya meliputi kebutuhan pokok manusia yaitu meliputi kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Pada peluang atau kesempatan ini penulis akan membahas mengenai kebutuhan jasmani pada manusia tentang kebutuhan akan mobil. Mobil yang pada umumnya dipakai sebagai wahana pengangkutan untuk membawa penumpang, barang, dan menempuh perjalanan baik itu jarak jauh maupun dekat. Oleh karena itu minimnya masyarakat yang membeli mobil bekas yang sesuai dengan keinginannya.

Tujuan perusahaan walaupun sama antara satu dengan yang lainnya, tetapi pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya supaya bisa melindungi perkembangan usia perusahaan. Pada dunia usaha agar bisa melaksanakan maksud tujuan tersebut, khususnya dalam perusahaan dagang harus ditunjang oleh beberapa faktor yang saling mendukung.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan laba operasional perusahaan adalah tingkat penjualan, harga pokok penjualan, biaya operasi, dan lain-lain. Pada umumnya penjualan pada perusahaan dagang terdiri atas suatu kelompok yang biasanya disebut penjualan barang dagangan. Dalam perusahaan dagang penjualan dapat diartikan menjadi beberapa jenis, yakni penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan konsinyasi, dan lain-lain.

Kelancaran serta keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada keahlian manajemen dalam mengatasi suatu keputusan. Agar suatu operasi perusahaan berjalan dengan baik, maka manajemen membutuhkan informasi yang dapat dipercaya sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Searah dengan makin berkembangnya perusahaan, oleh karena itu manajemen semakin diminta untuk mengatasi beranekaragam masalah yang dihadapi. Suatu manajemen yang baik tidak hanya mampu menjalankan fungsi-fungsi manajerial, tetapi dituntut untuk menghasilkan keputusan yang tepat. Oleh karena itu untuk mendapatkan keputusan yang tepat, manajer harus mengukur dan mengevaluasi pelaksanaan aktivitas yang telah dijalankan di dalam organisasi. Semakin berkembangnya perusahaan diikuti dengan semakin rumitnya kegiatan yang efektif dan efisien. Keadaan ini mengingatkan karena para manajer tidak dapat lagi mengawasi secara langsung aktivitas yang terjadi di perusahaannya.

Dalam situasi ini perusahaan harus mewujudkan suatu rencana yang baik agar sumber daya yang diperoleh dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau apabila terjadi kerugian maka diusahakan kerugian tersebut dapat ditekan semaksimal mungkin. Tujuan terbaik

perusahaan pada dasarnya adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Hal ini tidak asing karena dengan keuntungan suatu perusahaan dapat mempertahankan hidupnya dan memperluas usahanya. Selain itu keberhasilan suatu perusahaan seringkali dinilai dari tingkat keuntungan yang dihasilkan. Untuk mendapatkan keuntungan, perusahaan harus melakukan dua langkah. Langkah pertama dengan menaikkan harga jual. Tindakan ini memang akan meningkatkan keuntungan, tetapi dalam keadaan persaingan yang semakin ketat perusahaan tidak mudah menaikkan harga jual karena akan menyebabkan konsumen berpindah ke produk pesaing yang memiliki harga murah dan kualitas produk yang sama. Langkah kedua adalah dengan menekan biaya secara efektif dengan mengendalikan komponen biaya- biaya sehingga biaya tersebut dapat ditekan semaksimal mungkin. Biaya yang semakin tinggi akan menyebabkan ketidakstabilan harga dan akhirnya akan menurunkan laba perusahaan.

Oleh karena itu biaya harus dicatat dengan baik dan dikontrol dengan benar sesuai rencana yang telah dibuat sehingga dapat menghasilkan laba yang besar. Dengan demikian perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif yang dapat mengoptimalkan laba sekaligus memenuhi tuntutan konsumen. Agar manajemen dapat menggunakan biaya secara efektif, maka perusahaan memerlukan informasi biaya yang handal.

Setia Mobil adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam perdagangan kendaraan yang beralamat di jalan DI Panjaitan KM. 7 Tanjungpinang. Setia Mobil adalah sebuah perusahaan jual beli mobil untuk selalu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumennya dengan selalu memberikan kualitas produk yang

lebih baik dari perusahaan lain. Proses penjualan yang dilaksanakan perusahaan menjadi faktor penting sebab proses penjualan yang dilakukan dengan baik akan mempengaruhi peningkatan terhadap keuntungan perusahaan.

Dalam kegiatan sehari-hari perusahaan Setia Mobil adalah suatu ruang pameran yang menjual maupun membeli kendaraan bekas dengan berbagai merk kendaraan antara lain Toyota, Honda, Daihatsu, Kia, Mitsubishi, dan lainnya. Perusahaan Setia Mobil memasarkan produknya dalam sebuah ruang pameran dengan menjual secara langsung (*cash*) maupun dengan kredit melalui rekanan perusahaan dan perusahaan menggunakan sistem pemberian komisi kepada perorangan yang bisa menjual kendaraan milik perusahaan dan memasarkan produknya di Tanjungpinang hingga ke Bintan maupun Batam. Hal tersebut justru membuat perusahaan mengalami penurunan pada laba dikarenakan pemberian jasa upah yang terlalu besar.

Dalam situasi apapun perusahaan juga harus memikirkan biaya akibat reparasi yang terlalu besar akibat kendaraan yang dibeli maupun dijual oleh perusahaan sehingga perusahaan harus mengeluarkan dana lebih untuk biaya reparasi kendaraan agar konsumen tidak merasa kecewa dengan kendaraan yang dijual oleh perusahaan. Namun disisi lain perusahaan mengalami penurunan terhadap laba akibat pengeluaran biaya reparasi yang dilakukan perusahaan.

