

PENGARUH HARGA JUAL, VOLUME PENJUALAN DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN PADA PT. PRISMA DANTA ABADI (TAHUN 2014-2016)

EFFECT OF SELL PRICES, SALES VOLUME AND OPERATIONAL COSTS ON COMPANY PROFITABILITY IN. PRISMA DANTA ABADI (2014-2016)

Elsa Asriyanti¹, Syafruddin²

¹(Akuntansi, Ekonomi, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

²(Akuntansi, Ekonomi, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

¹elsa.ekonomi13@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menguraikan mengenai PT. Prisma Danta Abadi, yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distributor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga jual, volume penjualan, biaya operasional terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi Tahun 2014-2016. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 36 data dari laporan keuangan periode 2014-2016. Data yang diperoleh merupakan data sekunder dengan menggunakan metode dokumentasi. Pengujian asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga Jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,243 < nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 > 0,05; (2) Volume Penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} 2,648 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05; (3) Biaya Operasional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} 2,156 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 < 0,05; (4) Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} 6,376 > F_{tabel} 3,29 dengan signifikansi 0,002 < 0,05.

Kata Kunci ; Harga Jual, Volume Penjualan, Biaya Operasional, profitabilitas

Abstract

This research describes about PT. Prisma Danta Abadi, which is a company engaged in the distributor. The purpose of this study is to determine the effect of selling price, sales volume, operational costs on the profitability of the company at PT. Prisma Danta Abadi Year 2014-2016. The sample used in this study is 36 data from the financial statements of the period 2014-2016. Data which is secondary data using method. Classical principle test used in this research is by using normality test, multicollinearity test, heterokedastisity test and autocorrelation test. The data analysis used for the analysis is using multiple linear regression analysis technique. Based on the results of this study indicate that (1) Selling Price partially have positive and significant effect to Profitability, shown by the t_{hitung} of 3.243 < t_{tabel} value of 2.036 with a significance value of 0.003 > 0.05; (2) Sales Volume partially have positive and significant effect to Profitability, shown by t_{hitung} of 2.648 > t_{tabel} value equal to 2.036 with significance value equal to 0.012 < 0.05; (3) Operational cost partially have positive and significant effect to Profitability, shown by t_{hitung} 2.156 > t_{tabel} value equal to 2.036 with significance value equal to 0.029 < 0.05; (4) Selling Price, Sales Volume

and Operational Cost simultaneously affect to Profitability, indicated by value $F_{hitung} 6.376 > F_{tabel} 3.29$ with significance $0.002 < 0.05$.

Keywords ; Selling Price, Sales Volume, Operational Cost, Profitability

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dalam era globalisasi ekonomi sekarang ini telah memicu suatu persaingan yang ketat dan sengit diantara perusahaan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perdagangan maupun industri. Semakin ketatnya persaingan bisnis di dunia usaha menuntut manajemen perusahaan bekerja lebih efisien dan lebih efektif untuk selalu menjaga kondisi perusahaan agar tetap bertahan dan berkembang dengan baik dalam dunia usaha di Indonesia. Untuk dapat menjaga kelangsungan hidup dan berkembangnya dalam jangka panjang, suatu perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk mendapatkan laba, yang berarti kemampuan dalam menjual produk, pengendalian biaya-biaya, pemanfaatan sumber sumber keuangan, sumber fisik, sumber daya manusia, dan melakukan inovasi produk.

Besarnya laba yang diperoleh perusahaan biasanya digunakan sebagai tolok ukur sukses atau tidaknya manajemen dalam mengelola perusahaannya. Besar kecil laba dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga jual produk, biaya-biaya yang dikeluarkan dan penjualan. Oleh sebab itu seorang manajer harus bisa memahami, mengetahui dan mengkombinasikan faktor-faktor tersebut agar mendapatkan laba yang optimal.

Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Penentuan harga jual produk atau jasa dapat berupa penentuan harga jual yang bersifat normal, baik untuk jenis produk atau jasa yang baru maupun untuk jenis produk atau

jasa yang telah ada di pasaran, dan dapat pula berupa penentuan harga jual produk atau jasa yang bersifat khusus.

Harga penjualan merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing, dan meminimalkan biaya produksi untuk mencapai laba maksimal. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Kotler (1993 dalam Putu Agus, 2015), volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan.

