

biaya pemeliharaan terhadap laba pada PT. Lion Card

3. Bagi akademisi

Sebagai bahan bacaan dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang lebih luas daripada penelitian ini.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 *Review* Hasil-hasil Penelitian Terdahulu**

Hasil-hasil dari penelitian terdahulu perlu direview untuk mengetahui masalah-masalah atau isu-isu apa saja yang pernah dibahas oleh orang-orang terdahulu yang berkaitan dengan tema yang sedang dibahas. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan dari jurnal. Penelitian menemukan bahwa sebelumnya telah ada penulis lain yang juga membahas mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian ini

Review Pertama penelitian oleh Mata Sembiring dan Siti Aisyah Siregar (2018) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub barang konsumsi yang terdaftar di be. Biaya pemasaran / promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub barang konsumsi, secara bersama sama/simultan (uji F) variabel bebas yang terdiri dari biaya bahan produksi,

dan biaya pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu laba bersih. Hal ini dapat dilihat nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ .

Penelitian kedua oleh Agus Putranto (2017). pengaruh biaya produksi dan omset penjualan terhadap laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Wonosobo (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al Qur'an. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh biaya produksi dan omset penjualan terhadap laba baik secara parsial maupun simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap laba.

Penelitian ketiga oleh Refna Dwiwana (2010). Dengan judul : "Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Operasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk". Universitas Komputer Bandung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penjualan terhadap laba operasi pada PT.Indofood sukses makmur Tbk, Persamaan regresi  $Y = -2906,773 + 0,208X$ . Koefisien determinasi 0,808. Dari tabel menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  4,099 lebih besar dari  $T$  tabel 2,571, maka pengujian tersebut signifikan atau dengan kata lain penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba operasi. Artinya apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel penjualan maka akan langsung terjadi perubahan yang berarti pada variabel laba operasi.

Penelitian keempat oleh Syarief Hidayat (2013). Dengan judul : "Pengaruh biaya operasional dan biaya pemeliharaan aktiva tetap terhadap laba operasional pada Hotel Plaza Tanjungpinang". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh biaya operasional dan biaya pemeliharaan aktiva tetap terhadap laba operasional pada hotel plaza Tanjungpinang. Hasil analisis regresi memperlihatkan antara biaya operasional dan biaya pemeliharaan aktiva tetap terdapat hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,772 terhadap laba operasi dan hubungan yang terjadi adalah negatif. Dimana ketika biaya operasional dan biaya pemeliharaan aktiva tetap meningkat, maka laba operasi akan meningkat menurun. Secara parsial (uji t) biaya operasional memiliki pengaruh signifikan dimana nilai  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-6,958 < -$

2,035) dan sig. 0,000 < 0,05 terhadap laba operasi dan biaya pemeliharaan aktiva tetap memiliki pengaruh signifikan dimana nilai -t hitung < -t hitung (-3,070 < -2,035) dan sig. 0,004 < 0,05 terhadap laba operasi. Secara simultan hutang usaha dan modal kerja berpengaruh signifikan dimana f hitung > f tabel (24,404 > 3,285) terhadap laba operasional. Secara simultan atau bersama-sama biaya operasional dan biaya pemeliharaan aktiva tetap memberikan pengaruh sebesar 59,7%, terhadap laba operasional dan sisanya yaitu 40,3% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kedua variabel yang diteliti.

Penelitian ke lima oleh Usman Kusuma dan Amalia Suzanti, Jurnal akuntansi FE Unsil, Vol 4, No 1 (2009), dengan judul "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Air Bersih terhadap laba ". ( Studi Kasus Pada PT PDAM Tirtandi ). Kesimpulan yang di peroleh dari penelitian ini adalah bahwa Biaya produksi ( Variabel  $X_1$  ) mempunyai pengaruh positif terhadap laba ( Variabel Y ) dimana setiap kenaikan variable  $X_1$  akan mengakibatkan kenaikan pada variable Y ( laba ). sedangkan untuk nilai penjualan ( Variabel  $X_2$  ) Mempunyai pengaruh negative terhadap laba dimana setiap kenaikan Variabel  $X_2$  ( nilai penjualan ) akan mengakibatkan penurunan pada variable Y ( laba ).