Didalam penentuan laba operasional perusahaan, besarnya anggaran merupakan pengurangan terbesar terhadap hasil penjualan. Disamping itu perusahaan tidak bisa membebankan biaya yang dikeluarkan kepada harga

kendaraan dikarenakan persaingan harga yang sangat ketat yang terjadi di Tanjungpinang, apabila mengambil langkah menaikkan harga maka perusahaan akan mengalami penurunan penjualan dan dapat berakibat kurang baik terhadap *cash flow* perusahaan. Laba operasional merupakan sebuah analisa keuangan yang harus selalu digunakan manajemen perusahaan dalam menilai aktivitas perusahaan disamping alat analisa lainnya, sehingga penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh biaya-biaya tersebut terhadap laba operasional. Dengan pengendalian yang dilakukan terhadap biaya diharapkan dapat memperkecil biaya operasi sehingga laba operasional akan meningkat. Berikut adalah rekapitulasi daftar penjualan, biaya komisi, dan biaya reparasi serta laba operasional yang diperoleh perusahaan selama 3 tahun dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020

Tabel 1.1
Data Laporan Laba Rugi

Tahun	Penjualan	Biaya Komisi	Biaya Reparasi	Laba Operasional
2018	4.914.925.000	1.986.371.900	1.911.872.500	471.051.692
2019	5.320.190.000	2.334.117.970	2.071.687.500	441.287.189
2020	5.567.630.000	2.429.816.500	2.165.965.300	477.860.193

Sumber: Laporan Laba Usaha Setia Mobil Tanjungpinang

Laba operasional merupakan laba yang didapatkan dari hasil penjualan dikurangi semua biaya yang berhubungan dengan operasional perusahaan. Dari data diatas dapat dilihat bahwa laba operasional yang diperoleh Setia Mobil mengalami penurunan pada tahun 2019 namun meningkat kembali pada tahun 2020, sedangkan penjualan setiap tahunnya meningkat dan sejalan dengan biaya komisi dan biaya reparasi kendaraan yang terus meningkat pada tahun pelaporan

diperusahaan. Hal tersebut menyebabkan ketidakpastian terhadap laba operasional perusahaan namun disisi lain kedua biaya tersebut tidak mampu dihindari oleh perusahaan dikarenakan perusahaan menggunakan kedua fasilitas tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan penjualan, biaya komisi, dan biaya reparasi terhadap laba operasional diperusahaan tersebut yang diberi judul **“Pengaruh Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi Terhadap Laba Operasional (Studi Kasus Pada Setia Mobil Tanjungpinang)”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada di Setia Mobil Tanjungpinang maka penulis ingin mengetahui hal-hal sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh penjualan terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang?
2. Apakah pengaruh biaya komisi terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang?
3. Apakah pengaruh biaya reparasi terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang?
4. Apakah pengaruh penjualan, biaya komisi, dan biaya reparasi terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka diketahui tujuan dan manfaat penelitian dilaksanakan untuk:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh penjualan terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya komisi terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya reparasi terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh penjualan, biaya komisi, dan biaya reparasi terhadap laba operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

01. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2018-2020

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Bagi penulis, penelitian ini tidak hanya sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang, tetapi juga sebagai sarana untuk mengimplementasikan teori-teori yang penulis dapatkan selama duduk dibangku perkuliahan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang

membahas masalah yang sama. Memberikan sumbangan pikiran sebagai bahan masukan bagi peneliti- peneliti berikutnya atau pihak-pihak lain yang berminat dengan masalah **Pengaruh Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi Terhadap Laba Operasional.**

1.5.2 Kegunaan Praktis

Memberikan sumbangan pikiran sebagai bahan masukan bagi peneliti- peneliti berikutnya atau pihak-pihak lain yang berminat dengan masalah Pengaruh Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi Terhadap Laba Operasional.

- a.) Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dibidang ekonomi bagi penulis mengenai bagaimana praktek yang terjadi diperusahaan penjualan mobil di Tanjungpinang terutama tentang pengaruh penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi Terhadap Laba Operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang.
- b.) Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam pertimbangan bagi Setia Mobil Tanjungpinang dalam menjalankan usahanya dan sebagai alat pertimbangan untuk menentukan strategi ke depan dalam menjalankan usaha penjualan maupun pembelian mobil dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan laporan ini secara garis besar terdiri dari lima bab, dimana setiap bab berhubungan satu sama lainnya. Uraiannya antara lain:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini terdiri atas latar belakang berisi masalah singkat perusahaan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis, kerangka pemikiran, dan kegunaan penelitian disisi ilmiah dan praktis.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan landasan teoritis dan definisi menurut buku referensi yang membahas mengenai pengertian, klasifikasi teori-teori yang menjadi acuan permasalahan teoritis pada penelitian ini.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, serta teknik pengolahan menggunakan SPSS.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini merupakan inti dari gambaran umum penelitian, objek penelitian, serta hasil pengolahan data, pengujian hipotesis, dan pembahasan penelitian dalam rangka penyusunan kesimpulan penelitian.

BAB V: Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian dan saran dari penelitian yang telah diadakan oleh peneliti terhadap objek yang diteliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Grand Theory (Manajemen Pemasaran) Menurut Hanafi (2015), Manajemen merupakan metode dari cara, wadah, arahan serta penanganan pada pekerjaan untuk mendapatkan tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi. Menurut Massie dan Douglas dalam (Hanafi, 2015) Manajemen adalah dimana proses pada suatu kelompok orang yang bekerjasama memberi pengarahan orang lainnya untuk mencapai tujuan yang sama. Menurut Thomas Sumarsan (2017), pengertian Manajemen yaitu sebagai suatu keterampilan pada metode perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam menggunakan sumber daya untuk mendapatkan tujuan atau sasaran kinerja.

Middle-Range Theory (Entrepreneurship) Menurut Abu Marlo pada buku *Entrepreneurship* Hukum Langit (2013) menjelaskan bahwa *Entrepreneurship* adalah daya manusia supaya paham akan peluang serta menggunakan peluang tersebut supaya bisa melaksanakan perubahan pada sistem yang ada.

Applied-Range Theory (Lingkungan Bisnis, Kepemimpinan, Strategi Operasi Kualitas, dan Kinerja Perusahaan) Menurut Edy Sutrisno (2014:213) Kepemimpinan adalah suatu kegiatan seseorang untuk mendorong orang lain dengan menuntun, memandu, serta memerintah orang lain untuk melaksanakan sesuatu supaya hasil yang didapat setara dengan yang diinginkan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu, Manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah suatu seni perencanaan serta pengarahan yang dilaksanakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut.

2.1.1 Penjualan

Penjualan merupakan pengalihan kuasa milik akan barang atau pemberian jasa yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada konsumen dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi. Penjualan adalah memperoleh individu untuk membeli produk ataupun jasa apakah dengan cara promosi atau secara langsung. Penjualan adalah bagaimana mewujudkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa. Penjualan berarti sebuah taktik yang dapat mengintegrasikan perusahaan, pelanggan, dan relasi antara keduanya.