Volume penjualan merupakan faktor penting dalam menentukan besarnya penerimaan yang diperoleh perusahaan. Terlebih di zaman sekarang ini, sering kali ada kebijaksanaan-kebijaksanaan baru dari pemerintah yang mengakibatkan naik turunnya harga bahan baku untuk persediaan produk yang pada akhirnya masyarakat dapat menggunakan hasil produk dari suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar menetapkan harga yang tepat.

Biaya operasional merupakan biaya – biaya yang tidak berhubungan langsung

dengan produk perusahaan tetapi berkaitan langsung dengan aktivitas perusahaan. Pengelolaan biaya khususnya biaya operasional tidak lepas dari perencanaan dan pengawasan biaya itu sendiri. Besar kecilnya biaya akan berpengaruh langsung pada perhitungan laba rugi yang diperoleh pada akhir periode karena biaya itu sendiri merupakan unsur perhitungan laba rugi.

Oleh karena itu perusahaan harus mengeluarkan biaya yang sedikit untuk pengendalian biaya dan harus terus ditingkatkan agar perusahaan dapat mengoptimalkan biaya dan terus meningkatkan penjualan agar perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal karena biaya sangat mempengaruhi perusahaan dalam memperoleh laba perusahaan. Biaya diperlukan perusahaan untuk mendapatkan informasi yang berguna bagi perusahaan, salah satu diantaranya adalah agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besar tingkat kualitas yang dapat meninggalkan profitabilitas biaya khususnya dalam pasar yang memiliki persaingan yang sangat ketat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka permasalahan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga jual berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
2. Apakah volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
3. Apakah biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas

perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.

4. Apakah harga jual, volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh simultan terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan memahami harga jual berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
2. Mengetahui dan memahami volume penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
3. Mengetahui dan memahami biaya operasional berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
4. Mengetahui dan memahami harga jual, volume penjualan dan biaya operasionalberpengaruh simultan terhadap profitabilitas perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang akuntansi biaya, terutama mengenai harga jual, volume penjualan dan biaya operasional terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi dan pertimbangan terhadap pengambilan keputusan. Dengan mengetahui kinerja perusahaan di masa lalu maka dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman bagi seorang manajer

untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk perbandingan dari produk pendidikan Universitas, dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut khususnya pada pembahasan bidang yang sama sehingga diharapkan munculnya generasi bangsa yang lebih baik dan bertanggung jawab.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Harga Jual

Menurut Buchari (2002;169 dalam Putu Agus Semara Jaya, 2015), “harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang, atau dapat dikatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan sebagai alat tukar untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”.

Harga jual produk maupun jasa dapat ditentukan dengan beberapa metode, antara lain:

- a. Penentuan harga jual normal
- b. Penentuan harga jual dalam cost type contract
- c. Penentuan harga jual pesanan khusus
- d. Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah

Konsep Dasar Dalam Penentuan Harga

Berikut ini adalah beberapa konsep dasar ekonomi yang mempengaruhi harga:

- a. Permintaan pelanggan
- b. Elastisitas harga permintaan
- c. Struktur pasar

Strategi Penentuan Harga

Perusahaan menentukan harga produk mereka dengan pertimbangan biaya

produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan.

- a. Penentuan harga berdasarkan biaya produksi
- b. Penentuan harga berdasarkan suplay persediaan
- c. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing.

Pengertian Volume Penjualan

Menurut Kotler (1993 dalam Putu Agus, 2015), volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan.

Pengertian volume penjualan menurut Alamiyah dan Padji (2003:126) bahwa “Volume penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu”.

Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Sebuah perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam proses penjualan yaitu: (Swasta, 2000 dalam Ardiansyah, 2013)

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, di antaranya adalah:

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya

- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen
- c. Mengadakan analisa pasar
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial
- e. Mengadakan pameran
- f. Mengadakan discount atau potongan harga

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan, adalah sebagai berikut: (Swastha, 2000 dalam Winarningasih, 2013)

- a. Kemampuan penjualan
- b. Kondisi pasar
- c. Modal
- d. Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, pemberian hadiah sering mempengaruhi tingkat pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Pengertian Biaya Operasional

Pengertian Biaya Operasional menurut Jopie Jusuf (2006; 33 dalam Rina Oktavia) “Biaya operasional atau biaya operasi adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari-hari”. Sedangkan menurut Ardiyos (2001; 655 dalam Rina Oktavia) “Biaya operasi adalah suatu beban yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka menunjang kegiatan operasional perusahaan. Biasanya mengacu pada beban penjualan dan beban administrasi dan umum dan tidak termasuk perhitungan harga pokok penjualan.

