

**PENGARUH BIAYA PENJUALAN DAN BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. KIMIA FARMA (PERSERO), TBK PERIODE 2010 - 2016**

**Muhammad Iqbal  
Seni Amelia**

Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Bale Bandung

**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk Periode 2006-2015. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen yang kemudian dilakukan uji hipotesis t serta uji hipotesis f untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruhnya. Adapun populasi penelitian ini yaitu laporan keuangan tahunan publikasi PT. Kimia Farma (Persero), Tbk serta sampel diambil selama 7 tahun yaitu periode 2010-2016. Berdasarkan hasil analisis bahwa secara simultan Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas dengan hasil Koefisien Determinasi sebesar 82,8% dan sisanya sebesar 17,2% merupakan variabel lain yang turut mempengaruhi Profitabilitas tetapi tidak diteliti. Adapun secara parsial Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

**Kata kunci:** Biaya Penjualan, Biaya Administrasi dan Umum, Profitabilitas

**I. Pendahuluan**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Kegiatan produksi dan distribusi pada umumnya dilakukan untuk memperoleh laba (Soemarso, 2009). Dalam menjalankan kegiatannya setiap perusahaan selalu diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan bagi para pemegang sahamnya atau kepada pemilik perusahaan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan tersebut. Semakin tinggi tingkat profitabilitasnya maka kinerja perusahaan menjadi semakin baik.

Secara teoritis, profitabilitas adalah merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia bahwa profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan per saham, dan laba penjualan. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan. Demikian pula R. Agus Sartono (2010:122) yang menyatakan bahwa: "Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri."

Penelitian ini dilaksanakan terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri bahan dasar dan kimia. Berdasarkan informasi bahwa total laba komprehensif emiten industri

dasar dan kimia mencatatkan kenaikan tertinggi yakni sebesar 67,9% jika dibandingkan sektor lainnya. Di sisi lain, kinerja keuangan sektor pertambangan di tahun ini mampu membukukan laba Rp3,44 triliun jika dibandingkan di 2014 yang tercatat mengalami kerugian Rp1,03 triliun karena dampak dari penurunan harga komoditas dunia di tahun tersebut. (<https://www.pasardana.id/news/2016/6/4/2015>). Namun pada salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri bahan dasar dan kimia ini yaitu PT. Kimia Farma (Persero), Tbk berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan penulis melalui laporan keuangan yang dipublikasikan, bahwa selama 10 (sepuluh) periode laba bersih yang diperolehnya mengalami fluktuasi kenaikan maupun penurunan, bahkan dari tahun 2011 mengalami penurunan apalagi pada tahun 2014 dan 2015 mengalami kerugian. Berikut laba bersih PT. Kimia Farma (Persero), Tbk selama periode 2006-2015:

**Tabel 1.1**  
**Perolehan Laba Bersih**  
**PT. Kimia Farma (Persero), Tbk**  
**Periode 2010 - 2016**

(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Laba Bersih	Perubahan		Keterangan
		Rp	%	
2010	138,716	-	0,00	
2011	171,763	33,047	23,82	Naik
2012	205,764	34,001	19,80	Naik
2013	215,642	9,878	4,80	Turun
2014	236,531	20,889	9,69	Naik
2015	200,520	(36,011)	-15,22	Turun
2016	246,893	46,373	23,13	Naik
<b>Rata-rata</b>	<b>202,261</b>	<b>15,454</b>	<b>9,43</b>	Naik

Sumber : Laporan keuangan, data diolah kembali

Tabel diatas memberikan informasi bahwa laba bersih yang diperoleh PT. Kimia Farma (Persero), Tbk selama periode 2010-2016 mengalami fluktuasi kenaikan maupun penurunan dengan rata-rata sebesar 202,261 milyar rupiah, namun dari tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan yaitu minus 36,011 milyar rupiah atau turun sebesar 15,22 persen, dan mengalami kenaikan kembali di tahun 2016 sebesar 46,373 milyar rupiah atau sebesar 23,13 persen dari tahun sebelumnya. Selama 7 tahun rata-rata fluktuasinya sebesar 15,454 milyar rupiah atau sebesar 9,43 persen dengan rata-rata fluktuasi mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut belum optimal mengelola biaya dengan baik atau kurang efisien dalam mengeluarkan biaya dalam menjalankan kegiatan operasinya.