Menjual adalah salah satu kegiatan dari pemasaran dalam upaya menyampaikan produk ke pasar dan penjual dituntut untuk mempengaruhi calon pembeli agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Basu Swastha DH (201:9) penjualan merupakan satu bagian dari pengembangan dan pengembangan merupakan satu bagian dari strategi pemasaran secara utuh. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2016:3) penjualan adalah bagian dari pengembangan dan pengembangan adalah salah satu bagian dari strategi sistem pemasaran. Menurut Mulyadi (2016:160) penjualan merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh penjual dalam menjual barang dan

jasa dengan impian akan mendapatkan laba dari terdapatnya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan bisa diartikan sebagai mengalihkan atau memindahkan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Menurut Moekijat dalam Widharta dan Sugiharto (2013:2), *Selling* adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut Hartono, et al., (2012:889), penjualan adalah penerimaan yang didapatkan dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan.

2.1.1.1 Klasifikasi Transaksi Penjualan

Ada berbagai macam transaksi penjualan, diklasifikasikan menjadi penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan tender, penjualan ekspor, penjualan konsinyasi, serta penjualan grosir. Untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai klasifikasi- klasifikasi penjualan, maka akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Penjualan Tunai

Penjualan Tunai adalah penjualan melalui pengambilan produk dari pedagang lalu segera dikirim ke pembeli melalui pembayaran langsung dengan menggunakan uang tunai. langkah penjualan tunai (*cash*) pada umumnya didasarkan pada perkiraan bahwa pembeli akan memperoleh produk setelah harga produk dibayar ke kasir. Menurut Mulyadi (2013:455) mengatakan bahwa: penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan metode mewajibkan konsumen melaksanakan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum

barang diserahkan oleh perusahaan kepada konsumen. Sedangkan menurut Kieso (2013) menyatakan bahwa: penjualan tunai adalah perolehan penjualan, seperti halnya perolehan jasa, direkap ketika didapatkan. penghasilan pemasaran diperoleh ketika barang dipindahkan dari penjual ke konsumen.

b. Penjualan Kredit

Penjualan Kredit merupakan penjualan yang pelunasannya tidak diperoleh secara langsung. Pembayaran bisa diterima melalui dua tahapan atau lebih yang dilakukan pembayarannya secara angsuran. Menurut Mulyadi (2013:201) mengatakan bahwa: penjualan kredit dilakukan oleh perusahaan dengan maksud mengirimkan produk sesuai dengan orderan yang diterima dari konsumen dan pada masa tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada konsumen tersebut.

Menurut L.M. Samryn (2014:250) penjualan kredit merupakan penjualan yang dilaksanakan dengan kelihatannya debit atau tagihan kepada pihak konsumen.

Menurut Kieso (2013) penjualan kredit merupakan kesepakatan dari konsumen untuk membayar produk maupun jasa yang dijual, dapat tertagih selama 30-60 hari serta merupakan piutang terbuka yang berasal dari pelunasan kredit jangka pendek.

c. Penjualan Konsinyasi

Penjualan Konsinyasi adalah suatu sistem penjualan yang berbasis persetujuan yang melibatkan pemilik produk dengan pihak kedua. Menurut Halim (2015:65) penjualan konsinyasi adalah penjualan dengan perjanjian, dimana pihak pemilik barang/consignor/pengamanat menyerahkan barangnya kepada pihak lain

yaitu *consignee*/komisioner untuk dijual kepada pihak luar dan pihak *consignee* mendapatkan sejumlah komisi dari pihak *consignor*. Menurut Yunus dan Harnanto (2013:141) Konsinyasi adalah suatu perjanjian dimana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang tertentu untuk dijualkan dengan memberikan komisi (tertentu).

d. Penjualan Tender

Penjualan Tender adalah penjualan yang dilaksanakan melalui tender, untuk memegang tender selain harus memenuhi beberapa administrasi tender. Seringkali penjualan ini adalah proyek pemerintah. Penjualan tender juga bisa dipahami sebagai kegiatan perdagangan barang atau jasa (bisa berwujud paket pekerjaan) yang menyertakan penyelenggara tender, serta diikuti oleh beberapa penyedia yang saling “mengadu” harga penawaran satu sama lain.

e. Penjualan Ekspor

Penjualan Ekspor adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimport produk tersebut. Dengan kata lain penjualan ini dilakukan antar negara. Aktivitas ini pada dasarnya dilaksanakan oleh perusahaan berskala bisnis kecil sampai menengah sebagai salah satu cara untuk bersaing dipasar internasional. Kegiatan ekspor ini juga bisa menghasilkan anggaran bagi negara asal produk atau barang dagangan tersebut.

f. Penjualan Grosir

Penjualan Grosir adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang grosir atau eceran. Grosir artinya penjualan produk dalam kuantitas banyak, dengan harga “murah”.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Tujuan pembuatan rencana pemasaran adalah agar konsumen datang, mau membeli, lebih sering membeli, dan membeli lagi dalam jumlah yang sangat banyak. Untuk dapat mencapai hal tersebut, ada 2 faktor yang bisa mempengaruhi penjualan yaitu kegiatan pemasaran dan periklanan.

a. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Stanton dalam Tambajong (2013:1293), pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:29), "*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customers relationships in order to capture value from customers in return*", artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Menurut Dayle dalam Sudaryono (2016:41), pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (*returns*) bagi pemegang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif. Menurut Melydrum dalam Sudaryono (2016:41), pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara

sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

b. Periklanan

Periklanan adalah pemanfaatan sarana media untuk menginformasikan kepada konsumen akan sesuatu serta membujuk mereka melakukan sesuatu. Periklanan juga dapat diartikan sebagai penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk memberikan informasi meyakinkan tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun wadah yang merupakan perlengkapan promosi yang kuat. Menurut Tjiptono dalam Rahman (2012:20) menyatakan bahwa, periklanan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan, atau keunggulan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pemusatan pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.

Menurut Kustandi dalam Rahman (2012:21) iklan adalah suatu cara komunikasi masa yang melibatkan sponsor tertentu, yang membayar jasa sebuah media massa atau penyiaran iklannya. Menurut Kaegan dan Green dalam Rahman (2012:21) iklan adalah sebagai pesan-pesan yang unsur seni, teks/tulisan, judul, foto-foto, *tagline*, unsur-unsur lainnya yang telah dikembangkan untuk kesesuaian mereka.

