PENGARUH BIAYA PEMASARAN, OMSET PENJUALAN, BIAYA ADMINISTRASI, DAN BIAYA PEMELIHARAAN TERHADAP LABA

(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur PT.Lion Card Jakarta Timur)

Azwar Rintomi [1], Erizal Azhar [2]

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
Jalan Kayu Jati Raya No. 11A, Jakarta 13220, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Pemasaran, omset penjualan, biaya adminitrasi dan biaya pemeliharaan Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur PT.Lion Card Jakarta baik secara parsial maupun simultan. Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian yang bersifat asosiatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode dokumentasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data yang bersifat kuantitatif yaitu berupa data Laporan Keuangan Perusahaan PT. Lion Jakarta tahun 2015 sampai dengan 2018 yang diperoleh melalui surat izin reset langsung ke perusahaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa : 1) Biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba, 2) Omset penjualan berpengaruh terhadap laba, 3) Biaya administrasi tidak berpengaruh terhadap laba, 4) Biaya pemeliharaan tidak berpengaruh terhadap laba , dan 5) Biaya pemasaran, omset penjualan, biaya administrasi dan biaya pemeliharaan berpengaruh secara simultan terhadap laba

Kata Kunci : Biaya Pemasaran, Omset Penjualan, Biaya Adminitrasi, Biaya pemasaran, Laba

I. PENDAHULUAN

Laba merupakan salah satu indikator kesuksesan perusahaan yang merupakan salah satu tujuan pokok perusahaan, agar perusahaan tetap bertahan hidup dan berkembang lebih lanjut. Perusahaan atau bisnis adalah usaha yang menyediakan produk atau jasa yang diinginkan pelanggan. Bisnis menerima pendapatan ketika bisnis tersebut menjual produk atau jasanya Bisnis tersebut mengeluarkan beban dari membayar karyawannya dan ketika membeli mesin atau fasilitas. Selisih antara pendapatan dan beban adalah laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Laba perusahaan tersebut diserahkan kepada pemilik bisnis dengan demikian, pemilik yang menciptakan suatu bisnis memiliki intensif

yang kuat untuk memastikan bahwa bisnis tersebut berhasil, karena mereka secara langsung memperoleh manfaat dari usaha. Suatu perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang dan mencapai tujuan lain sebagaimana telah direncanakan apabila perusahaan tidak mampu meningkatkan volume penjualan.

Dengan perolehan laba yang maksimal, kinerja manajemen perusahaan dapat dinilai dengan baik. Untuk meningkatkan pencapaian laba yang maksimal perusahaan sebaiknya melakukan pemasaran jasa atau produk mereka sehingga akan berpengaruh pada laba perusahaaan, dimana pemasaran menurut Abdullah dan Francis (2012:22) adalah "Proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang,jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan tujuan organisasi".

Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan ini salah satunya dengan cara mengadakan promosi baik melalui iklan media cetak maupun media elektronik dan melului promosi penjualan yang berupa diskon dan potongan harga untuk menjaga agar kegiatan pemasaran berjalan dengan efektif dan efisien maka harus ditunjang dengan biaya pemasaran yang memadai dimana biaya pemasaran menurut Kotler (2011:8) adalah "Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain".

Penelitian ini akan membahas mengenai biaya pemasaran dan perubahan omset penjualan terhadap laba sehingga dapat diketahui bagaimana pengaruh biaya pemasaran,omzet penjualan,biaya administrasi dan biaya pemasaran tersebut, khususnya terhadap pencapaian laba. Dan omzet penjualan menurut kamus Bahasa Indonesia (2011:626) adalah "Jumlah hasil penjualan (dagangan), omzet penjualan,total jumlah penjualan barang atau jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu". Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah "Total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama suatu masa jual".

PT. Lion Card merupakan salah satu perusahaan Perseroan Dalam Bidang manufaktur dalam menghasilkan barang mentah menjadi barng jadi .Adapun Produk yang dipasarkan oleh PT. Lion Card adalah Produk Belangko Undangan, berbentuk Kertas Dengan Design Yang berbeda .