Jenis – Jenis Biaya Operasional

- a. Biaya Administrasi Umum

Biaya administrasi umum adalah semua biaya yang terjadi serta terdapat didalam lingkungan yang terjadi serta terdapat didalam lingkungan kantor administrasi perusahaan, serta biaya-biaya lain yang sifatnya untuk keperluan perusahaan secara keseluruhan.

Biaya yang di kelompokkan ke dalam biaya adminisetrasi umum ada 4 (empat) yaitu sebagai berikut:

- Gaji dan upah yang meliputi diantaranya gaji karyawan, insentif, dan bonus, premi lembur, pajak pendapatan, upah honoran dan lain-lain.
- Kesejahteraan karyawan yang meliputi pengobatan karyawan, rekreasi dan olahraga, pendidikan dan lain-lain.
- Biaya reparasi dan pemeliharaan yang meliputi reparasi dan pemeliharaan untuk peralatan-peralatan kantor, alat transportasi, gedung dan lain-lain.

Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profit suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya dengan demikian profit suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut ”Menurut Husnan dan Enny Pudjiastuti(2006; 74 dalam Rina Oktavia 2015)”.

Penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan bertujuan untuk (1) mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu, (2)

menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, (3) menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, dan (4) mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Rasio profitabilitas dapat memberikan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan. Jenis-jenis rasio profitabilitas menurut Sutrisno (2007; 215 dalam Rina Oktavia 2015) dijelaskan sebagai berikut :Margin Laba (*Profit Margin*). *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), dan *Earning Per Share*.

Profit Margin on Sales

Profit Margin on Sales atau *Ratio Profit Margin* atau margin laba atau penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan menambahkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.

Terdapat dua rumus untuk mencari *profit margin*, yaitu sebagai berikut.

1. Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\frac{= \text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}}$$

2. Untuk margin laba bersih dengan rumus :

$$\frac{= \text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Penelitian Terdahulu

1. Rina Oktavia (2015) dalam tesisnya yang berjudul “Pengaruh Biaya Operasional dan Modal Kerja terhadap Profitabilitas pada PT. Fika Abadi Mandiri” memaparkan bahwa biaya operasional dan modal kerja berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengaruh biaya operasional dan modal kerja terhadap profitabilitas. Simpulan yang didapat dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya operasional yang dikeluarkan PT. Fika Abadi Mandiri cenderung menurun selama periode tahun 2009 hingga tahun 2013. Biaya operasional yang ada pada PT. Fika Abadi Mandiri meliputi biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung, biaya transportasi, biaya administrasi tender, biaya dinas, biaya pelatihan. Modal kerja pada tahun 2009 hingga tahun 2013 mengalami penurunan setiap tahunnya secara bersama-sama (simultan) biaya operasional dan modal kerja memberikan pengaruh besar 95.4% terhadap profitabilitas.
2. Putu Agus Semara Jaya (2015) dalam tesisnya yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Harga jual terhadap Volume Penjualan Dupa pada Putra Mas di Desa Bulian” memaparkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan UD. Dupa Putra Mas di Desa Bulian. Subjek penelitian adalah UD. Dupa Putra Mas dan objek penelitian adalah biaya promosi, harga jual dan volume penjualan. Jenis data dari penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu

keseluruhan informasi yang dikumpulkan dinyatakan dengan angka-angka seperti jumlah penjualan, harga jual dan biaya promosi dalam kurun waktu dari 2010-2014. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik dokumentasi yang metode pengumpulan data dengan cara melihat catatan atau arsip yang ada di UD. Dupa Putra mas. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan pada UD.Dupa Putra Mas di Desa Bulian.