2.1.2 Biaya

Menurut Firdaus dan Wasilah (2012:22) mendefinisikan biaya sebagai berikut: biaya adalah penyisihan atau nilai pengorbanan untuk mendapatkan barang atau jasa yang menguntungkan untuk masa yang akan datang. Menurut Mulyadi (2014:8), dalam arti luas biaya adalah “kepatuhan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Menurut Baldrick, et. Al (2013:23), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang. Menurut Dunia dan Abdullah (2012:22) “biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi”.

Menurut Siregar et al., (2014:23) “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang”.

2.1.2.1. Klasifikasi dan Penggolongan Biaya

a. Biaya Langsung

Biaya Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai proses pencapaian hasil dan tujuan suatu organisasi. Contoh biaya langsung adalah biaya praktikum, biaya ujian, biaya pemakaian laboratorium, dan biaya peminjaman buku.

b. Biaya Tidak Langsung

Biaya Tidak Langsung adalah komponen biaya penunjang atau pelengkap dari komponen biaya langsung. Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*) adalah biaya yang sulit atau tidak dapat dibebankan secara langsung dengan unit produksi, misalnya gaji pimpinan, gaji mandor, biaya iklan, dan lain-lain.

A. Beban Operasional

Beban Operasional adalah beban yang digunakan untuk operasi perusahaan, seperti beban gaji maupun beban listrik. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017:28) Biaya Operasional adalah biaya yang digunakan untuk mendapatkan pendapatan utama. Menurut Mia Laswi Wardiyah (2017:13) menyatakan biaya operasional adalah biaya yang menunjukkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha. Biaya penjualan dan biaya administrasi berhubungan dengan operasi yang digunakan.

Menurut Jumingan (2017:32) Biaya usaha atau operasional timbul sehubungan dengan penjualan atau pemasaran barang atau jasa dan penyelenggaraan fungsi administrasi dan umum dari perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan pengertian diatas, ada unsur-unsur biaya operasional. Menurut Ony et al., (2012:13) Biaya Operasional memiliki 2 unsur, yaitu:

1. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang ke perusahaan ke gedung pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

2. Biaya Administrasi Umum

Merupakan biaya-biaya yang mengkoordinasikan kegiatan produk dan pemasaran produk. Contohnya biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntansi dan biaya *fotocopy*.

B. Beban Non Operasional

Beban Non Operasional merupakan beban yang tidak berhubungan langsung dengan operasi penjualan, seperti beban bunga. Biaya non operasional juga dapat diartikan sebagai biaya-biaya yang tidak berhubungan dengan usaha pokok perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya bukan usaha (*non-operating expense*) adalah suatu biaya disamping biaya usaha bagi suatu perusahaan non lembaga keuangan, misalnya beban bunga.

2.1.3 Biaya Komisi

Biaya komisi yaitu suatu biaya yang perlu kita keluarkan untuk menikmati fasilitas yang kita gunakan. Semakin kecil suatu biaya komisi yang dibebankan kepada kita, maka hal tersebut menguntungkan bagi kita. Biaya komisi ini biasanya kita bayarkan pada saat kita akan melakukan transaksi. Dengan demikian komisi merupakan suatu intensif yang bersifat variabel sehingga semakin besar kinerja seseorang maka ia akan mendapatkan komisi yang semakin besar juga.

2.1.4 Biaya Reparasi

Biaya Reparasi atau perbaikan adalah suatu biaya yang kita keluarkan sebagai biaya perbaikan atas kerusakan kendaraan. Biaya pemeliharaan kendaraan adalah suatu biaya yang berkaitan dengan kendaraan bus maupun minibus baik itu

perbaikan rutin, pemakaian bahan bakar, pada bus dan minibus dapat dibebankan seluruhnya pada saat terjadinya perbaikan.

2.1.5 Laba

Menurut Harrison, et. al. yang diterjemahkan oleh Gania (2012:11), laba adalah “kenaikan laba perdagangan selama satu periode akuntansi (misalnya, penambahan asset atau penurunan beban) yang mewujudkan kenaikan ekuitas (keadilan), kecuali yang berhubungan sama transaksi dengan pemegang saham”. Menurut Martani, dkk (2012:115), menyebut istilah laba dengan keuntungan merupakan: “Kenaikan aset *netto* yang ber punca dari kesepakatan incidental diluar transaksi perusahaan yang menghasilkan pendapatan”.

Menurut Rudianto (2012:18), laba adalah: “Perbedaan kategori antara jumlah pendapatan dan jumlah kewajiban upaya usaha pada periode tersebut.” Menurut L.M. Samryn (2012:429), menyatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba merupakan asal pendapatan *privat* yang dapat didapatkan dari kegiatan wajar perusahaan yang tidak memerlukan tarif tambahan untuk pengarsipan dan penggunaannya”.

Menurut Wild dan Subramanyam (2014:25), menyatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba (pendapatan) atau laba bersih (*net income*) menunjukkan daya laba perusahaan atau industri. Laba menggambarkan perbaikan kepada pemegang ataupun pemangku keadilan untuk masa yang bersangkutan, sementara penjaga dalam laporan memaparkan bagaimana keuntungan diperoleh”.

2.1.5.1. Jenis-Jenis Laba

Berdasarkan pengertian diatas laba dapat dibedakan menurut jenisnya yaitu, Laba Operasional, Laba Non Operasional, Laba Kotor, Laba Bersih Usaha, Laba sebelum Pajak, Laba Bersih Setelah Pajak.

A. Laba Operasional

Laba Operasional adalah suatu penilaian keuntungan perusahaan yang diperoleh dari aktivitas praktik yang sedang beroperasi. Laba operasional atau laba operasi juga dapat dipahami menjadi suatu selisih antara hasil penjualan bersih dengan jumlah biaya penjualan dan biaya operasi. Maka dapat diartikan bahwa laba operasional adalah merupakan laba bersih dari operasi yang dilaksanakan.

B. Laba Non Operasional

Laba Non Operasional adalah laba yang timbul bukan disebabkan oleh kegiatan utama perusahaan, melainkan kegiatan lain yang masih berhubungan dengan perusahaan.

C. Laba Kotor

Laba Kotor yaitu penghasilan akibat perdagangan dikurangi dengan harga modal produksi. Maka dapat disimpulkan bahwa laba kotor adalah pendapatan dari penjualan yang sudah dipotong biaya per tanggung jawaban produksi produk dan jasa tetapi masih belum terpotong biaya untuk gaji, pajak, dan pembayaran suku bunga.

D. Laba Bersih Usaha

Laba Bersih Usaha yaitu laba kotor yang dikurangi dengan biaya-biaya komersial, seperti biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017:197) Laba bersih adalah angka terakhir dari perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya: laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain.