Dalam menjalankan usahanya PT. Lion Card melakukan pemasaran produk seperti membuka outlet-outlet Cabang (Distributor) seperti di Berbagai wilayah seluruh Indonesia. Fenomena yang terjadi yaitu karena rata-rata laba PT. Lion Card yang selalu mengalami penurunan setiap

tahunnya yaitu di tahun 2015 rata-rata laba PT. Lion Card adalah sebesar Rp 268.551.623, kemudian di tahun 2016 membukukan rata-rata laba sebesar Rp 234.930.248 dan masing masing berturut turut tahun 2017-2018 juga mengalami penurunan rata-rata laba yaitu sebesar Rp 232.124.059 dan Rp 117.895.113 hal itu dikarenakan adanya persaingan Blangko Undangan lain yang memberikan banyak kelebihan seperti produk – produk undangan lainnya dengan design Yang menarik kepada pelanggan yang diberikan oleh Percetakan lainnya dan ini yang menjadi saingan yang dipasarkan oleh PT. Lion Card.

Selain itu terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Mata Sembiring dan Siti Aisyah Siregar (2018) yang menemukan hasil bahwa biaya pemasaran / promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub barang konsumsi yang memiliki arti bahwa ketika biaya pemasaran/promosi meningkat maka laba bersih juga akan meningkat karena diikuti oleh penjualan/pendapatan perusahaan yang juga meningkat. Tetapi hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarief Hidayat (2013) yang menemukan hasil bahwa biaya operasional memiliki pengaruh negatif terhadap laba di Hotel Plaza Tanjungpinang yaitu mempunyai makna ketika biaya operasional perusahaan mengalami kenaikan maka laba perusahaan akan mengalami penurunan hal itu terjadi karena tidak diikuti oleh kenaikkan pendapatan/penjualan perusahaan.

II. KAJIAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

Teori Biaya Pemasaran, Omset Penjualan, Biaya Administrasi dan

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 (Suprioyono, 2011:203). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen.

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

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

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

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.

Teori Laba

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 ionvestasi 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. Review Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba

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 bei.

H_1: Biaya Pemasaran berpemangaruh terhadap laba

Pengaruh Omset Penjualan Terhadap Laba

Menurut Philip Kotler yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2012: 21) penjualan adalah menjual lebih banyak barang kepada lebih banyak orang untuk membeli suatu bang 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..

H_2: Omset Penjualan Berpengaruh Terhadap Laba

Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Laba

Menurut Kamarudin Ahmad (2012:34) biaya adminitrasi (umum) adalah pengeluaran untuk menjalankan kebijaksanaan – kebijaksanaan. sedangkan menurut wikipwdia biaya adminitrasi adalah gaji eksekutif dan pendukung lainnya dan semua pajak yang berkaitan dengan adminitrasi perusahaan secara keseluruhan.***H_3: Biaya Administrasi berpemangaruh terhadap laba***

Pengaruh Biaya Pemeliharaan Terhadap Laba

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.

