PENGARUH BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT LABA BERSIH PERUSAHAAN PADA PD. MOCHI LAMPION KASWARI PERIODE 2012-2014

Taopik Firmansyah, Eris Darsawati
Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Abstract

This research is aim to determine the effect of Direct Labour Costs and Promotion Costs of the Company's Net Profit in PD. Mochi Lampion Kaswari. The variables used in this research is Direct Labour Costs, Promotion Costs, and Net Profit. The samples used in this research is financial statement from year 2012 to 2014 as many as 36 samples.

The used analysis is multiple linear regretion analysis. The analysis is used to determine significant either with partial or simultan. The partial test result is reveal was $t_{count} > t_{table}$ (8,900 > 2,034) *with significant value 0,000 < 0,005 that explain was* Ho *is rejected and* Ha *is accepted, so partially Direct Labour Costs has a significant effect on Net Income in PD. Mochi Lampion Kaswari. The partial test result is reveal was* $t_{count} > t_{table}$ (-0,904 < 2,034) *with significant value* 0,372 > 0,005 *that explain was* Ho *is accepted and* Ha *is rejected, so partially Promotion Costs has not a significant effect on Net Income in PD. Mochi Lampion Kaswari. The simultan testing result is reveal was* $f_{count} > f_{table}$ (43,170 > 3,28) *with significant value* 0,000 < 0,05 *that explain was* Ho *is rejected and* Ha *is accepted, so simultaneously Direct Labour Costs and Promotion Costs has a significant effect on Net Income in PD. Mochi Lampion Kaswari.*

Key Words: Direct Labour Costs, Promotion Costs, Net Income

PENDAHULUAN

Laba merupakan elemen yang menjadi perhatian pemakai laporan keuangan karena angka laba diharapkan dapat mempresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, laba sering dijadikan sebagai acuan penilaian berhasil atau tidaknya kinerja ekonomi suatu perusahaan.

Pada perusahaan manufaktur, penjualan merupakan cara utama perusahaan untuk menghasilkan laba yang pada pelaksanaannya tidak semudah yang diperkirakan. Persaingan yang ketat dalam memperebutkan peluang posisi di hati konsumen mengharuskan perusahaan melakukan taktik jual yang mana salah satunya melalui kegiatan promosi. Promosi memiliki fungsi sebagai bentuk upaya perusahaan untuk memperkenalkan produknya atau meningkatkan pemahaman para pelanggan terhadap produk yang dihasilkan perusahaannya.

Promosi ini dikatakan penting, karena masyarakat tidak akan mengetahui adanya sebuah produk jika tidak melalui proses promosi. Promosi tidak terikat dengan suatu cara yang tetap, melainkan meluas tergantung dari kreatifitas perusahaan itu sendiri terhadap sasaran konsumennya. Dengan kata lain, efektifitas dan efisiensi sebuah promosi tergantung dari kemampuan karyawan perusahaan yakni kemampuan tenaga kerjanya.

Tenaga kerja merupakan hal yang dibutuhkan sejak awal berdirinya perusahaan, menjalankan produksi, bahkan hingga produk tersebut dipasarkan. Tenaga Kerja yang baik sangat dibutuhkan perusahaan untuk memproduksi barang dagang yang baik pula agar dapat menunjang kegiatan promosi nantinya. Mulyadi (2010:319) menyatakan bahwa: "tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk". Tenaga kerja akan

bekerja dengan baik apabila hak-haknya sebagai karyawan dipenuhi perusahaan yang mana hal ini akan menjadi biaya tenaga kerja bagi perusahaan. Menurut Mulyadi (2010:319): "biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut". Seluruh biaya karyawan yang secara langsung ikut serta memproduksi barang disebut Biaya Tenaga Kerja Langsung.