E. Laba Bersih Sebelum Pajak

Laba Bersih Sebelum Pajak yaitu laba bersih usaha ditambah hasil laba diluar usaha, dikurangi biaya yang dikeluarkan akibat aktivitas lain diluar usaha yang terjadi didalam suatu perusahaan pada periode aktivitas perusahaan yang terjadi.

2.1.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba pada sebuah perusahaan. Menurut I Nyoman Kusuma (2012:249) pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen dalam laporan keuangan yaitu sebagai berikut: 1. perubahan harga penjualan, harga jual berpengaruh pada besaran laba yang diperoleh suatu perusahaan. 2. perubahan kuantitas produk yang dijual, jumlah kuantitas produk yang dijual juga berpengaruh pada besaran laba. 3. Harga pokok penjualan produk. Untuk lebih jelasnya mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi dalam sebuah perusahaan atau bisnis dalam organisasi maka dijelaskan sebagai berikut:

1. Besarnya Perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan, maka ketepatan pertumbuhan laba yang diinginkan bertambah tinggi disebabkan pengeluaran akibat kegiatan perusahaan semakin besar pula.

2. Umur Perusahaan

Perusahaan yang baru saja berdiri kurang memiliki pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga ketepatan dalam memperkirakan laba yang diperoleh semakin rendah.

3. Tingkat Leverage

Leverage merupakan total hutang yang digunakan untuk membayar atau membeli aset-aset perusahaan. Apabila perusahaan memiliki hutang yang tinggi, maka manajer berkeinginan memanipulasi laba sehingga dapat menurunkan ketepatan pertumbuhan laba.

4. Tingkat Penjualan

Tingkat penjualan masa lalu yang tinggi, bertambah tinggi tingkat penjualan pada masa yang akan datang sehingga pertumbuhan laba bertambah tinggi dan bertambah rendah tingkat penjualan dimasa lalu maka akan bertambah rendah pula laba.

5. Perubahan Laba Masa Lalu

Semakin besar perubahan laba masa lalu, semakin tidak pasti laba yang diperoleh dimasa mendatang karena perubahan tersebut menyebabkan pengambilan keputusan yang tidak pasti oleh manajemen.

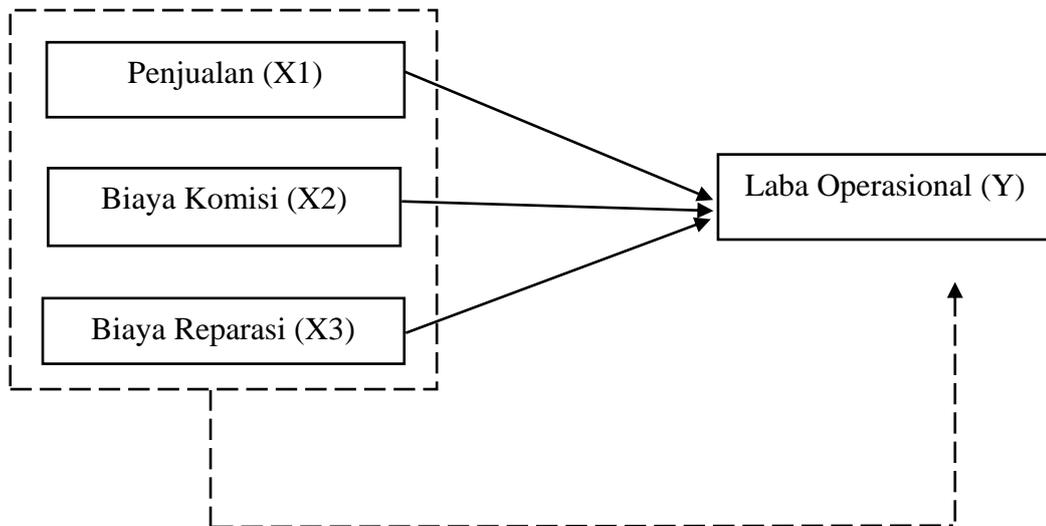
2.2 Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Operasional ini sangat berkaitan erat. Mengapa demikian, karena dalam hal ini laba akan ditimbulkan apabila penjualan terhadap suatu produk lebih besar bila dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Aspek penting yang mempengaruhi besar kecilnya laba adalah pendapatan. Pendapatan bisa diperoleh dari penjualan produk. Semakin besar penjualan, maka akan membawa laba yang besar bagi perusahaan. Hal ini bisa diamati dari hasil laba bersih yang setiap tahunnya naik bersama dengan besarnya penjualan yang dilakukan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdiri atas tiga variabel, yaitu Laba Operasional sebagai variabel Dependen dan Penjualan, Biaya komisi, serta Biaya Reparasi sebagai variabel Independen. Untuk mengetahui lebih jelas lagi mengenai hubungan antar variabel Dependen maupun Independen pada penelitian ini, maka penulis membuat kerangka penelitian dalam bentuk gambar sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan Gambar:

----- Secara Simultan
 _____ Secara Parsial

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran tersebut bisa disimpulkan bahwa Laba Operasional sebagai variabel Dependen akan berpengaruh terhadap variabel Independen lainnya yang berupa Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi.

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:63) Hipotesis yaitu jawaban sementara atau kondisional yang berhubungan dengan ringkasan kegiatan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah diakui dalam wujud wacana persoalan.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dipaparkan, maka hipotesis penelitian ini adalah: “Penjualan, Biaya Komisi, serta Biaya Reparasi berpengaruh terhadap Laba Operasional pada Setia Mobil Tanjungpinang”

2.5 Penelitian Terdahulu

1. Judul penelitiannya adalah "*The Comperative Analysis Of Consumer Buying Decision Of All New Jazz And All New Yaris Car*" Oleh Phamella Patrycia Monangin, S.L.H.V, Joyce Lopian, dan Williem J.F.Alfa Tumbuan (2016)

Hasil analisisnya menggambarkan bahwa: *Culture* dengan *t* sebesar 1.870, *df* sebesar 58, *sig.(2-tailed)* sebesar 0,67, *Mean Difference* sebesar 1.200, *Std.error difference* 642 Maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam keputusan pembelian konsumen berdasarkan Faktor Budaya antara *All New Jazz* dan *All New Yaris* di Manado.
2. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Faktor Sosial antara *All New Jazz* dan *All New Yaris* di Manado.
3. Terdapat Perbedaan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan *Personal Factor* antara *All New Jazz* dan *All New Yaris*.
4. Terdapat perbedaan yang signifikan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Faktor Psikologis antara *All New Jazz* dan *All New Yaris*.