H_4: Biaya Pemeliharaan Berpengaruh Terhadap Laba

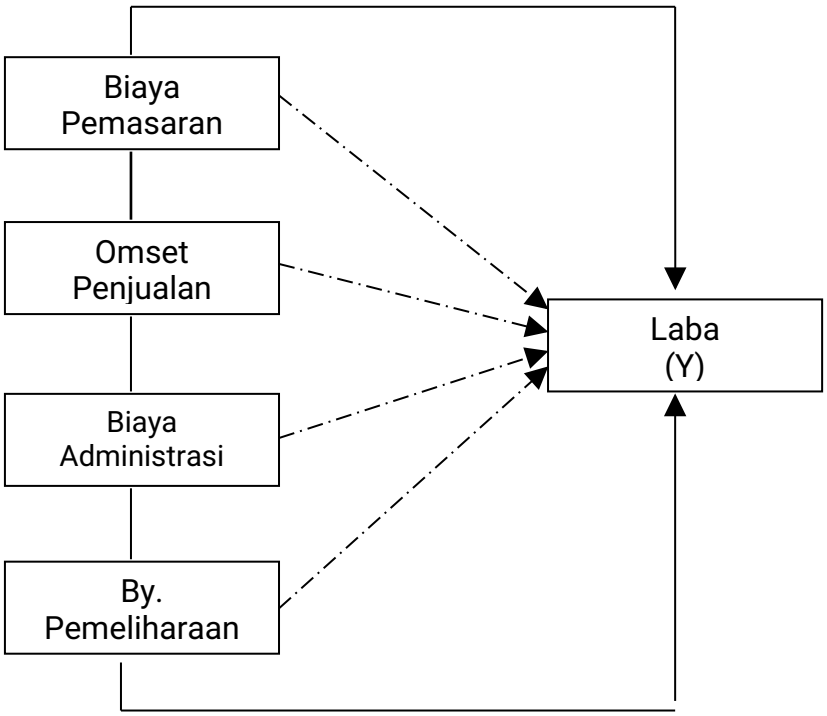
Pengaruh Biaya Pemasaran Omset Penjualan Biaya Administrasi dan Biaya Pemeliharaan Terhadap Laba

Penelitian ini terdiri dari Empat variabel yaitu biaya pemasaran,omset

penjualan,biaya administarsi,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 1.1

Kerangka Konseptual



Keterangan :

Secara Parsial

Secara Simultan

METODE PENELITIAN

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asoisatif dengan pendekatan kuantitatif,penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan Antara satu variable dengan variable lainnya.penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang fi

gunakan (Sugiono, 2012 : 14)

Penelitian kualitatif dapat di artikan juga sebagai metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu,pengumpulan data menggunakan instrument peneltian,analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi asosiatif dengan pendekatan kuantitatif adalah strategi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan Antara satu variable dengan variable – variable lainnya yang di teliti dengan cara pengmumpulan data,mengolah,menganalisis dan menginterprestasiakan data dalam pengujian hipotesis statistic

Strategi ini di pilih karena sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya pemasaran,omset penjualat,biaya administrasi dan biaya pemeliharaan terhadap laba pada PT.Lion Card.pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena data biaya pemasaran,omset penjualan,biaya administrasi dan baya pemeliharaan pada laba yang di peroleh dalam penelitian ini berupa data kuantitatif

Menurut Sugiyono (2012:2) mentakan bahwa : “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.” Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Duei Priyatno, 2012:127). Adapun persamaannya adalah sebagai berikut :

Y = a+b1x1+b2x2+ b3x3+ b3x3+e

Sumber : Suliyanto (2011:53)

Dimana :

Y	=	Laba
X_1	=	Biaya pemasaran
X_2	=	Omset Penjualan
X_3	=	Biaya Administrasi
X_4	=	Biaya Pemeliharaan
a	=	Konstanta
b_1	=	Koefisen Regresi Biaya pemasaran
b_2	=	Koefisen Regresi Omset Penjualan
b_3	=	Koefisen Regresi Biaya administrasi
b_4	=	Koefisen Regresi Biaya Pemeliharaan
e	=	Nilai Residu

III. HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Pemasaran	48	31759467.00	165342750.00	93224901.2500	30723078.66025
Omset_Penjualan	48	105450375.00	535476750.00	319947145.3125	100544726.96319
Biaya_Administrasi	48	6000000.00	8000000.00	6687500.0000	733869.08219
Biaya_Pemeliharaan	48	500000.00	1500000.00	770833.3333	325483.81882
Laba	48	71834958.00	370134000.00	226722244.0625	72505487.35930
Valid N (listwise)	48				

Tabel di atas menggambarkan deskripsi variabel-variabel secara statistik dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari suatu rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, *mean* (rata-rata) adalah hasil penjumlahan niai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi banyaknya data.