Hasil penelitian terdahulu berdasarkan Jurnal oleh Putu Rastumi, I Ketut Kirya, Wayan Cipta, dengan judul "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwangi" menunjukan bahwa Biaya produksi (X1), Biaya promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Laba (Y) pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis Singaraja dan Hasil dari penelitian Biaya Promosi (X2) terhadap laba (Y) berpengaruh secara parsial. Penelitian terdahulu selanjutnya berdasarkan Jurnal yang ditulis oleh Rani Rahman dan Yogi Daud Yusup Suseno dengan judul "Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Volume Produksi" menunjukan bahwa biaya tenaga kerja langsung berpengaruh secara signifikan terhadap volume produksi, hal ini terbukti bahwa nilai thitung (7,622) lebih besar dari nilai kritik ttabel (3,182) dalam tingkat keyakinan 95%. Volume produksi tentu saja akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan berdampak pada tingkat laba bersih perusahaan pada akhirnya.

PD. Mochi Lampion Kaswari merupakan sebuah perusahaan yang menjual sekaligus memproduksi makanan yang dinamakan mochi dengan berbagai macam jenis rasa. perusahaan mochi di Sukabumi jumlahnya cukup banyak dengan tempat operasi perusahaan yang saling berdekatan yang pada akhirnya memunculkan persaingan yang ketat diantara perusahaan tersebut. Promosi dilakukan oleh masing-masing perusahaan untuk memenangkan persaingan. Namun fenomena sesungguhnya yang terjadi menunjukan perusahaan mochi dengan nama "Mochi Lampion Kaswari" jauh lebih diminati dan di unggulkan di hati masyarakat pribumi maupun diluar wilayah sukabumi dibandingkan mochi lainnya.

Data Total Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Promosi, dan Laba Bersih
Pada periode akhir desember 2012-2014

Tahun	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Biaya Promosi	Laba Bersih
2012	Rp 1.150.300.000,00	Rp 21.971.950,00	Rp 658.982.550,00
2013	Rp 1.464.600.000,00	Rp 28.754.050,00	Rp 751.688.585,00
2014	Rp 1.804.488.750,00	Rp 22.630.000,00	Rp 959.841.760,00

(Sumber: PD. Mochi Lampion Kaswari)

Pada tabel data PD. Mochi Lamion tersebut terlihat jelas bahwa peningkatan yang terus terjadi pada Biaya Tenaga Kerja Langsung dari tahun ke tahun yang diawali dari tahun 2012 dan berakhir pada tahun 2014 diiringi pula oleh peningkatan Laba Bersih yang diawali dari tahun 2012 dan berakhir tahun 2014. Hal ini berbeda dengan Biaya Promosi yang pada tahun 2012 ke 2013 mengalami peningkatan dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2014 tidak diiringi peningkatan yang sama pada Laba Bersih yang dari tahun 2012 ke 2014 terus meningkat. Hal ini perlu di buktikan lebih lanjut apakah benar peningkatan Biaya Tenaga Kerja Langsung yang dikeluarkan PD. Mochi Lampion Kaswari membuat

perusahaan unggul yang akhirnya mempengaruhi Laba Bersih, dan benarkah Biaya Promosi yang dikeluarkan perusahaan tidak mempengaruhi Laba Bersih perusahaan.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan pada latar belakang, penulis mengidentifikasikan beberapa masalah di dalamnya, yang diantaranya ialah:

1. Perusahaan mengeluarkan biaya tenaga kerja langsung yang baik agar mendapat kinerja karyawan yang baik.
2. Perusahaan memperkenalkan produknya melalui promosi yang diakui sebagai biaya promosi.
3. Biaya promosi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan yang akhirnya mempengaruhi laba perusahaan.
4. Biaya tenaga kerja langsung berpengaruh terhadap kinerja karyawan yang mana akan mempengaruhi kegiatan perusahaan yang akhirnya berpengaruh pada laba perusahaan.
5. Biaya tenaga kerja langsung dan biaya promosi berpotensi menurunkan laba dikerenakan penggunaannya yang tidak terkendali.
6. Berhasil tidaknya penjualan produk ditentukan dari keefektifan dan keefisienan promosi.

TINJAUAN PUSTAKA

Laba Bersih

Laba bersih adalah laba setelah dikurangi berbagai pajak. Laba dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan. Dari perkiraan laba ditahan ini akan diambil sejumlah tertentu untuk dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham.

Menurut Soemarsono S.R. dalam bukunya Akuntansi Suatu Pengantar (2004:227):

"Angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah laba bersih (*net profit*). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Sebaliknya, apabila perusahaan menderita rugi, angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (*net loss*)".