Penelitian ke enam oleh I Kadek Astitiya ( 2011 ). Pengaruh Biaya Proyek Dan Biaya Administrasi Umum Terhadap Pencapaian Laba Bersih Pada Pt Putra Alinson Perkasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh biaya proyek dan biaya administrasi umum terhadap pencapaian laba bersih pada PT. putra alinson perkasa. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear dimana Persamaan regresi  $Y = 16.526 + 0.158X_1 + 0.079X_2$ . Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS v.17 didapat bahwa pada tabel model summary nilai  $r = 0.990$ . Koefisien determinasi  $R = 98,1\%$ . Secara parsial biaya proyek berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dimana nilai thitung 3,125 > 2,110. Biaya administrasi umum berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dimana nilai thitung 2,732 > 2,110. Secara simultan biaya proyek dan biaya administrasi umum berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dimana nilai Fhitung 101,980 > 6,944.

Penelitian internasional pertama dilakukan oleh Trimisiu Tunji Syianbola dan *State*, Nigeria dengan judul : "*The impact of Cost Control on Manufacturing Industry Profitability*". Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana pengendalian biaya dapat efektif dalam rangka untuk mengatur pengeluaran sehingga membawa peningkatan pengembalian profitabilitas. Metode yang digunakan dan di adopsi oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah wawancara langsung, maupun tidak langsung melalui beberapa pertanyaan yang tidak bias untuk beragam kelompok dalam industry, Model korelasi person di gunakan dalam menganalisis data. Penelitian ini difokuskan pada semua aspek biaya dalam perusahaan manufaktur di Nigeria *West Africa Portland Cement Plc ( WAPCO )*. 74 responden dipilih secara acak, responden melintas semua kader dari semua karyawan dalam produksi, penjualan, pembelian dan piutang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian biaya dan profitabilitas usaha, hubungan Antara pengendalian biaya dan profitabilitas bisnis dapat di lihat dari sudut pandang pemanfaatan bahan, tenaga kerja, pengawasan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, administrasi, penjualan dan kegiatan distribusi. semua ini membantu untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga profitabilitas dapat berkesinambungan. Dari temuan peneliti ini terbukti bahwa pengendalian biaya memiliki dampak positif pada profitabilitas bisnis dan bahwa unsur biaya, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik dan perilaku pekerja dapat di control dengan langkah- langkah seperti akuntansi pertanggung jawaban, pengumpul data dan pelaporan data. Dalam penelitian ini peneliti menyarankan pengendalian biaya yang efektif, termasuk system akuntansi tanggung jawab yang baik, harus di terapkan oleh semua badan usaha di dalam negeri, biaya control harus di tempat di semua departemen, terutama departemen produksi, untuk pengendalian biaya yang efektif untuk di capai, harus ada pendapatan, analisis dan administrasi yang tepat di semua tingkat bisnis, harus ada

pengendalian biaya strategis sehingga tidak memungkinkan dampak negative dari variable strategis lainnya.

Penelitian internasional kedua yang berjudul : “ *Cost management Practices And Firm’s Performance of Manufacturing Organization*”. Di lakukan oleh Oyerogba Ezekiel Oluwagbemiga, *et al.* ( 2014 ) dari School of human Resource Development, Dommo Kenyatta University of Agriculture And Technology, Kenya. Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui dan meyelidiki sifat hubungan yang ada Antara biaya produksi perusahaan dan profitabilitas. Mengidentifikasi pola umum dalam struktur biaya manufaktur organisasi, meneliti efek dari pengaruh biaya terhadap kinerja organisasi manufaktur, menentukan efek dari masing masing komponen biaya pada keuntungan organisasi manufaktur. penelitian ini menggunakan data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar bursa saham Nigeria untuk jangka waktu sepuluh tahun Antara 2003 dan 2012, Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan cara statisti deskriptif dan inferensial. metode statistik yang digunakan untuk analisis ini meliputi t-statistik dan koefisien regresi person, 40 perusahaan yang terdaftar di bursa efek Nigeria di pilih untuk periode 2003-2012. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang di ambil dari laporan keuangan yang telah di audit dari perusahaan yang dipilih, biaya bahan baku langsung, biaya overhead produksi dan overhead administrasi sebagai variable Independent sedangkan profitabilitas ( laba operasi ) mengambil sebagai variable dependen mewakili kinerja perusahaan. Hasil analisis menunjukkan hubungan positif yang signifikan Antara biaya bahan langsung, tenaga kerja langsung dengan profitabilitas yang mewakili kinerja perusahaan namun, biaya overhead Produksi dan biaya overhead produksi dan biaya overhead administrasi di temukan berkorelasi negative dengan profitabilitas. oleh karena itu disarankan bahwa strategi manajemen biaya focus pada pengurangan biaya overhead produksi dan biaya administrasi harus dimulai oleh organisasi manufaktur jika memaksimalkan keuntungan dan kekayaan adalah tujuan dari pendiri organisasi

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1 Pengertian Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 2010 : 529). Menurut Kusnadi (2012:125) biaya pemasaran adalah biaya yang dibebankan (segala pengeluaran) didalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang sampai ke tangan pembeli.