Penjelasan dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel diatas yaitu variabel laba (ROE) dengan sampel sebanyak 48 memiliki nilai minimum sebesar 71.834.958, nilai maksimum sebesar 370.134.000, nilai rata-rata sebesar 226.722.244 dan standar deviasi sebesar 72.505.487.

Pada variabel Biaya pemasaran dengan sampel sebanyak 48 memiliki nilai minimum sebesar 31.759.467, nilai maksimum sebesar 165.342.750, nilai rata-rata sebesar 93.224.901 dan standar deviasi sebesar 30.723.078.

Pada variabel Omset penjualan dengan sampel sebanyak 48 memiliki nilai minimum sebesar 105.450.375 nilai maksimum sebesar 535.476.750 nilai rata-rata sebesar 31.9947.145 dan standar deviasi sebesar 10.0544.726.

Pada variabel Biaya administrasi dengan sampel sebanyak 48 memiliki nilai minimum sebesar 6.000.000 nilai maksimum sebesar 8.000.000 nilai rata-rata sebesar 6.687.500 dan standar deviasi sebesar 733.869.

Pada variabel biaya pemeliharaan dengan sampel sebanyak 48

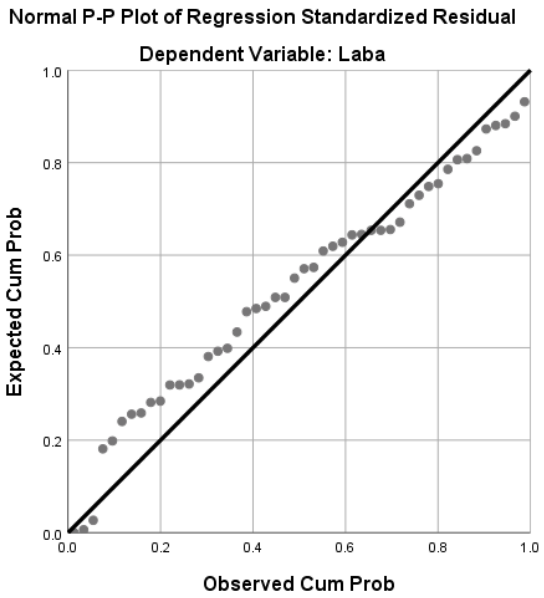
memiliki nilai minimum sebesar 500.000 nilai maksimum sebesar 1.500.000 nilai rata-rata sebesar 770.833 dan standar deviasi sebesar 325.484.

Uji Normalitas

Dalam grafik 4.1 berikut ini terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 2.1

Hasil Uji Normalitas P-P Plot



Sumber : SPSS 25, telah diolah kembali.

Hasil grafik normal P-P Plot pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian ini mempunyai distribusi secara normal. Sehingga model ini layak dipakai untuk analisis selanjutnya.

a. Analisis Statistik

Uji normalitas dengan yang dilakukan grafik dapat menyesatkan jika kita tidak berhati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa saja terjadi sebaliknya, oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi juga dengan uji statistik, hal ini telah diungkapkan oleh Ghozali (2016). Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji grafik dilengkapi dengan uji statistic Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan kriteria pengujian :

1. Jika nilai signifikansi (*Asymp.Sig*) > 0,05 maka data residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan (*Asymp.Sig*)< 0,05 maka data residual berdistribusi tidak normal

Tabel 4.2

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

Sumber : SPSS 25, telah diolah kembali.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.00844243
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.069
	Negative	-.126
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.053[c]**

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari hasil uji K-S yang terlihat pada table 4.2 diatas, menunujukkan nilai signifikansi (*Asymp.Sig*) sebesar 0,053 yang berarti lebih besar dari

0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dari hasil analisis statistik ini konsisten dengan hasil analisis grafik pada uji normalitas sebelumnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan yang kuat antara sesama variabel independen, jika terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen maka terdapat gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika tidak terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen artinya tidak terjadi multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi yang sempurna / mendekati sempurna diantara variabel independen. Salah satu metode uji multikolinearitas yaitu melihat nilai tolerance dan *inflaction factor* (VIF) pada model regresi. Untuk mengetahui model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0.1 dan *inflaction factor* (VIF) lebih kecil dari 10.