Sedangkan menurut Kasmir (2011:303) "laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak".

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan kompensasi yang diberikan kepada semua karyawan yang terlibat langsung dalam pengolahan produk dan dibebankan kepada perusahaan. Biaya ini sifatnya mudah ditelusuri ke produk tertentu dan merupakan biaya yang besar atas produk yang dihasilkan. Menurut Siegel (1996:14) dalam buku Kamus Istilah Akuntansi "Direct labour (upah langsung) adalah pekerjaan yang langsung terlibat dalam pembuatan produk. Contoh biaya langsung adalah upah pekerja perakitan pada lini perakitan dan upah operator peralatan mesin".

Sedangkan menurut Bastian Bustami (2006:233) biaya tenaga kerja langsung adalah "biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri kepada produk yang dihasilkan, merupakan biaya utama untuk menghasilkan produk dan jasa tertentu, dan secara langsung diidentifikasi kepada produk". Selanjutnya menurut Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdulah (2012:226) biaya tenaga kerja langsung adalah "biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasikan dengan suatu operasi atau proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk-produk dari perusahaan".

Dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja langsung merupakan suatu biaya atau pengorbanan yang telah atau yang akan dikeluarkan perusahaan guna membayar jasa-jasa yang telah diberikan oleh tenaga kerja atau karyawan yang terlibat langsung dalam pengolahan bahan baku menjadi barang jadi.

Biaya Promosi

Promosi merupakan faktor penting bagi perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasanya. promosi menurut Buchari Alma dalam bukunya Pengantar Bisnis (2010:301) adalah sebagai berikut: "Promosi didefinisikan sebagai komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli"

Adapun promosi menurut Djaslim Saladin dalam bukunya Manajemen Pemasaran (2011:192) adalah: "Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tenang produk perusahaan".

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah cara perusahaan untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada calon konsumen, serta membujuk dan menarik minat konsumen ataupun calon konsumen agar mau membeli produk yang dikeluarkan oleh perusahaan dan serta memudahkan konsumen untuk membeli produk-produknya. Promosi juga berfungsi untuk memberikan informasi atau komunikasi yang memberi penjelasan dan mendorong konsumen untuk melanjutkan pembelian produk atau jasa dan memulai pembelian produk atau jasa untuk calon konsumen dengan harga tertentu.

KERANGKA PEMIKIRAN

Perusahaan memiliki berbagai alasan dilakukannya kegiatan ekonomi, dan alasan yang paling mendasar ialah karna adanya kebutuhan masyarakat akan suatu barang ataupun jasa. Maka atas dasar itulah perusahaan-perusahaan saling bersaing dalam memenuhi keinginan konsumen yaitu dengan cara penjualan. Perusahaan melakukan penjualan tentunya memiliki tujuan utama yaitu memperoleh laba. Menurut Suwardjono (2013:464) "laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa". Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat pada kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa). Perhitungannya didapatkannya laba dapat kita lihat dari hasil pencatatan laporan keuangan yakni laporan laba rugi. Menurut Sofyan S.Harahap, dalam buku Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan (2006:73), "laba rugi menggambarkan hasil yang diperoleh atau diterima oleh perusahaan selama satu periode tertentu, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan hasil tersebut". Hasil dikurangi biaya-biaya merupakan laba atau rugi. Jika hasil lebih besar dari biaya maka dikatakan laba, sebaliknya jika hasil lebih kecil dari biaya-biaya maka dikatakan rugi.

Laporan laba rugi memiliki dua elmen yang utama, yaitu pendapatan dan biaya. Pendapatan merupakan aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau penyelesaian kewajiban (kompensasi keduanya) selama periode tertentu, yang timbul dari penjualan barang-barang, penyerahan jasa, dan elemen pendapatan lainnya. Sedangkan biaya merupakan kenaikan dalam ekuitas atau penggunaan selama periode tertentu yang timbul dari penjualan barang, penyerahan jasa, dan lainnya. Mulyadi dalam bukunya Akuntansi Biaya (2010:8), menyatakan: "biaya dalam arti luas yakni pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu". Dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa biaya adalah segala sesuatu yang dikeluarkan ataupun dikorbankan yang dapat diukur dengan uang untuk memperoleh suatu manfaat berupa barang atau jasa yang akan digunakan untuk tujuan tertentu.