Biaya pemasaran juga dapat diartikan semua biaya yang telah terjadi dalam rangka memasarkan produk atau barang dagangan, dimana biaya tersebut timbul dari saat produk atau barang dagangan siap dijual sampai dengan di terimanya hasil penjualan menjadi kas ( Supriyono, 2011:203). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen.

### **2.2.2 Jenis Biaya Pemasaran**

Menurut Mulyadi (2012:530) secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan:

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan (order – getting cost), yaitu biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya gaji wiraniaga (sales person), komisi penjualan, advertensi dan promosi.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan (order – filling costs), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan piutang dari pembeli. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkutan, dan biaya penagihan.

Sedangkan menurut jenis biaya, biaya pemasaran digolongkan ke dalam:

- a. Hubungannya dengan kegiatan pemasaran, digolongkan menjadi:
  - 1) Biaya pemasaran langsung adalah biaya pemasaran yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu. Misalnya kepada fungsi pemasaran atau pusat-pusat laba tertentu didalam usaha pemasaran.
  - 2) Biaya pemasaran tidak langsung adalah biaya pemasaran yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu. Misalnya kepada fungsi pemasaran atau pusat-pusat laba tertentu didalam usaha pemasaran.
- b. Hubungannya dengan variabilitas biaya terhadap volume atau kegiatan, dalam penggolongan ini biaya dikelompokkan:
  - 1) Biaya pemasaran tetap biaya pemasaran yang jumlah totalnya tidak berubah (konstan) dengan adanya perubahan kegiatan atau volume pemasaran sampai dengan tingkatan kapasitas tertentu. Elemen biaya tetap misalnya: gaji manajer dan staf, biaya penyusutan, dan sebagainya.
  - 2) Biaya pemasaran variabel biaya pemasaran yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan kegiatan atau volume pemasaran. Semakin besar volume atau kegiatan pemasaran semakin besar jumlah biaya pemasaran variabel, demikian pula sebaliknya apabila volumenya rendah.
- c. Penggolongan biaya pemasaran dihubungkan dengan dapat terkendalikan atau tidaknya suatu biaya. Dalam hal ini biaya dikelompokkan:
  - 1) Biaya pemasaran terkendalkan biaya pemasaran yang secara langsung dapat dikendalikan atau dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu, berdasar wewenang yang dia miliki.
  - 2) Biaya pemasaran tidak terkendalkan biaya pemasaran yang

tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu berdasar wewenang yang dia miliki, atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan dalam jangka waktu tertentu.

### **2.2.3 Pengertian Omzet Penjualan**

Omzet penjualan menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (2009: 355) adalah jumlah uang hasil penjualan barang tertentu selama suatu masa jual. Berdasarkan definisi tersebut dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diterima selama suatu masa jual. Peranan pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan dapat dilihat dari keuntungan perusahaan dalam hal ini ditentukan oleh tingkat penjualan. Apabila perusahaan tidak mampu mencapai volume penjualan yang ditargetkan, berarti penerimaan omzet penjualan akan lebih rendah dari yang direncanakan dan pada akhirnya keuntungan yang ditargetkan tidak akan dicapai.

Menurut Philip Kotler yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2012: 21) penjualan adalah menjual lebih banyak barang kepada lebih banyak orang untuk membeli suatu barang yang ditawarkan perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh laba. Menurut M. Narafin (2012:60), bahwa penjualan adalah proses menjual, padahal yang dimaksud penjualan dalam laporan laba-rugi adalah hasil menjual atau hasil penjualan (sales) atau jualan. Adapun menurut *Warren Reeve Fees* yang diterjemahkan oleh Aria Faramita dan kawan-kawan, (2006:300), bahwa penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang dagang yang dijual, baik secara tunai maupun kredit. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu proses pembuatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan berdasarkan harga yang telah di sepakati oleh kedua belah pihak yang terkait baik dibayar secara tunai maupun kredit. Menurut Basu Swastha DH (2009: 403) penjualan



adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

#### **2.2.4 Jenis-Jenis Penjualan**

Menurut Murti Sumarni (2014:321) penjualan dapat dibedakan menjadi :

1. Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
2. Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.

#### **2.2.5. Pengertian Biaya Administrasi**

Biaya administrasi (umum) adalah semua biaya yang terdapat serta terjadi didalam lingkungan Bagian (kantor) administrasi umum termasuk subbagian yang ada dibawah bagian administrasi umum, misalnya subbagian akuntansi subbagian Rumah Tangga , subbagian perlengkapan dan subbagian Humas.