Keuntungan yang diperoleh perusahaan ini menurut asumsi peneliti bahwa disebabkan oleh biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum yang mengalami fluktuasi selama tahun 2010 hingga tahun 2016. Namun untuk mengetahui hasilnya, perlu dilakukan penelitian secara ilmiah dan mendalam.

Biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum termasuk sebagai biaya operasional perusahaan, sehingga biaya ini akan menentukan terhadap naik turunnya keuntungan yang diperoleh perusahaan. Biaya penjualan yang semula pada tahun 2010 sebesar 4,37 milyar rupiah terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2014 menjadi sebesar 1.099,83 milyar rupiah namun mengalami penurunan kembali sampai dengan tahun 2016 menjadi sebesar 873,99 milyar rupiah. Demikian pula biaya administrasi dan umum yang semula pada tahun 2010 sebesar 321,24 milyar rupiah terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2016 menjadi sebesar 545,41 milyar rupiah. (sumber : Laporan keuangan tahunan PT. Kimia Farma (Persero), Tbk periode 2010-2016).

Hal ini menurut asumsi penelitim faktor paling dominan yang menentukan profitabilitas perusahaan. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Meiza Efilia pada tahun 2014 serta penelitian yang dilakukan oleh Julianti pada tahun 2014 terhadap perusahaan sektor industri bahan dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) bahwa biaya operasional

berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Lebih spesifik lagi penelitian yang dilakukan oleh Pardi dan Yekti Wijayanti pada tahun 2010 terhadap perusahaan manufaktur sub sektor dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) bahwa biaya administrasi dan umum berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.

Biaya berpengaruh terhadap laba perusahaan dikemukakan oleh Kholmi dan Yuningsih (2009) bahwa biaya adalah pengurangan pada aktiva netto sebagai akibat digunakannya jasa-jasa ekonomi untuk menciptakan penghasilan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan member manfaat saat sekarang atau di masa yang akan datang. Menurut Simamora (2012) biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi, dalam hal ini, perusahaan. Jadi menurut beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan seperti menurut Hansen dan Mowen (2001) bahwa biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna untuk memberikan suatu manfaat yaitu peningkatan laba.

Menurut Mulyadi (2012) bahwa : "Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel. Biaya pemasaran dalam arti sempit dibatasi artinya sebagai biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Sedangkan biaya pemasaran dalam arti luas meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai"

Supriyono (2001:250) mengatakan bahwa salah satu penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan aktivitas perusahaan (*Cost Classified Accounting to the Function of Business Activity*) fungsi biaya administrasi dan umum adalah : "Fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna dan berdaya guna".

Atas dasar hal diatas berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang relevan serta pernyataan para ahli, maka hal ini dijadikan bahan sebagai referensi dalam melakukan penelitian ini. Peneliti ingin mengetahui sejauhmana perusahaan dalam memperoleh laba bersihnya dengan melakukan penjualannya. Sehingga perlu dilakukan perhitungan dengan menggunakan rasio profitabilitas yaitu rasio *Net Profit Margin* (NPM) yang diasumsikan bahwa profitabilitas dipengaruhi oleh biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Sehingga penulis mengambil judul penelitian ini yaitu : "**Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk Periode 2010 - 2016**".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Biaya Penjualan terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk.
2. Bagaimana pengaruh Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk.
3. Bagaimana pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk.

## **II. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis**

### **2.1 Biaya Penjualan**

Mulyadi (2012) dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Biaya mengatakan bahwa : "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus kas atau berkurangnya aktiv atau terjadinya penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanaman modal".

Menurut Kholmi dan Yuningsih (2009) mengutip pengertian biaya menurut AICPA yaitu : "Biaya adalah pengurangan pada aktiva netto sebagai akibat digunakannya jasa-jasa ekonomi untuk menciptakan penghasilan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan member manfaat saat sekarang atau di masa yang akan datang".

Selanjutnya penjualan menurut Irham Fahmi (2012:99) dalam bukunya yang berjudul Analisis Laporan Keuangan, mendefinisikan: "Penjualan merupakan penghasilan utama dari perusahaan dagang, perusahaan jasa, dan perusahaan industri berupa hasil penjualan barang atau jasa kepada pembeli, langganan, penyewa dan pemakai jasa lainnya".

Sedangkan menurut Hery (2013:112) dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Perusahaan Jasa dan Dagang, mendefinisikan: "Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan kredit".