2. Judul penelitiannya adalah "**Analisis Pengaruh Penggunaan Hutang dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**". Oleh Vina Wardani (2014).

Alat analisis atau percobaan menggunakan analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian atau percobaan menggambarkan bahwa secara simultan variabel independen yang terdiri atas *STD*, *LTD*, biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity (ROE)*. Sedangkan secara parsial variabel *STD*, biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administratif dan umum berpengaruh signifikan terhadap *ROE*, variabel *LTD* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity (ROE)*. Variabel *Total Debt to Asset (TDA)* tidak dapat dimasukkan dalam penelitian ini karena terdapat adanya multikolinearitas.

3. Judul penelitiannya adalah **“Pengaruh *Volume Penjualan Mente dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD. Agung Esha Karangasem*”**. Oleh Wisesa, dkk (2014).

Hasil percobaan dengan memanfaatkan regresi linear berganda menggambarkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha tahun 2013. Hal tersebut dilihat dari hasil analisis test yang memperlihatkan bahwa, nilai t hitung = 5.650 > t tabel = 1.81246. Besar pengaruh *volume* penjualan mente terhadap laba bersih adalah sebesar 0,883. Biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha tahun 2013. Hal tersebut dilihat dari analisis *test* yang memperlihatkan bahwa nilai t hitung = 3.078 > t tabel = 1.81246. Besar pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih adalah sebesar ~ 0,716. Volume penjualan, dan biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha 2013. Hal tersebut dilihat dari hasil analisis

F_{tes} yang memperlihatkan bahwa nilai $F_{hitung} = 135.244 > F_{tabel} = 4,26$. Besarnya pengaruh *volume* penjualan menta dan biaya operasional terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha tahun 2013 adalah sebesar 96,1%, sedangkan sisanya sebesar 3,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Judul penelitian adalah **“Pengaruh Pendapatan Kamar dan Biaya Komisi Penjualan Terhadap *Average Room Rate* Hotel di Daerah Denpasar”**.

Oleh Putu Sanjaya Budi Darma dan Ni Gusti Putu Wirawati (2019).

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa pendapatan kamar berpengaruh positif signifikan terhadap *average room rate*. Pengaruh biaya komisi penjualan terhadap *average room rate*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya komisi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap *average room rate* sehingga H_2 diterima. Hal ini berarti bahwa apabila biaya komisi penjualan semakin meningkat maka *average room rate* juga akan meningkat. nilai f hitung sebesar $27.953 > f$ tabel

3.12 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ maka hipotesis diterima. Hal ini berarti kedua variabel independen Pendapatan kamar dan Komisi penjualan kamar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *average room rate*. Pengujian hipotesis 1 diterima jika nilai signifikansi < 0.05 . Nilai signifikansi

$0.005 < 0.05$ ini berarti hipotesis pertama diterima, hal ini menggambarkan bahwa pendapatan kamar berpengaruh positif signifikan terhadap *average room rate*. Pengujian hipotesis 2 diterima jika nilai signifikansi < 0.05 .

5. Judul penelitiannya adalah “*Analysis of Factors Affecting Car Purchasing Decision*”. Oleh Bagus Randhyartha Gumilar, Ujang Sumarwan, dan Bagus Sartono (2020).

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa rata-rata pembeli yang membeli mobil merk *Mitsubishi Xpander* adalah 6,658, merk *Toyota Avanza* adalah 6,576, merk *Daihatsu Xenia Mt/At* adalah 2,527, merk *Daihatsu Luxio* adalah 317, merk *Nissan Grand Livina 1.5* adalah 330, merk *Suzuki Apv* adalah 240, merk *Suzuki Ertiga* adalah 3,005, merk *Honda Mobilio* adalah 1,953, dan merk *Wuling Confero S* adalah 803.

Sehingga didapat kesimpulan sebagian responden yang pernah membeli mobil merk *Mitsubishi Xpander* adalah laki-laki. Rentang usia responden usia generasi x dan y yaitu 31-40 tahun dan 20-30 tahun. Mayoritas responden yang membeli *Mitsubishi Xpander* memiliki gelar sarjana. Kualitas produk, harga, dan lokasi menjadi faktor utama responden dalam membuat keputusan pembelian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, menggunakan jenis penelitian *kuantitatif*. Paradigma *kuantitatif* mengikuti pada pengujian ide melalui penilaian *variabel* atau faktor penelitian dengan angka dan melaksanakan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuktikan hipotesis atau jawaban sementara yang menjadi praduga dalam penelitian dan menjawab pertanyaan berkaitan dengan subjek yang diteliti sebagai dasar menerangkan hasil penelitian yang telah dilakukan agar dapat dipahami oleh penggunanya.

3.2 Jenis Data

Adapun jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2016) data sekunder (*secondary data*) yaitu data pendukung yang sudah dilakukan lebih lanjut yang didapatkan dari dokumen, buku-buku maupun dokumentasi yang ada hubungannya dengan penelitian. Data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data atau petunjuk kepada peneliti pengumpulan data tersebut dapat dilaksanakan dengan teknik pengumpulan data.

Menurut waktu pengumpulan data, data yang dipakai pada penelitian atau percobaan ini termasuk data *time series* yaitu sekumpulan data suatu ciri atau tanda tertentu yang diperoleh dari beberapa *interval* waktu dan pada penelitian ini data yang disajikan adalah data bulanan. Penelitian ini menggunakan data selama

3 tahun yaitu 2018-2020 dengan jumlah data sebanyak 36 data disajikan dalam laporan laba rugi Setia Mobil Tanjungpinang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tata cara yang tersusun dan standar untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2013, halaman 224) teknik pengumpulan data adalah tindakan yang paling penting dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dalam sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data. Adapun cara-cara yang dilakukan penulis untuk melakukan pengumpulan data diperusahaan yaitu dengan beberapa cara metode pengumpulan data antara lain studi pustaka, observasi, dan wawancara.

a) Studi Pustaka

Studi kepustakaan yaitu metode penelitian dengan cara mengumpulkan dan mempelajari buku-buku serta sumber data lainnya yang dapat memperjelas data penyusunan skripsi. Dalam hal ini sumber data diperoleh dari perpustakaan dan internet. Menurut Sugiyono (2012) Studi Pustaka merupakan tentang kajian teoritis, referensi, dengan literatur ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan budaya, nilai, dan norma-norma yang berkembang dan dipengaruhi oleh keadaan sosial yang diteliti.