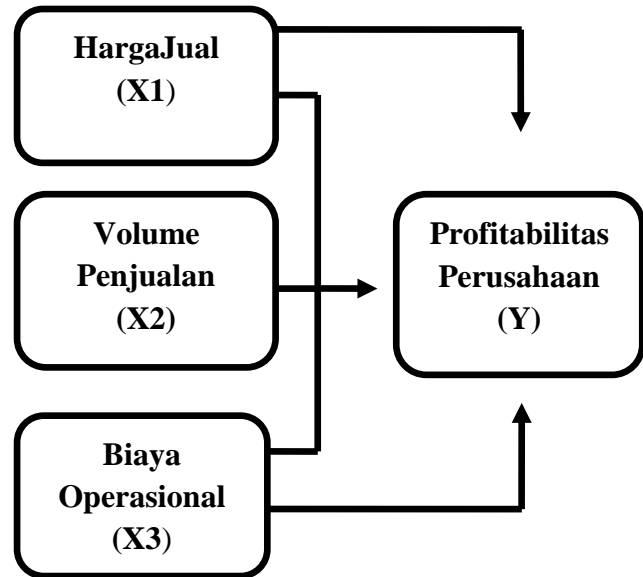
3. Melvin Pristyo (2013) dalam tesisnya yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan pada UD. Eka Jaya di Surabaya” memaparkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap volume penjualan pada UD. Eka Jaya di Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yang dilakukan dapat diketahui bahwa produk dan harga mempunyai pengaruh serempak dan signifikan terhadap volume penjualan diterima kebenarannya. Hal ini dibuktikan dengan uji signifikan atau uji F pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah signifikan karena memiliki nilai F hitung sebesar 9.190 lebih besar dari tabel sebesar 3.74. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial dapat diketahui bahwa hipotesis kedua yang diajukan, produk mempunyai pengaruh paling dominan dan signifikan terhadap volume penjualan di terima kebenarannya harna pengaruhnya lebih besar bila dibandingkan dengan pengaruh variabel harga yaitu sebesar 5.15%.
4. Putu Rustami, I Ketut Kirya, Wayan Cipta (2014) dalam tesisnya berjudul “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis” memaparkan bahwa tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh biaya produksi , biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba perusahaan kopi bubuk Banyuaitas. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif.Data dikumpulkan dengan dokumentasi, dan dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh secara simultan dari biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba, (2) ada pengaruh secara parsial dari biaya produksi terhadap laba, (3) ada pengaruh secara parsial dari biaya promosi terhadap laba, (4) ada pengaruh secara parsial volume penjualan terhadap laba, (5) variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap laba adalah volume penjualan pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis.
5. Ressa Ismail (2013), dalam tesisnya berjudul “Hubungan Biaya-Volume-Laba pada Perum Bulog Divre Wilayah 1 Ternate” memaparkan bahwa analisis biaya-volume-laba merupakan salah satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajemen dalam meberikan perintah. Alat ini membantu mereka memahami hubungan timbal balik antara biaya-volume-laba dalam organisasi. Pada tahun 2012 penjualan Perum Bulog

mengalami kenaikan sebesar Rp. 95.576.490.014 dengan volume penjualan 12.743 ton dibandingkan dengan tahun 2010 Rp. 73.139.744.874, volume penjualan 13.298 ton dan 2011 dengan penjualan Rp. 81.952.402.297, dimana volume penjualan 13.039. Demikian pula dengan biaya tetap dan biaya variable pada tahun 2012 mengalami kenaikan biaya tetap Rp. 5.865.018.469 dan biaya variable Rp. 78.618.364.322 dibandingkan pada tahun 2010 dan 2011 dengan biaya tetap Rp. 5.838.917.856 dan Rp. 5.588.350.913 dan biaya variable tahun 2010 Rp. 56.755.708.990, tahun 2011 Rp. 70.976.919.847. Karena kenaikan harga jual lebih besar dan volume penjualan yang menurun maka mengakibatkan jumlah biaya sehingga daerah laba menjadi lebih meluas atau meningkat.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, terdapat 4 variabel yang terdiri dari 3 variabel X (Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional) serta variabel Y (Profitabilitas Perusahaan).

Berikut gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Gambar 1

Hipotesis

- H₁ : Ada Pengaruh Harga Jual terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
- H₂ : Ada Pengaruh Volume Penjualan terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
- H₃ : Ada Pengaruh Biaya Operasional terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.
- H₄ : Ada Pengaruh Harga Jual, Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat Penelitian

Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini adalah Perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi yang bergerak dalam bidang Distributor Aluminium Extrusion & Accessories (Glass Hardware) yang

beralamat di Komplek Gudang 1 Blok C No. 1-3A, Batam Centre, Batam.