Tabel 4.3

Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: SPSS 25, telah diolah kembali.

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	-.556	.195		-2.844	.007		
	Biaya_Pemasaran	-.267	.018	-.278	-14.512	.000	**.172**	**5.803**
	Omset_Penjualan	1.274	.020	1.242	63.566	.000	**.165**	**6.044**
	Biaya_Administrasi	.028	.027	.008	1.026	.311	**.976**	**1.025**
	Biaya_Pemeliharaan	.003	.008	.003	.376	.709	**.887**	**1.127**

a. Dependent Variable: Laba

Hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.3 di peroleh nilai VIF tidak ada yang melebihi dari nilai 10 dan nilai *tolerance* > 0,01. Dengan demikian model regresi tersebut terbebas dari multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

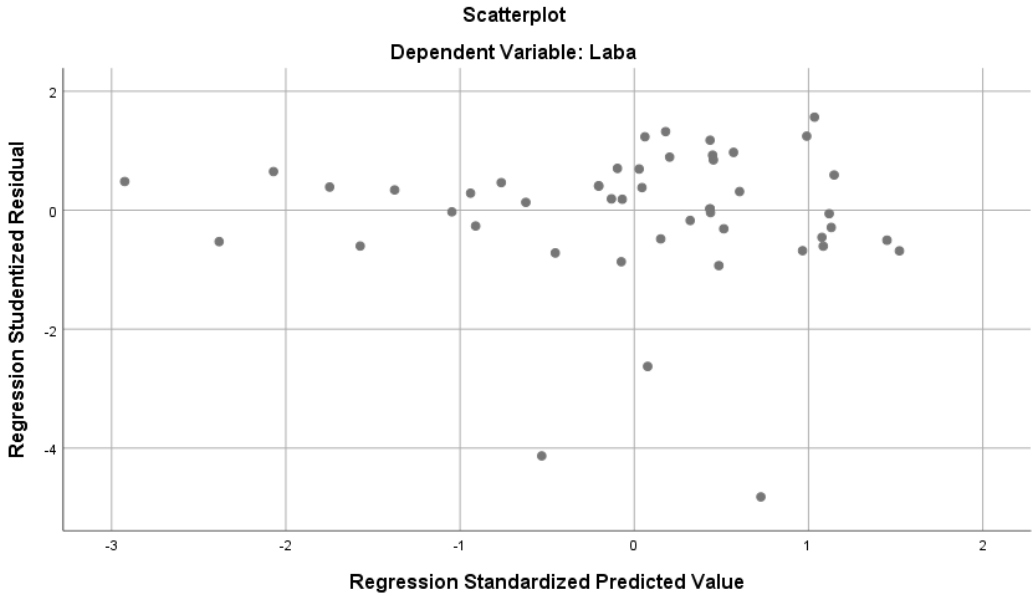
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika residual mempunyai varian yang sama, maka disebut dengan homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola *scatterplot* berikut ini.

Gambar 3.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS 25, telah diolah kembali.



Berdasarkan grafik *scatterplot* pada gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat diasumsikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahaan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini maka digunakan metode Durbin Watson. Untuk pengambilan keputusan ada dan tidaknya autokorelasi dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.999[a]	.997	.997	.00883	**2.093**

a. Predictors: (Constant), Biaya_Pemeliharaan, Biaya_Administrasi, Biaya_Pemasaran, Omset_Penjualan

b. Dependent Variable: Laba

Sumber: SPSS 25, telah diolah kembali.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai DW sebesar 1,994sedangkan nilai dl dan du yang terdapat pada tabel Durbin Watson, didapat nilai dL= 1.3619, dU= 1.7206 sedangkan nilai 4-du = 4-1.7206 = 2.2794. Nilai DW lebih besar dari dU dan lebih kecil dari 4-du atau dU < DW < 4-Du = 1,7206 <2.093 < 2,2794. Hal ini menunjukan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif dan dapat dilakukan dengan pengujian selanjutnya.