Terdapat macam-macam biaya yang tersaji di dalam laporan laba rugi, salah satunya adalah biaya promosi. Promosi pada prinsipnya merupakan kegiatan yang dilakukan produsen untuk

menarik konsumen baru maupun untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada agar tertarik serta konsisten menggunakan produk/jasa yang produsen/perusahaan hasilkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2004:79) promosi adalah: "segala aktifitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya". Kualitas produk yang dihasilkan juga berperan dalam menunjang keberhasilan promosi yang mana semua itu dihasilkan oleh karyawan bagian produksi dan di anggap sebagai tenaga kerja langsung oleh perusahaan.

Mulyadi (2010:319) menyatakan bahwa: "tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk". Tenaga kerja dibutuhkan sejak perusahaan memulai usaha, menjalankan produksi, hingga melaksanakan pemasaran. Tenaga kerja akan bekerja dengan baik apabila hak-haknya dipenuhi yang mana ini diperhitungkan perusahaan sebagai biaya tenaga kerja. Menurut Mulyadi (2010:319): "biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut". Dengan baiknya kualitas kerja dari tenaga kerja perusahaan, segala operasi yang dijalankan perusahaan dan produk yang dihasilkan akan jauh lebih optimal yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Biaya tenaga kerja untuk karyawan yang berkecimpung langsung pada produksi barang disebut biaya tenaga kerja langsung. Menurut Mulyadi (2010:321): "upah tenaga kerja langsung diperlakukan sebagai biaya tenaga kerja langsung dan diperhitungkan langsung sebagai unsur biaya produksi". Biaya tenaga kerja langsung terdapat pada unsur pembentuk harga pokok produksi yang mana itu dibutuhkan dalam menghasilkan harga pokok penjualan yang nantinya akan tercantum dalam laporan rugi laba sebagai faktor pengurang pendapatan penjualan dan menghasilkan laba bruto. Laba bruto akan dikurangi biaya usaha dan ditambah pendapatan ataupun biaya lainnya lalu dikurangi pajak untuk menghasilkan laba bersih.

Berdasarkan uraian pemikiran diatas, diduga biaya tenaga kerja langsung dan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan memiliki pengaruh terhadap laba bersih perusahaan.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono, (2013:2) "Secara umum Metode Penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya promosi terhadap tingkat laba bersih perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya, artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka). Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah biaya tenaga kerja langsung perusahaan (X1) dan biaya promosi perusahaan (X2) sedangkan variabel terikatnya (*dependent*) adalah laba bersih (Y).

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Menurut Uma Sekaran (2011: 65) teknik pengumpulan data adalah "Bagian integral dari desain penelitian seperti ditunjukan dalam bagian berbayang dalam figur".

Ada beberapa metode pengumpulan data, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangannya. Masalah yang diteliti dengan penggunaan metode yang tepat sangat meningkatkan nilai

penelitian. Data bisa diperoleh dengan berbagai cara, diantaranya dengan meliputi data primer dan sekunder. Untuk keperluan analisis data, maka dalam hal ini penulis menggunakan data primer dan sekunder serta data pendukung yang bersumber dari dalam maupun dari luar organisasi.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data adalah rancangan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami, serta diinterpretasikan.

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan penulis ialah dengan teknik analisis data kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan, dengan menggunakan metode data yang sudah ada. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari: Uji Normalitas Data, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolonieritas, dan Uji Autokorelasi. Lalu Uji Regresi Berganda, dan Uji Hipotesis yang terdiri dari: Uji t, Uji f, dan Uji Koefisien Determinasi.