b) Observasi

Menurut Poerwandari Gunawan (2014), berpendapat bahwa Observasi yaitu teknik metode yang pada awalnya mendasar dan paling tua. Karena adanya dengan beberapa metode tertentu kita selalu terlibat dalam proses yang sedang diamati. Hal ini memungkinkan analisis untuk membuktikan apa yang

diselesaikan, siapa yang melaksanakan pekerjaan, kapan mereka melaksanakannya, bagaimana mereka melaksanakannya, mengapa mereka melaksanakannya, serta berapa lama pekerjaan itu dilaksanakan. Proses observasi juga disebut sebagai pengamatan.

c) Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015) Wawancara yaitu pertemuan dua orang bertujuan untuk memberi pendapat juga berita dan gagasan melalui tanya jawab sehingga dapat disimpulkan gagasan dalam suatu topik tertentu. Wawancara dapat digunakan sebagai dari teknik pengumpulan data. Jika peneliti mau melaksanakan studi pendahuluan untuk mendapatkan berbagai permasalahan yang akan diteliti, tetapi jika peneliti ingin memahami hal-hal dari berbagai responden yang lebih mendalam.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Menurut Kristanto (2018:8) “Pengolahan Data merupakan waktu yang digunakan untuk menggambarkan perubahan bentuk data menjadi informasi yang memiliki kegunaan”. Dengan demikian, informasi adalah data atau kesimpulan yang tolak banding, atau data yang telah dikerjakan menjadi suatu kesimpulan yang mempunyai makna lebih jika dibandingkan dengan data semula. Dalam penelitian ini *variabel dependen* (terikat) adalah laba operasional perusahaan dan merupakan hasil dari penjualan dikurangi dengan biaya-biaya, biaya dalam hal ini adalah biaya operasional untuk kelancaran kegiatan usaha di perusahaan ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2017:335) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan merencanakan secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara menyusun bagian data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam bagian terkecil, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah mana yang penting dan yang dapat dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain. Hasil analisis data ini merupakan jawaban atas pertanyaan masalah.

Alat analisa yang dipakai dalam penelitian ini adalah program komputer *SPSS (Statistical Program for Social Science)* versi 22.0 *for windows* dengan regresi linear berganda. Sebelum dilakukan analisis persamaan linear berganda, terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi klasik.

3.5.1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.5.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika data yang tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang bisa digunakan adalah *statistik non parametric*. Dalam

pembahasan ini akan digunakan uji *one sample kolmogorov smirnov* dengan melihat nilai pada *asympt.Sig2tailed*. data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05.

3.5.1.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dan model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah ada tidaknya multikolinearitas. Adapun beberapa metode pengujian yang bisa digunakan antara lain:

1. Dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* pada model regresi, cara melihat *variance inflation factor (VIF)* adalah dengan cara melihat nilai pada kolom *collinearity statistic* pada nilai *VIF* apabila nilai > 10 maka disimpulkan bahwa terjadi masalah multikolinearitas dan apabila nilai $VIF < 10$ maka disimpulkan variabel tidak terjadi multikolinearitas.
2. Dengan melihat nilai *TOL (Tolerance)* pada kolom *collinearity statistic*, apabila nilai *TOL* mendekati 1 maka terjadi masalah multikolinearitas dan apabila nilai jauh dari 1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.1.3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lainnya pada

model regresi. Menurut Duwi Priyatno (2012:172) “Autokorelasi” adalah keadaan dimana pada model regresi terdapat korelasi antara residual pada periode tertentu t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Prasyarat yang harus terpenuhi adalah ada tidaknya autokorelasi pada model regresi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan penilaian sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari $d1$ atau lebih besar dari $(4-d1)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara du dan $(4-du)$, maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara $d1$ dan du atau diantaranya $(4-du)$ dan $(4-d1)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

$$d = \frac{\sum (e_n - e_{n-1})^2}{\sum e^2}$$

Keterangan:

d : Nilai Durbin Watson

e : residu/error

3.5.1.4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:158) Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam modal regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heterokedastisitas.

Pada penelitian ini, akan dilakukan uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji *Sperman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*unstandardized residual*) pada tabel *correlations* untuk masing-masing variabel independen dengan melihat nilai *Sig 2-tailed* pada kolom *unstandardized residual*. Jika signifikansi korelasi berkurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heterokedastisitas tetapi apabila melebihi 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Selain menggunakan uji *Sperman's rho*, cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat, yaitu *ZPRED* dengan residual *SRESID* dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6 Analisis Statistik

3.6.1.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik regresi, maka selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linear berganda. Menurut Danang Sunyoto (2013:47) tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari

variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Persamaan linear berganda sebagai berikut:

Keterangan:

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

Y : Laba Operasional (Nilai yang diprediksikan)

X₁ : Penjualan

X₂ : Biaya Komisi

X₃ : Biaya Reparasi

A : Konstanta (Nilai Y apabila X₁,X₂,X₃ = 0)

b₁,b₂,b₃ : Koefisien regresi (Nilai peningkatan maupun penurunan)

e : error / residu

3.6.1.2. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:93) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Pengujian hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang dijabarkan dalam kerangka teori yang harus diuji kebenarannya. Karena sifatnya sementara maka

perlu dilakukan pembuktian melalui data empiris dari suatu penelitian ilmiah. Dalam penelitian ini digunakan uji t dan uji F.

3.6.1.3 Uji t atau Uji Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel (X_1, X_2, X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

a. Menentukan Hipotesis

Hipotesis untuk X_1 dan Y adalah sebagai berikut:

H_0 = Penjualan (X_1) secara parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap laba operasional (Y).

H_1 = Penjualan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba operasional (Y).

Hipotesis untuk X_2 dan Y adalah sebagai berikut:

H_0 = Biaya Komisi (X_2) secara parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap laba operasional (Y).

H_2 = Biaya Komisi (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba operasional (Y).

Hipotesis untuk X_3 dan Y adalah sebagai berikut:

H_0 = Biaya Reparasi (X_3) secara parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap laba operasional (Y).

H3 = Biaya Reparasi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba operasional (Y).

b. Menentukan daerah penerimaan dengan menggunakan uji t. titik kritis yang dicari dari tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan (df) $n-k-1$, dimana n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen.

c. Menentukan t hitung dengan rumus

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

d. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.1.4. Uji F atau Uji Simultan

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) yaitu penjualan, biaya komisi, dan biaya reparasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu laba operasional.