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas :

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang berupa laporan keuangan PT. Prisma Danta Abadi untuk periode 2014-2016.

Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan untuk menghimpun teori-teori, pendapat yang dikemukakan oleh para ahli yang diperoleh dari buku-buku kepustakaan serta literature lainnya yang dijadikan sebagai landasan teoritis dalam rangka melakukan pembahasan.

a. Wawancara

Yaitu, teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara tanya jawab langsung antara penulis dengan pihak yang memberikan informasi.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yakni pengumpulan bukti-bukti dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian yang diperlukan penulis.

Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah objek penelitian / apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat.

a. Harga Jual (X_1)

Harga merupakan satu satunya dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan melalui proses penjualan, oleh karena itu suatu perusahaan harus mampu menentukan harga produknya dengan tepat dan baik sehingga para konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut sehingga perusahaan akan memperoleh keuntungan dari proses penjualan.

Adapun indicator dari harga jual sebagai berikut :

- Pembelian
- Biaya-biaya
- Beban

b. Volume Penjualan

Menurut Kotler (1993 dalam Putu Agus, 2015), volumepenjualan merupakan hasil penjualan yangtelah dihasilkan oleh perusahaan dalamrangka proses pemasaran atau merupakansuatu bagian dari hasil program pemasaransecara keseluruhan.

Adapun indikator dari volume penjualan menurut Kotler (1993, hal: 30) antara lain :

- Harga
- Promosi
- Kualitas
- Saluran distribusi
- Produk

c. Biaya Operasional

Pengertian Biaya Operasional menurut Jopie Jusuf (2006; 33 dalam Rina Oktavia) “Biaya operasional atau biaya operasi adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari-hari”.

- Beban
 - Aktifitas operasional
 - Biaya-biaya lainnya
2. Variabel Terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. (Arikunto 2006: 118). Variabel dalam penelitian ini adalah :

Profitabilitas (Laba)

Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan labaselama periode tertentu.

Penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan bertujuan untuk (1) mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu, (2) menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, (3) menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, dan (4) mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Adapun indikator dari profitabilitas (laba) adalah sebagai berikut:

- Umur perusahaan
- Tingkat penjualan
- Perubahan laba masa lalu
- Total asset.

Teknik Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi antara lain maksimum, minimum. Mean (rata-rata) dan data standar deviasi. Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghazali, 2011:160). Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorow-Simornov*. Jika nilai signifikan uji *Kolmogorow-Simornov* > 0.05 berarti data terdistribusi normal. Jika nilai signifikan uji *Kolmogorow-Simornov* < 0.05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian analisis regresi linier berganda, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

Uji Multikolonieritas

Artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya

gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) melalui program SPSS. Tolerance mengukur variabilitas variable terpilih yang tidak dijelaskan oleh variable independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai Tolerance > 1 atau nilai VIF < 5 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Situmorang, (2010; 153 dalam Rina Oktavia, 2015).

Ho = tidak ada multikolinieritas

Ha = ada multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (independen) yaitu ZPRED dengan residunya SRESID. Bila grafik scatterplot terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011:139).

Uji Autokorelasi

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, yaitu dengan : Uji Durbin-Watson (DW *test*). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen (Imam Ghozali, 2011:110).

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun analisis regresi tersebut dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (*dependent*).

X (1,2, ...) : Variabel bebas (*independen*)

a : nilai konstanta

b (1,2, ...) : nilai koefisien regresi

a. Uji Statistik F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Dirajat kepercayaan yang digunakan adalah 5%, apabila $F < 5\%$, maka hipotesis dapat diterima, artinya variabel independen berpengaruh secara serempak/simultan pada variabel dependen.

b. Uji Beda (*Paired sample t-Test*)

Uji beda paired sample *t-Test* digunakan untuk menentukan apakah kedua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda. Uji beda *t-Test* yang dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan *standar error* dari perbedaan rata-rata dua sampel atau secara rumus dapat ditulis sebagai berikut:

Rata – rata sampel pertama – rata-rata sampel kedua

T=Standar error perbedaan rata-rata kedua sampel

Standar error perbedaan dalam nilai rata-rata terdistribusi secara normal. Jadi tujuan uji beda *paired sampel t-test* adalah membandingkan apakah kedua sampel tersebut mempunyai nilai rata-rata yang sama atau berbeda secara signifikan (Ghozali;2013).