Pada Penelitian ini, Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Software Statistical Product and Service Solution* 17.0 (SPSS). Adapun pengujian dan rancangan analisis data yang digunakan adalah untuk mengukur besarnya pengaruh biaya tenaga kerja langsung dan biaya promosi terhadap tingkat laba bersih perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, maka dapat dilakukan uji statistik *one sample kolmogorov smirnov*.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BTKL	Biaya Promosi	Laba Bersih
N		36	36	36
Normal Parameters[a,,b]	Mean	1.23E8	2037666.67	65847580.42
	Std. Deviation	2.479E7	427262.216	13109442.783
Most Extreme Differences	Absolute	.119	.163	.191
	Positive	.119	.118	.191
	Negative	-.081	-.163	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		.713	.976	1.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.689	.297	.143

a. Test distribution is Normal.

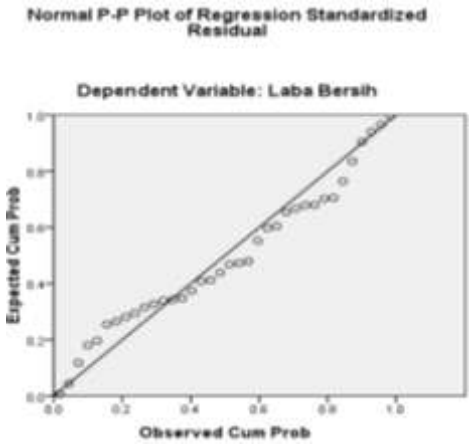
b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa:

1. Signifikasi data BTKL adalah 0,689 > 0,05 dan besarnya nilai *kolmogorov-smirnov* yaitu sebesar 0,713 > 197 maka data volume penjualan tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal
2. Signifikansi data Biaya Promosi adalah 0,297 > 0,05 dan besarnya nilai *kolmogorov-smirnov* yaitu sebesar 0,976 > 197 maka data biaya operasional tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal

3. Signifikansi data laba bersih adalah 0,143 > 0,05 dan besarnya nilai *kolmogorov-smirnov* yaitu sebesar 1,148 >197 maka data laba bersih tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

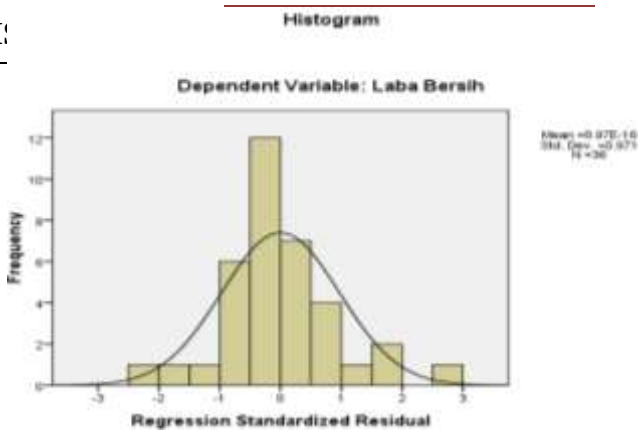
Suatu model regresi dikatakan mempunyai data normal apabila nilai probabilitas >0,05 demikian dengan besarnya nilai *kolmogorov-smirnov* Z >197. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data diatas telah terdistribusi normal.



Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika pada grafik diatas, data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika pada grafik diatas, data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada grafik Normal P-Plot *of Regression Standard Residual* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, hal ini menunjukan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.



Dari data diatas, dapat dilihat bahwa grafik histogram diatas distribusi data mengikuti kurva berbentuk lonceng yang tidak condong (*skewness*) ke kiri maupun kekanan atau bisa disimpulkan data tersebut berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikoloniearitas pada model tabel regresi yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *variance inflation factor (VIF)* dan koerelasi diantara variabel independen, jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* >0.10, maka tidak terjadi multikoloniearitas.

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	BTKL	1.000	1.000
	Biaya Promosi	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

1. Jika nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10, berarti tidak terjadi multikoloniearitas.
2. Jika nilai Tolerance < 0,1 dan VIF > 10, berarti terdapat masalah multikoloniearitas.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan nilai Tolerance sebesar 1,000 (>0,1) dan VIF sebesar 1,000 (<10). Hasil uji multikoloniearitas ini menunjukan bahwa tidak terdapat gejala multikoloniearitas.