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda diterapkan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dewan direksi dan komite audit dengan variabel dependen yaitu Profitabilitas (ROE). Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel di bawah ini

Tabel 4.5

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	**-.556**	.195		-2.844	.007
	Biaya_Pemasaran	**-.267**	.018	-.278	**-14.512**	**.000**
	Omset_Penjualan	**1.274**	.020	1.242	**63.566**	**.000**
	Biaya_Administrasi	**.028**	.027	.008	**1.026**	**.311**
	Biaya_Pemeliharaan	**.003**	.008	.003	**.376**	**.709**

a. Dependent Variable: Laba

Sumber: SPSS 24, telah diolah kembali.

Dari tabel 4.5 di atas, dengan memperhatikan angka yang berada pada kolom *Unstandardzed Coefficients Beta*, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Laba = -0,556 - 0,267 Biaya pemasaran + 1.274 Omset penjualan + 0,028 Biaya administrasi + 0.003Biaya pemeliharaan +e……(4.1)

Berdasarkan hasil persamaan model regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar -0,0556 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel pengaruh biaya pemasaran, omset penjualan, biaya administrasi, dan biaya pemeliharaan terhadap laba dianggap konstan, maka laba adalah sebesar -0,0556.

Koefisien regresi pada variabel independen yang pertama adalah biaya pemasaran sebesar -0,0267 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi negatif menggambarkan bahwa jika setiap kenaikan satu satuan Biaya pemasaran dengan asumsi variabel independen lain tetap (konstan) maka akan menurunkan laba sebesar -0,0267.

Koefisien regresi pada variabel independen yang kedua adalah omset penjualan sebesar 1.274 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif menggambarkan bahwa jika setiap kenaikan satu satuan omset penjualan dengan asumsi variabel independen lain tetap (konstan) maka

akan menaikkan laba sebesar 1.274.

Koefisien regresi pada variabel independen yang ketiga adalah biaya administrasi sebesar 0,028 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif menggambarkan bahwa jika setiap kenaikan satu satuan biaya administrasi dengan asumsi variabel independen lain tetap (konstan) maka akan menaikkan laba sebesar 0,028.

Koefisien regresi pada variabel independen yang keempat adalah biaya pemeliharaan sebesar 0,003 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif menggambarkan bahwa jika setiap kenaikan satu satuan biaya pemeliharaan dengan asumsi variabel independen lain tetap (konstan) maka akan menaikkan laba sebesar 0,003.

4.3.5.2 Uji Signifikan parameter individual (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji parsial (uji t) untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Pengaruh dari masing-masing variabel Biaya pemasaran,omset penjualan,biaya administrasi dan biaya pemeliharaan terhadap laba dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{tabel} dengan taraf nyata sebesar 5 % df = n – k – 1 yaitu 48-4-1=43 maka t-tabel adalah 2.016692. Berikut analisis mengenai uji t pada penelitian ini :

a. Variabel Biaya pemasaran

   Biaya pemasaran memiliki t_{hitung} sebesar -14.512 nilai ini lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 2.016692 dan nilai Sig t sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Maka Ha diterima, hal ini menjelaskan bahwa biaya pemeliharaan berpengaruh terhadap laba.

b. Variabel Omset penjualan

Omset penjualan memiliki t_{hitung} sebesar 63.566 nilai ini lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 2.016692 dan nilai Sig t sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Maka Ha diterima, hal ini juga menjelaskan bahwa omset penjualan berpengaruh terhadap laba.

c. Variabel Biaya administrasi

Biaya administrasi memiliki t_{hitung} sebesar 1.026 nilai ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 2.016692 dan nilai Sig t sebesar 0,311 lebih besar dari 0,05. Maka Ha ditolak, hal ini juga menjelaskan biaya administrasi tidak berpengaruh terhadap laba.

d. Variabel Biaya pemeliharaan

Biaya pemeliharaan t_{hitung} sebesar 0,376 nilai ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 2.016692 dan nilai Sig t sebesar 0,709 lebih besar dari 0,05. Maka Ha ditolak, hal ini juga menjelaskan bahwa biaya pemeliharaan tidak berpengaruh terhadap laba.