Menurut Mulyadi (2012:13) biaya administrasi dan umum adalah biaya – biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan produksi dan pemasaran produk contoh gaji bagian akuntansi dan bagian personalia.

Menurut Kamarudin Ahmad (2012:34) biaya administrasi ( umum ) adalah pengeluaran untuk menjalankan kebijaksanaan – kebijaksanaan. sedangkan menurut wikipwdia biaya administrasi adalah gaji eksekutif dan pendukung lainnya dan semua pajak yang berkaitan dengan administrasi perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Bastian Bustami dan nurlala ( 2012 : 14 ) Biaya administrasi adalah biaya yang dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara

keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien. contoh biaya administrasi yaitu, gaji administrasi kantor, sewa kantor, penyusutan kantor, biaya piutang tak tertagih, biaya urusan kantor, biaya alat – alat tulis dan biaya lain – lain.

#### **2.2.6. Pengertian Biaya Pemeliharaan**

Biaya yang harus dikeluarkan untuk memelihara aktiva tetap agar tetap dalam keadaan baik dari waktu ke waktu, sehingga dapat dipakai bila diperlukan. Beberapa pengertian biaya pemeliharaan menurut para ahli :

Menurut Agus Ahyari (2009:58) biaya pemeliharaan adalah kegiatan dalam memelihara sarana dan fasilitas produksi yang terus menerus untuk menunjang kelancaran proses produksi dalam perusahaan yang bersangkutan.

#### **2.2.7. Jenis-Jenis Pemeliharaan**

Dibawah ini akan dijelaskan beberapa dari macam-macam pemeliharaan menurut Sofyan Asauri (2010:14), yaitu:

1. Preventive Maintenance adalah kegiatan pemeliharaan dan perawatan yang dilakukan untuk mencegah timbulnya kerusakan-kerusakan yang tidak terduga dan menemukan kondisi kerusakan pada waktu digunakan. Dalam prakteknya preventive maintenance yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat dibedakan:
  - Continue Maintenance adalah kegiatan pemeliharaan dan perawatan yang dilakukan rutin. Contohnya membersihkan fasilitas atau peralatan, pelumasan, pengecekan isi bahan bakar pemanasan.
  - Periodeic Maintenance adalah kegiatan pemeliharaan dan perawatan yang dilakukan secara periodic atau dalam jangka waktu tertentu.
2. Corrective Maintenance adalah pemeliharaan yang dilakukan setelah terjadinya suatu kerusakan atau kelainan pada fasilitas atau peralatan

sehingga tidak dapat berfungsi dengan baik. Perawatan ini merupakan pemeliharaan dan tidak dijadwalkan dan biasa terjadi.

3. *Improve Maintenance* adalah suatu perawatan peningkatan dipakai bila dilakukan dengan modifikasi pada peralatan sehingga kondisinya meningkat dengan tujuan agar kerusakan tidak terulang dan mampu beroperasi sampai masa kerjanya (lifetime) tercapai.

*Breakdown Maintenance* Jenis perawatan ini hanya bisa dilakukan apabila mesin samasekali mati karena ada kerusakan atau kelainan dan tidak mungkin dapat dioperasikan. Untuk dapat memperbaikinya maka prinsip kerja dari peralatan yang bersangkutan harus dikuasai. Dengan dikuasainya prinsip kerja peralatan tersebut maka diagnose terhadap kerusakan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

#### **2.2.8. Pengertian Laba**

Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor hasil penanaman modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut. Sementara itu laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.

Menurut *Commite On Terminology* dalam Sofytan Syafri (2014:35) laba merupakan jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Menurut Stice, Stice, Skousen (2009:240) laba adalah pengambilan atas investasi kepada pemilik. Hal ini mengukur nilai yang dapat diberikan oleh entitas kepada investor dan entitas masih memiliki kekayaan yang sama dengan posisi awalnya. Menurut Suwardjono (2011:464) laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/ jasa).

### **2.2.9. Jenis-Jenis Laba**

Dibawah ini diuraikan jenis-jenis laba menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- 1) Laba kotor. Menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2011: 120) laba kotor merupakan "Pendapatan dikurangi harga pokok penjualan". Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan.
- 2) Laba operasi. Menurut Stice, Stice, dan Skousen (2012: 243) "laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi". Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya.
- 3) Laba sebelum pajak. Laba sebelum pajak menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2011: 25) merupakan "laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan".
- 4) Laba bersih. Laba bersih menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2011:25) merupakan "Laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak".