Uji Heteroskedastisitas

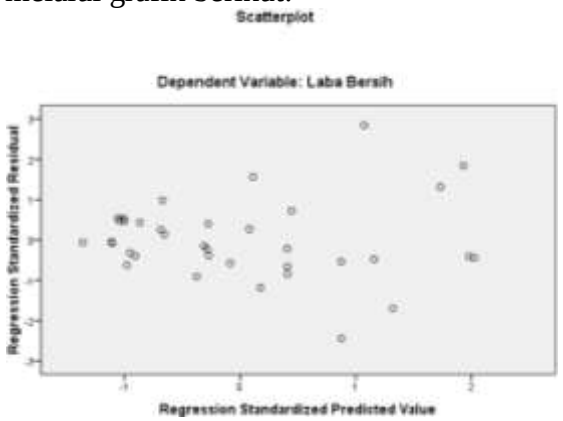
Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.118E7	8329434.709		2.543	.016
	BTKL	.442	.048	.837	9.140	.000
	Biaya Promosi	-4.733	2.809	-.154	-1.685	.101

a. Dependent Variable: Laba Bersih

pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedatisitas. Model regresi yang baik akan homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil pengolahan heteroskedastisitas dilakukan melalui grafik berikut:



Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika pada grafik diatas terjadi pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika pada grafik diatas tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titk menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar di atas adalah hasil uji heteroskedstisitas yang menunjukan bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan diatas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidak nya pengaruh model regresi yang diteliti. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi.

Salah satu ukuran autokorelasi yaitu dengan menggunakan uji Durbin-Watson (D-W), dengan ketentuan sebagai berikut:

a. DW < -2 terjadi autokorelasi positif
b. -2 ≤ DW ≤ 2 tidak terjadi autokorelasi
c. DW > 2 terjadi autokorelasi negative

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.851[a]	.723	.707	7099455.943	2.311

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi (X2), BTKL (X1)

b. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Dari hasil di atas, ditemukan Durbin-Watson sebesar 2,311 dan DW >2 maka disimpulkan terjadi autokorelasi negatif.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, penulis

menganalisispengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhdap laba bersih.

Untuk mempermudah pengolahan data dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution)* versi 17.0. Adapun hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini:

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui persamaan regresi bergandanya adalah sebagai berikut:

Keterangan:

Y = 2,118E7 + 0,442 X_1 – 4,733 X_2

Y = Laba Bersih

X1 = Biaya Tenaga Kerja Langsung

X2 = Biaya Promosi

Berdasakan hasil persamaan analisis regresi liniear berganda, maka dapat dianalisis dilihat melalui besarnya koefisien dari masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan bahwa:

1. α = konstanta sebesar 2,118E7 yang artinya apabila variabel dependenya dianggap 0 maka laba bersih 2,118E7
2. Setiap kenaikan volume penjualan X_1 sebesar 1% maka nilai laba bersih akan naik sebesar 0,442%
3. Setiap penurunan biaya operasional X_2 sebesar 1% maka nilai laba bersih akan turun sebesar -4,773%.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial t

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dependen, yaitu BTKL dan Biaya Promosi secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Laba bersih.

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Hα : Diduga terdapat pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih

Hα : Diduga terdapat pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan:

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_O diterima dan H_α ditolak untuk α = 0,5%
b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_α diterima dan H_O ditolak untuk α = 0,5%

Adapun hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.12 dibawah ini:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1155072 1.885	622037 6.798		1.857	.072
	BTKL	.442	.050	.836	8.900	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Tabel di atas menunjukan t_{hitung} dari setiap variabel. Berdasarkan uji t diketahui bahwa t statistik untuk variabel X_1 (BTKL) sebesar 8,900 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t_{tabel} 2,034. Artinya signifikan secara statistik namun $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,900 > 2,034) maka Hα diterima dan H_O ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel BTKL terhadap laba bersih.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.543E7	1.082E7		6.972	.000
	Biaya Promosi	-4.702	5.200	-.153	-.904	.372

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sedangkan untuk variabel (X_2) Biaya Promosi diketahui t statistik sebesar -0,904 dan nilai signifikansi sebesar 0,372 > 0,05 dan nilai t_{tabel} 2,034. Artinya, tingkat signifikansi secara statistik dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,904 < 2,034), maka H_O diterima dan H_α ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Biaya Promosi terhadap laba bersih.