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi terhadap laba pada Setia Mobil Tanjungpinang.

H_a = Ada pengaruh yang signifikan antara Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya Reparasi terhadap laba pada Setia Mobil Tanjungpinang.

- b. Menentukan daerah penerimaan H_0 dan H_a dengan menggunakan uji F. titik kritis yang dicari dari tabel distribusi F dengan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan (df) $n-k-1$, dimana n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen.

- c. Menentukan F hitung dengan rumus

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n-k-1)}$$

3.6.1.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui *persentase* sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). koefisien ini menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak sedikitpun *persentase* sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independen digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel independen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka *persentase* sumbangan

pengaruh yang diberikan variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Rumus mencari koefisien determinasi dengan tiga variabel independen adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 + Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien Determinasi

$a_{1,2,3}$: Koefisien Regresi

$x_{1,2,3}$: Variabel Independen (Penjualan, Biaya Komisi, dan Biaya
Reparasi)

Y : Variabel Dependen (Laba Operasional)

Pedoman interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

0,00 – 0,199 : Sangat rendah

0,20 – 0,399 : Rendah

0,40 – 0,599 : Sedang

0,60 – 0,799 : Kuat

0,80 – 1,000 : Sangat kuat

Hasil analisis korelasi ganda dapat dilihat pada output *Model Summary* dari hasil analisis regresi linear berganda.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan sesuatu yang menjadi pembeda atau dapat mengubah suatu nilai. Sehingga dalam hal ini, Definisi operasional variabel digunakan oleh peneliti sebagai indikator atau acuan dalam menggali informasi tentang fokus penelitian atau permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini terdiri atas 3 variabel bebas atau independen yaitu Penjualan (X_1), Biaya Komisi (X_2), dan Biaya Reparasi (X_3) serta variabel terikat atau dependen yaitu Laba Operasional (Y). berdasarkan judul penelitian, maka definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Penjualan	Penjualan merupakan pengalihan kuasa milik akan barang atau pemberian jasa yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati Bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada konsumen	Aneka produk, Kualitas, <i>Design, Merk,</i> Pelayanan.	Ordinal

		dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi.		
2	Biaya Komisi	Biaya komisi yaitu suatu biaya yang perlu kita keluarkan untuk menikmati fasilitas yang kita gunakan.	Biaya Komisi = Harga Penjualan X Besar Komisi (%)	Rasio
3	Biaya Reparasi	Biaya reparasi atau perbaikan adalah suatu biaya yang kita keluarkan sebagai biaya akan kerusakan kendaraan.	Seluruh total biaya reparasi	Ordinal
4	Laba Operasional	Laba operasional adalah suatu penilaian keuntungan perusahaan yang diperoleh dari aktivitas praktik yang sedang beroperasi. Laba operasional atau laba operasi juga dapat dipahami menjadi suatu selisih antara hasil penjualan bersih dengan jumlah biaya penjualan dan biaya operasi.	Laba Operasional = Laba Kotor – Biaya Operasi – COGS	Rasio

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, K. (2019). Penelitian Terhadap Hotel Sukajadi Bandung. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699.* www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Budi Darma, P. S., & Wirawati, N. G. P. (2019). Pengaruh Pendapatan Kamar dan Biaya Komisi Penjualan Terhadap Average Room Rate Hotel di Daerah Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi, 27, 2129.* <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i03.p18>
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. (2016). *Metodologi Penelitian, Teori Metodologi Penelitian.* 107.
- Ekonomi, F., & Brawijaya, U. (n.d.). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL PADA SHOWROOM HARTONO MOTOR MALANG Oleh : Puji Astuti Mardiaty Jl . MT . Haryono 165 Dosen Pembimbing : Yusuf Risanto ., SE ., MM.*
- Fauziyyah, A., & Sriyanto. (2016). Dasar Evaluasi Penggantian Mesin Ctm (Continuous Tandem Cold Mill). *Jurnal Online Teknik Industri, 4(1), 1–7.*
- Ghazali, A. (2019). *Wawancara 4.* 20–27. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2mqxg>
- Gumilar, B. R., Sumarwan, U., & Sartono, B. (2020). *Analysis of factors affecting car purchasing decision.* 16(1), 60–71.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta, 2(2), 286–303.*
- Handayani, F. (2017). *OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PT . ALAM SUTERA REALTY TBK FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PADANGSIDIMPUAN.*
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2018). Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 2017, 9–29.*

- Pasaribu. (2018). Hambatan Penjualan. *Pelaksanaan Penjualan Produk Busana Casual Pada PT Gilang Garmino Jakarta*, 7–17. https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/260867/File_9-Bab-I-Pendahuluan.pdf
- Prof. Dr. Suryana, Ms. (2012). Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1–243. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Reeve, J. M. et al. (2013). Principles of Accounting-Indonesia Adaption: Buku 2. Yang dialihbahasakan oleh Damayanti Dian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Riadi, M. (2016). Pengertian, Tujuan, Jenis & Faktor yang Mempengaruhi Penjualan. In *Kajian Pustaka*. <https://www.kajianpustaka.com/2016/07/pengertian-tujuan-jenis-faktor-yang.html>
- Satria, M. R. (2021). Penyusunan Laporan Keuangan Perusahaan Menggunakan Appsheet (pada PD Beras Padaringan). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 320–338.
- Sugiyono. (2020). “Penelitian adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu variabel dengan variabel lain. *Repository.Stp*, 26–37.
- Wisesa, I. W. B., Zukhri, A., & Suwena, K. R. (2014). Pengaruh Volume Penjualan Mentel dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD. Agung Esha Karangasem Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia*, 4(1), 2–12. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/3293>

Curriculum Vitae



A. Informasi Pribadi

Nama Lengkap : Kurnia Sandy
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat&Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 05 Oktober 2000
Kewarganegaraan : Indonesia
Umur : 21 Tahun
Alamat : Jl. Sultan Machmud No. 5 Tanjung Unggat
Agama : Buddha
E-mail : kumiasandylin@gmail.com
Nomor Telepon (WA) : 081266711662

B. Latar Belakang Pendidikan

<i>Nama Sekolah</i>	<i>Tahun Kelulusan</i>
TK Negeri Bina Permata	2006
SD Negeri 012 Gemuruh	2012
SMP Negeri 2 Kundur Utara	2015
SMA Negeri 4 Kundur	2018
STIE Pembangunan Tanjungpinang	2022