Hasil dari uji beda *paired sampel t-test* ini, jika profitabilitas >0.05 maka H_1 : diterima jadi *variance* berbeda dan apabila profitabilitas <0.05 maka H_1 : ditolak jadi *variance* sama.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2010) Koefisien determinasi (R kuadrat) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R kuadrat yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Adapun rumus yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

R^2 = Nilai Koefisien Korelasi

K_d = Nilai Koefisien Determinasi

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

PT. Prisma Danta Abadi adalah perusahaan yang berdiri pada bulan Januari 2003. Perusahaan ini bergerak di bidang Aluminium Extrusion, seperti Kusen Pintu dan Jendela Aluminium, Pipa Aluminium, Hollow Aluminium, dll. PT. Prisma Danta Abadi sebagai salah satu kaca dan aluminium ekstrusi distributor terbaik di Batam. Perusahaan berlokasi di Komplek Gudang 1 Blok C No 1-3A, Batam Centre, Batam (kantor Pusat), dan di Komplek Batavia Blok G N0. 12-14, Sei Langkai - Sagulung – Batam (kantor cabang).

Pengujian Data

1. Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dapat diketahui bahwa jumlah data yang dimasukkan dalam pengujian ini adalah 36 data. dapat dilihat bahwa variabel profit memiliki nilai terendah sebesar 32,10 dan nilai tertinggi sebesar 36,20 dengan nilai rata-rata 34,54 dan standar deviasinya sebesar 0,91. Variabel BOP (Biaya Operasional) memiliki nilai terendah sebesar 35,00 dan nilai tertinggi sebesar 40,50 dengan nilai rata-rata 37,75 dan standar deviasinya sebesar 1,42. Variabel VL (Volume Penjualan) memiliki nilai terendah sebesar 0,20 dan nilai tertinggi sebesar 0,50 dengan nilai rata-rata sebesar 0,38 dan standar deviasinya sebesar 0,07. Variabel HJ (Harga Jual) memiliki nilai terendah sebesar 1,40 dan nilai tertinggi sebesar 1,70 dengan

nilai rata-rata sebesar 1,55 dan standar deviasinya sebesar 0,08.

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Kolmogorof Smirnov (KS), dengan melihat perbandingan nilai signifikansi yang dihasilkan > 0.05 maka distribusi datanya dikatakan normal. Berdasarkan hasil dari uji diatas pada tabel 5. dapat diketahui nilai statistik uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai ASymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,884. Sesuai dengan ketentuan jika nilai signifikan Kolmogorov Smirnov pada variabel lebih besar dari nilai signifikan ($\alpha = 0.05$), dan berdasarkan tampilan output chart diatas dapat melihat grafik histogram maupun grafik plot. Dimana pada grafik histogram memberikan pola data distribusi normal, sedangkan pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *varian inflation factor* (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya diatas 0,1 atau 10% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan tabel 6 Dengan melihat hasil perhitungan kolinieritas seperti yang ada diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF untuk variabel harga jual sebesar 0,991 dan 1,009 nilai *tolerance* dan VIF

untuk variabel volume penjualan sebesar 0,943 dan 1,060 , nilai *tolerance* dan VIF untuk variabel biaya operasional sebesar 0,949 dan 1,050, sehingga seluruh variabel independen pada persamaan regresi mempunyai nilai *tolerance* < 1 dan VIF < 10 . Dengan demikian dapat dikatakan Ha diterima, yang berarti tidak terdapat kolinier yang berarti dalam hasil regresi untuk model sampel secara keseluruhan (full sample) atau dengan kata lain model regresi terhindar dari masalah multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Jika output *scatterplot* menunjukkan penyebaran butir-butir data yang berpola jelas, maka dapat diidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

Penyebaran butir-butir pada gambar 5 menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang jelas. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel penelitian bebas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengujian diatas pada tabel 8 didapati nilai DW (Durbin Watson) adalah 1,962. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel (n) 36 dan jumlah variabel independen 3 (K=3), maka diperoleh nilai du 1,653. Nilai DW $> du$ yaitu $1,962 > 1,653$ dan kurang dari $(4-du) =$

2,347, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel 10 diatas, maka dibawah ini adalah persamaan regresi linear berganda pada rumus sebagai berikut:

$$Y = 28,256 + 5,330X_1 + 4,771X_2 - 0,105X_3$$

- Harga Jual (X_1) = (5,330)

Koefisien regresi variabel Harga Jual (X_1) sebesar 5,330 ; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Harga Jual mengalami kenaikan 1%, maka Profitabilitas (Y') akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 5,330. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Harga Jual dengan Profitabilitas, semakin naik Harga Jual maka semakin meningkat Profitabilitas.