4.3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin kecil adjusted R^2 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas begitu pula sebaliknya. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999[a]	.997	**.997**	.00883

a. Predictors: (Constant), Biaya_Pemeliharaan, Biaya_Administrasi, Biaya_Pemasaran, Omset_Penjualan

b. Dependent Variable: Laba

Sumber: SPSS 24, telah diolah kembali.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,997. Nilai tersebut menunjukan bahwa 99,7% variasi laba dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas yaitu Biaya peasaran,omset penjualan,biaya administrasi dan biaya pemeliharaan. Sedangkan 74,4% dijelaskan oleh variabel independen lain diluar model regresi dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh antara Biaya pemasaran terhadap laba

Hasil analisis terhadap hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba. Hal ini didukung oleh hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 25.0 yang dapat dilihat pada tabel 4.5. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau (-14.512 > 2.016692). Sedangkan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi (prob < 0.05) (0.0000 < 0.05). Maka hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba diterima. Koefisien biaya pemasaran bernilai negatif yang memiliki arti bahwa ketika biaya pemasaran semakin meningkat maka akan menurunkan laba perusahaan. Hal ini terjadi karena besarnya biaya pemasaran untuk menghasilkan penjualan tidak diimbangin dengan banyaknya penjualan atau pendapatan yang diterima oleh perusahaan..

Pengaruh Omset Penjualan Terhadap Laba

Hasil analisis terhadap hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa omset penjualan berpengaruh terhadap laba. Hal ini didukung oleh hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 25.0 yang dapat dilihat pada tabel 4.5. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau (63.566 > 2.016692). Sedangkan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi

(prob < 0.05) (0.0000 < 0.05). Maka hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan omset penjualan berpengaruh terhadap laba diterima. Koefisien omset penjualan bernilai positif yang memiliki arti bahwa ketika omset penjualan semakin meningkat maka akan menaikkan laba perusahaan. Hal ini terjadi karena omset penjualan yang tinggi diimbangi oleh pengendalian biaya yang baik sehingga mampu meningkatkan laba perusahaan.

Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Laba

Hasil analisis terhadap hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya administrasi tidak berpengaruh terhadap laba. Hal ini didukung oleh hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 25.0 yang dapat dilihat pada tabel 4.5. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$) atau (1.026 < 2.016692). Sedangkan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi (prob > 0.05) (0.311 > 0.05). Maka hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan biaya administrasi berpengaruh terhadap laba ditolak. Koefisien biaya administrasi bernilai positif yang memiliki arti bahwa ketika biaya administrasi semakin meningkat maka akan menaikkan laba perusahaan.

Pengaruh Biaya Pemeliharaan Terhadap Laba

Hasil analisis terhadap hipotesis keempat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pemeliharaan tidak berpengaruh terhadap laba. Hal ini didukung oleh hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 25.0 yang dapat dilihat pada tabel 4.5. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$) atau (0.376 < 2.016692). Sedangkan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi (prob > 0.05) (0.709 > 0.05). Maka hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan biaya pemeliharaan berpengaruh terhadap laba ditolak. Koefisien biaya pemeliharaan bernilai positif yang memiliki arti bahwa ketika biaya pemeliharaan semakin meningkat maka akan menaikkan laba perusahaan.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh biaya pemasaran, omset penjualan, biaya administrasi dan biaya pemeliharaan terhadap laba studi kasus pada PT.Lion Card periode 2015 – 2018. Dalam penelitian ini selama 4 tahun, maka menghasilkan 48 sampel. Berdasarkan penelitian maka didapat hasil penelitian sebagai berikut :

1. Biaya Pemasaran berpengaruh terhadap laba pada PT.Lion Card. Nilai koefisien bernilai negatif yang memiliki arti bahwa semakin besarnya biaya pemasaran maka akan menyebabkan menurunnya laba PT.Lion card.
2. Omset penjualan berpengaruh terhadap laba pada PT.Lion Card.