### **2.2.10. Faktor Yang Mempengaruhi Laba**

Dalam memperoleh laba yang diharapkan, perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan diharapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut. Menurut Mulyadi (2014:513) faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut :

#### **1. Biaya**

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengelola suatu produk atau jasa

akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan

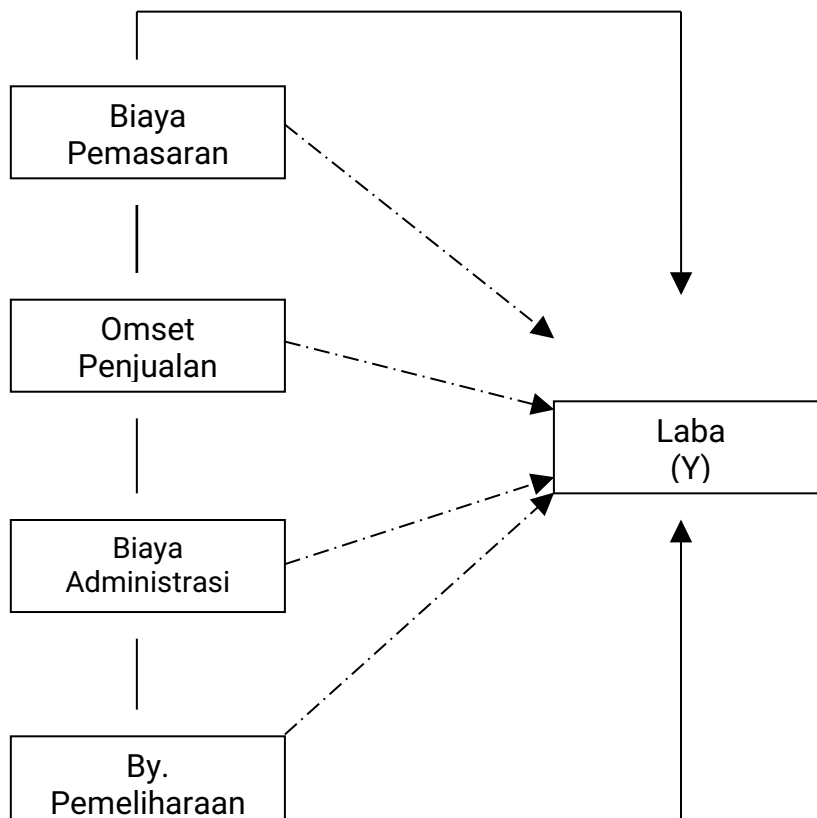
2. Harga jual  
 Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan
3. Volume penjualan dan produksi  
 Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut , selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi .

### 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini terdiri dari Empat variabel yaitu biaya pemasaran, omzet penjualan, biaya administrasi, dan biaya pemeliharaan sebagai variabel bebas (independen) sedangkan laba sebagai variabel dependen. Adapun kerangka konseptual pada penelitian Pengaruh biaya pemasaran, omzet penjualan, biaya administrasi dan biaya pemeliharaan terhadap laba pada PT. Lion Card yaitu:

**Gambar 2.1**

**Kerangka Konseptual**





Keterangan :

-----▶ Secara Parsial

————▶ Secara Simultan

#### **2.4. Pengembangan Hipotesis**

1. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Ada beberapa pendapat mengenai pengertian hipotesis yaitu :
  - a. Menurut Anwar Sanusi (2011:44), hipotesis adalah kebenaran yang masih diragukan, hipotesis termasuk salah satu proposisi di samping proposisi proposisi lainnya dan juga di sebut pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris. Menurut Sumadi Suryabrata (2011:21) hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Kemudian Pengertian Hipotesis Penelitian Menurut Sugiyono (2013: 64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar

kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Jadi, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1

1.  $H_{a1}$  : Biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap *laba* pada PT. Lion Card.

2. Hipotesis 2

$H_{a2}$  : Omset Penjualan berpengaruh signifikan terhadap *laba* pada PT. Lion Card.

3. Hipotesis 3

$H_{a3}$  : Biaya administrasi berpengaruh signifikan terhadap *laba* pada PT. Lion Card.

4. Hipotesis 4

$H_{a4}$  : Biaya pemeliharaan berpengaruh signifikan terhadap *laba* pada PT. Lion Card.

5. Hipotesis 5

$H_{a5}$  : Biaya pemasaran, omset penjualan, biaya administrasi dan biaya pemeliharaan berpengaruh signifikan terhadap *laba* pada PT. Lion Card

## BAB III

### METODA PENELITIAN

#### 3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asoisatif dengan pendekatan kuantitatif, penelitian asosiatif