Uji Simultan F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen, yaitu volume penjualan dan biaya operasional secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu laba bersih. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%. Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Hα: Diduga terdapat pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan:

a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_O diterima dan H_α ditolak untuk $\alpha = 0,5\%$

b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_α diterima dan H_O ditolak untuk $\alpha = 0,5\%$

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.352E15	2	2.176E15	43.170	.000[a]
	Residual	1.663E15	33	5.040E13		
	Total	6.015E15	35			

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, BTKL

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Tabel di atas menunjukan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 43,170 dengan d_f pembilang 2, dan d_f penyebut 33 sehingga diketahui nilai F_{tabel} sebesar 3,28. Dari hasil tersebut menunjukan bahwa 43,170 > 3,28 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) maka H_α diterima dan dan H_o ditolak. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara BTKL dan Biaya Promosi terhadap laba bersih.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari variabel independen (volume penjualan dan biaya operasional) secara bersama-sama menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Laba Bersih).

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851[a]	.723	.707	7099455.943

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, BTKL

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Dari tabel diatas maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi (Kd) = (R^2) x 100% diperoleh dari R yaitu Kd = $0,851^2$ x 100% = 72,3% Hasil ini sama

dengan perolehan dengan menggunakan program SPSS 17.0 pada kolom R square 72,3% sedangkan sisanya 27,7% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis menyimpulkan bahwa Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi sangat mempengaruhi dalam perolehan laba bersih pada suatu perusahaan. Seperti yang terjadi pada PD. Mochi Lampion Kaswari, bahwa volume penjualan dan biaya opersional berpengaruh sebesar 78,3% terhadap laba bersih hal ini terjadi karena volume penjualan yang selalu mengalami peningkatan dan tentunya disertai dengan biaya operasional yang sudah dikeluarkan agar tercapainya peningkatan volume penjualan yang diharapkan setiap bulannya sehingga akan tercapainya laba bersih yang diharapkan pada PD. Mochi Lampion Kaswari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PD. Mochi Lampion Kaswari, maka pada bagian akhir dari penelitian ini penulis menarik simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung terhadap laba bersih. Karena Biaya Tenaga Kerja Langsung merupakan pemicu kinerja karyawan produksi, sehingga kuantitas dan kualitas produk yang nantinya mempengaruhi penjualan sangat bergantung padanya. hal ini juga dibuktikan dari hasil statistik dimana nilai t hitung sebesar 8,900 lebih besar dari t tabel 2,034. Dan didapatkan nilai signifikan P (value) sebesar 0,000. Karena nilai P (value) kurang dari 0,005 maka Ha diterima dan Ho ditolak.
2. Tidak terdapat pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih. Dalam hal ini tidak adanya pengaruh dari Biaya Promosi terhadap Laba Bersih dikarenakan PD. Mochi Lampion Kaswari kini telah menjadi perusahaan mochi yang paling unggul dan dikenal di sukabumi, sehingga adanya peningkatan ataupun penurunan biaya promosi saat ini tidak lagi terlalu mempengaruhi penjualan perusahaan dan Laba Perusahaan. Hal ini juga dapat dibuktikan dari hasil statistik dimana nilai t hitung sebesar -0,904 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,034. Dan didapatkan nilai signifikansi P (value) sebesar 0,372 karena nilai P (value) lebih dari 0,005 maka Ho diterima dan Ha ditolak.
3. Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi keduanya berpengaruh terhadap laba bersih. Karena kedua variabel ini jika dicari pengaruhnya terhadap Laba Bersih ketika bersama-sama akan memiliki pengaruh, dikarenakan kemungkinan salah satu dari variabel berpengaruh kuat. Hal ini juga dapat dibuktikan dari hasil statistik dimana nilai F hitung sebesar 43,170 lebih besar dari F tabel sebesar 3,28. Dan didapatkan nilai signifikansi P (value) sebesar 0,000. Karena nilai P (value) kurang dari 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dan dari hasil nilai koefisien korelasi R (0,885), berada diantara 0,05 sampai dengan 1,00. Hal ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif yang kuat antara BTKL dan Biaya Promosi terhdap laba bersih. Selain itu dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 78,3% sedangkan sisanya 21,7% merupakan pengaruh dari

faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis.