Nilai koefisien bernilai positif yang memiliki arti bahwa semakin besar Omset penjuaalan akan mengakibatkan meningkatnya laba PT.Lion card.

3. Biaya adminitrasi tidak berpengaruh terhadap laba pada PT.Lion Card. Koefisien bernilai positif, hal ini berarti semakin besar biaya administrasi maka akan menyebabkan meningkatnya laba PT.Lion card.
4. Biaya Pemeliharaan tidak pengaruh terhadap laba pada PT.Lion card. Koefisien bernilai positif hal ini berarti semakin besar biaya pemeliharaan maka akan menyebabkan meningkatnya laba PT.Lion card.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin *dan Francis* Tantri. *2012*. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.

Ahmad Kamarudin. *2012*. *Akuntansi Biaya*. Cetakan Pertama. Bandung : Refika Aditama.

Ahyari agus. 2009. *Penganggaran Perusahaan.* Jakarta : PT. Salemba Empat.

Astitiya I Kadek. 2011 . Pengaruh Biaya Proyek Dan Biaya Administrasi Umum Terhadap Pencapaian Laba Bersih Pada PT. Putra Alinson Perkasa. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Basu Swastha DH. *2009*. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Bustami Bastian.& *Nurlela*. *2012*. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta; Graha Ilmu.

Kamus Besar *Bahasa Indonesia*. *2011*. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional RI.

Kotler, Philip. *2011*. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip, Alih Bahasa Benyamin Molan. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas,Jilid 1, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kusnadi. *2009*. *Teori Akuntansi*. Universitas Brawijaya Malang.

Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima.Jogjakarta : UUP STIM YKPN.

Mulyadi. 2014. Akuntansi Biaya, Edisi Kelima cetakan kesembilan. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.

Oluwagbemiga,Oyerogba Ezekiel. 2014 Cost Management Partices and Firm's Performabce of Manufacturing Organization. *Internastiona Journal of Economics and Finace* 6 (6).ISSN1916-9728.

Purwanto, agus. 2017. *Pengaruh Biaya Produksi dan Omset Penjualan Terhadap Laba Perusahaan* (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kecamata Wonosobo Kbupaten Wonosobo). Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Universitas Sain Al Qur-an Wonosobo.

Refna Dwiyana. 2010. *Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Operasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk*. Bandung . Jurnal Ekonomi dan Bisnis Unikom.

Sembiring, Mata. 2018. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap laba Bersih*.Jurnal Akuntansi dan Keuangan.UMSU Sumatra Utara.Vol.2 No.3,2018.

Sumarni. *Murti*, John Soeprihanto. 2004. *Pengantar Bisnis*.Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Supriyono. *2011*. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta:Erlangga.

Syarief, Hidayat. 2013. Pengaruh biaya operasional dan biaya pemeliharaan aktiva tetap terhadap laba operasional pada Hotel Plaza Tanjungpinang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.

Syianbola,Trimisu tunji andGbolagade Mojeed Raji. 2013. The Inpact of cost Control of Manufakturing Industry Profitability. *Internasional of Journal Management and Social Research* 2 (4),ISSN2319-4421.

Usman Kusuma dan Amalia Suzanti,Jurnal akuntansi FE Unsil,Vol 4, No 1. 2009. Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Air Bersih terhadap laba (Studi Kasus Pada PT PDAM Tirtandi).

Warren, Reeve and Fess. 2006. *Accounting*: *Pengantar Akuntansi*. Diterjemahkan: Aria Farahmita, Amanugrahani, dan Taufik Hendrawan. Edisi 21. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.

Wild, John, K.R. Subramanyam, dan Robert F. Halsey. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Delapan, Buku Dua. Alih Bahasa: Yanivi dan Nurwahyu. Jakarta: Salemba Empat.