- Volume Penjualan (X_2) = (4,771)

Koefisien regresi variabel Volume Penjualan (X_2) sebesar 4,771 ; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Volume Penjualan mengalami kenaikan 1%, maka Profitabilitas (Y') akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 4,771. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Volume Penjualan dengan Profitabilitas, semakin naik Volume Penjualan maka semakin meningkat Profitabilitas.

- Biaya Operasional (X_3) = (-0,105)

Koefisien regresi variabel Biaya Operasional (X_3) sebesar -0,105 ; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Biaya Operasional mengalami kenaikan 1%, maka Profitabilitas (Y') akan mengalami

penurunan sebesar Rp.105. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Biaya Operasional dengan Profitabilitas, semakin naik Biaya Operasional maka semakin turun Profitabilitas.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Jika nilai *Adjusted R2* bernilai besar (mendeteksi 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Sugiyono, 2010).

Berdasarkan hasil pada tabel 11 diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,840 atau sebesar 84,0 % yang dilihat pada kolom *Adjusted R2* yang berarti profitabilitas dapat dijelaskan oleh 3 variabel bebas yaitu harga jual, volume penjualan dan biaya operasional. Sedangkan sisanya 16,0% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Statistik t (Pengujian Parsial)

- Variabel harga jual (X_1)

Hasil pengujian secara parsial pada variabel harga jual produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,243 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Jadi diperoleh nilai t_{hitung} 3,243 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 > 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya variabel harga jual (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel profitabilitas (Y).

- Variabel Volume Penjualan (X_2)

Hasil pengujian secara parsial pada variabel volume penjualan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,648 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012. Jadi diperoleh nilai t_{hitung} ,2,648 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya variabel volume penjualan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel profitabilitas (Y).

- Variabel Biaya Operasional (X_3)

Hasil pengujian secara parsial pada variabel biaya operasional diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,156 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029. Jadi diperoleh nilai t_{hitung} 2,156 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 < 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya variabel biaya operasional (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel profitabilitas (Y).

Hasil Uji Statistik F (Pengujian Simultan)

Dari tabel diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,376 dengan nilai signifikan 0,002. Sehingga dari hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 6,376 > F_{tabel} 3,29 dengan signifikansi 0,002 < 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga jual, volume penjualan dan biaya operasional secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan laba sehingga dapat

dikatakan selayak untuk dilakukan penelitian.

Pembahasan

Pengaruh harga jual produk terhadap profitabilitas perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) ditolak yaitu hasil uji statistik secara parsial bahwa variabel harga jual (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh hasil SPSS 20.0 pada tabel 12 untuk variabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,243 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Jadi diperoleh nilai t_{hitung} 3,243 < nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 > 0,05, maka H_a ditolak dan H_o diterima yang artinya variabel harga jual (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel profitabilitas (Y).

Hal ini mengindikasikan bahwa harga jual produk membawa dampak pada profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi harga jual maka semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan.

Pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H_2) diterima yaitu hasil uji statistik secara parsial bahwa variabel volume penjualan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh hasil SPSS 20.0 pada tabel 12 untuk variabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,648 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012. Jadi diperoleh nilai t_{hitung} 2,648 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi

sebesar $0,012 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel volume penjualan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel profitabilitas (Y).

Hal ini mengindikasikan bahwa volume penjualan dalam kegiatan operasionalnya perusahaan mampu meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya menghasilkan laba yang optimum dari penjualan.

Pengaruh biaya operasional terhadap profitabilitas perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H_3) diterima yaitu hasil uji statistik secara parsial bahwa variabel biaya operasional (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh hasil SPSS 20.0 pada tabel 12 untuk variabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,156 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029. Jadi diperoleh nilai t_{hitung} 2,156 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel biaya operasional (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel profitabilitas (Y).

Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dalam biaya operasional mampu meminimalkan pengeluaran yang terjadi dalam kegiatan perusahaan. Hal ini berarti semakin rendah biaya operasional maka semakin tinggi laba yang diperoleh dan sebaliknya.

Pengaruh harga jual produk, volume penjualan dan biaya operasional terhadap profitabilitas perusahaan

Hasil pengujian hipotesis keempat bahwa variabel harga jual produk, volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Dari hasil uji F yang telah dilakukan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,376 dengan nilai signifikansi 0,002. Sehingga dari hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 6,376 > F_{tabel} 3,29 dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga jual, volume penjualan dan biaya operasional secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan laba sehingga dapat dikatakan layak untuk dilakukan penelitian.

Dan berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,840 atau 84,0% yang berarti profitabilitas dapat dijelaskan oleh 3 variabel bebas yaitu harga jual, volume penjualan dan biaya operasional. Sedangkan sisanya 16,0% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Menurut hasil uji parsial (uji t), variabel Harga Jual Produk diperoleh nilai t_{hitung} 3,243 < nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 > 0,05$.

- Hal ini berarti variabel Harga Jual Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
- Menurut hasil uji parsial (uji t), variabel Volume Penjualan diperoleh nilai t_{hitung} 2,648 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$. Hal ini berarti variabel Volume Penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
 - Menurut hasil uji parsial (uji t), variabel Biaya Operasional diperoleh nilai t_{hitung} 2,156 > nilai t_{tabel} sebesar 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$. Hal ini berarti variabel Biaya Operasional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
 - Menurut hasil uji simultan (uji F), variabel Harga Jual Produk, Volume Penjualan dan Biaya Operasional diperoleh tingkat signifikansi $0,002 < 0,050$, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT. Prisma Danta Abadi.

Saran

Penelitian ini telah dirancang dan dilakukan dengan baik, namun hasil dari penelitian ini masih memiliki keterbatasan oleh karenanya saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada peneliti selanjutnya untuk memperbaiki penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- Disarankan kepada perusahaan untuk lebih meningkatkan pendapatan usaha khususnya pada harga jual, volume penjualan dan biaya operasional untuk kedepannya agar dapat memperoleh laba yang maksimal.
- Penelitian selanjutnya harus dapat memperhatikan faktor-faktor lainnya selain harga jual, volume penjualan dan biaya operasional yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
- Objek pada penelitian selanjutnya menggunakan objek yang lebih luas, tidak hanya pada satu perusahaan tetapi perusahaan lain yang menaungi dibidang distributor.

DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson Anthony, Robert S.Kaplan, Ella Mae Matsumura, S.Mark Young. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Agus Putu Semara Jaya. 2015. Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual terhadap Volume Penjualan Dupa pada Putra Mas di Desa Bulian Tahun 2010-2014.
- David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap Sofyan Safri. 2012. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Halim Abdul, Bambang Supomo, Muhammad Syam Kususfi. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BFEE-Yogyakarta.
- Hansen, Don R, Mowen, Maryanne M. 2001. *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ismail Ressa. 2013. Hubungan Biaya-Volume-Laba pada Perum Bulog Sub Divre Wilayah 1 Ternate. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE). Volume 5 No. 1. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong tan. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok GRAMEDIA.
- Kusnadi, 2000. *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. Malang, Unibraw.
- Oktavia Rina. 2015. *Pengaruh Biaya Operasional dan Modal Kerja terhadap Profitabilitas pada PT. Fika Abadi Mandiri*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 5 No. 2. Bandar Lampung: Universitas Bandar. Lampung.
- Pristyo Melvin. 2013. *Pengaruh Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan pada UD.Eka Jaya di Surabaya*. E-Jurnal Kewirausahaan. Volume 1 No. 1. Surabaya: Universitas Widya Kartika (UWIKI).
- Purwanti Ari, Prawironegoro Darsono. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rustami Putu, I Ketut Kirya, Wayan Cipta. 2014. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis*. E-Jurnal Jurusan Manajemen. Volume 2. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Santoso, Iman. 2007. *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate Accounting)*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, Syofian. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Supriyono, 2010. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sugianto, Mikael. 2012. *Mengolah Data Bisnis dengan SPSS 20.0*. Jakarta: PT. Elex Medra Komputindo.