Saran

1. Diharapkan PD. Mochi Lampion Kaswari menambah jumlah pekerja bagian pembuatan produknya atau Biaya Tenaga Kerja Langsung agar menambah jumlah produksi produk serta meningkatkan kualitas produk sehingga laba yang didapatkan PD. Mochi Lampion Kaswari juga meningkat lebih tinggi lagi.
2. Akan lebih efektif bila perusahaan dapat menggunakan dan mengalokasikan biaya promosi yang dikeluarkan secara teratur agar biaya yang dikeluarkan dapat stabil, yaitu dengan cara menghemat atau mengeluarkan biaya promosi seminimal mungkin namun bukan berarti kegiatan promosi menjadi menurun kualitasnya, melainkan perusahaan dituntut untuk lebih jeli dalam mengalokasikan biaya promosi. Dengan menekan anggaran biaya promosi yang tidak perlu, tentunya laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat.
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar variabel bebas yang digunakan hendaknya tidak hanya Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Promosi karena masih banyak faktor pada perusahaan yang dapat mempengaruhi laba, serta memperbanyak sampel dan tahun pnelitian yang diteliti untuk memperkuat hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2010. Pengantar Bisnis. Cetakan ke-14. Bandung: Alfabeta

Baridwan, Zaki. 2010. *Intermediate Accounting*. Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA

Dunia, A.Firdaus dan Abdullah, Wasilah. 2012. Akuntansi Biaya. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat

Harahap, Sofyan Syafri. 2013, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, Jakarta: PT.Rajagarafindo Persada

Kasmir. 2011. *Kewirausahaan.* Edisi Revisi. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi,* Edisi ke-3, Jakarta: Salemba Empat

Mulyadi. 2002. Akuntansi Biaya, Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Mulyadi. 2010, *Akuntansi Biaya,* Edisi ke-5, Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Murhadi, Werner.R. 2013, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat

Milton, F.Usry., dan Lawrence, H.Hammer.,. 1996. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. Yogyakarta: BPFE

Nurlela. Bastian, Bustami. 2006. Akuntansi Biaya. Cetakan pertama. Edisi ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu

Saladin, Djaslim. 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke-2. Bandung: CV. Agung Ilmu

Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for Business*, Jakarta : Salemba Empat

Soemarsono. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*, cetakan ke-2 edisi 5. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta

Suwardjono. 2013, *Teori Akuntansi*, Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA

Swashta, Basu. 2008. Manajemen Pemasaran Modern, Cetakan ke-13. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Swashta, Basu. 2012. Manajemen Penjualan, Edisi 3. Yogyakarta: BPFE

Undang-Undang Republik Indonesia. 2003. *Ketenagakerjaan*. Presiden Republik Indonesia.

Rahman, Rani. dan Daud, Yusuf, Suseno, Y.,. 2008, Jurnal. *"Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung terhadap Volume Produksi"* . Hal: 6-7.

Rastumi, Putu., Ketut, Kirya, I., dan Cipta, Wayan.,. 2014, Jurnal. *"Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwangi"* . Hal: 7-8.

Khotimah, Miawati.,. 2012. Dunia Ilmu-Biaya Tenaga Kerja Langsung. Internet.

Nurbawa, Roman.,. 2012. Pengertian Lengkap Tentang Laba. Internet.

Simanjuntak, hakim.,. 2014. Pengertian Biaya Promosi. Internet.

Tjandra, Liam.,. 2011. Biaya Menurut Para Ahli. Internet.

http://akupersit.blogspot.com/2012/11/biaya-tenaga-kerja-langsung-btkl.html

http://liam-tjandra.blogspot.in/2011/05/biaya-menurut-para-ahli.html.

http://pubon.blogspot.com/2013/02/pengertian-biaya-promosi.html

https://romannurbawastore.wordpress.com/2012/05/06/pengertian-laporan-keuangan-menurut-pakar-ahlinya/