Kemudian biaya penjualan menurut Henry Simamora (2012), dalam bukunya Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis adalah: "Biaya penjualan (*selling costs*) meliputi semua biaya yang berkaitan dengan pencarian dan pemenuhan pesanan pelanggan. Dengan demikian, biaya penjualan meliputi biaya periklanan, biaya riset pasar, gaji wiraniaga, penyusutan mobil dan perlengkapan kantor yang dipakai oleh bagian penjualan, dan biaya penyimpanan dan pengiriman barang-barang jadi".

Menurut Soemarso S.R, dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Suatu Pengantar (2009), pengertian biaya penjualan adalah : "Biaya penjualan adalah semua biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan menjual dan memasarkan barang seperti kegiatan promosi, penjualan dan pengangkutan barang-barang yang dijual".

Biaya penjualan merupakan bagian dari biaya pemasaran. Menurut Mulyadi (2012) bahwa : "Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel. Biaya pemasaran dalam arti sempit dibatasi artinya sebagai biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Sedangkan biaya pemasaran dalam arti luas meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai".

## **2.2 Biaya Administrasi dan Umum**

Menurut Supriyono (2011) dalam bukunya "Akuntansi Biaya" adalah : "Biaya administrasi dan umum merupakan Semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi umum".

Selanjutnya menurut Mulyadi (2012) dalam buku Akuntansi Biaya adalah : "Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya fotocopy".

Mulyadi mengklasifikasikan biaya diantaranya adalah biaya administrasi dan umum yang merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

Hal senada juga dikemukakan oleh Adi Saputra (2014) bahwa : "Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat biaya pemeriksanaan akuntan, biaya fotocopy".

Menurut Siregar dkk (2013:25) bahwa : "Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan untuk memproduksi barang jadi".

## **2.3 Profitabilitas**

Menurut R.Agus Sartono (2010:122) yang menyatakan bahwa : "Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri."

Menurut Rizal A (2010) menyatakan definisi profitabilitas bahwa : "Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba

atas pengelolaan asset perusahaan yang merupakan perbandingan antara *carring after tax* dengan Total assets”.

Menurut Simanjuntak (2011) menyatakan bahwa : “Profitabilitas dapat menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek dimasa yang akan datang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidupnya lebih terjamin”.

Sedangkan Menurut Michelle & Megawati (2005) bahwa : “Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan.

Menurut Irham Fahmi, dalam bukunya Analisa kinerja keuangan (2012 : 68), mengungkapkan bahwa : “Rasio Profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi, semakin baik rasio Profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan”.

Menurut Kasmir, dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan (2012:196), mengungkapkan bahwa : “Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”.

Menurut Warner R murhadi, dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan ( 2012 : 63), mengungkapkan bahwa : “Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*) menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan”.

Selanjutnya menurut Hartono dan Sitohang (2009) mendefinisikan rasio profitabilitas bahwa : “Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut”.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau keuntungan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan, semakin baik rasio Profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Adapun dalam penelitian ini, rasio profitabilitas yang digunakan adalah Net profit margin. Net profit margin merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan (Warsono,2012). Besarnya perhitungan margin laba bersih menunjukkan seberapa besar laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu. Berikut adalah rumus Net Profit Margin (NPM) :

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Keterangan / Hasil
1	Pardi dan Yekti Wijayanti (2010)	Pengaruh piutang, persediaan dan biaya administrasi dan umum terhadap perubahan laba (studi pada perusahaan manufaktur sub sektor dasar dan kimia yang terdaftar di BEI)	Piutang, persediaan dan biaya administrasi dan umum berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba
2	Meiza Efilia (2014)	Pengaruh pendapatan usaha dan beban operasional terhadap laba bersih pada perusahaan kimia dan keramik, porselin & kaca yang terdaftar di BEI periode 2008-2012	Beban operasional (yang didalamnya terdapat biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

3	Julianti (2014)	Pengaruh biaya operasional dan struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sub sektor industri bahan dasar & kimia yang terdaftar di BEI periode 2010-2012	Biaya operasional (yang didalamnya terdapat biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas
4.	Tri Ilma Agustin (2013)	Pengaruh biaya operasional terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012.	Biaya operasional (yang didalamnya terdapat biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Yang diteliti terdapat perusahaan industri dasar & kimia
5.	Wiwin Juliyanti (2015)	Analisis pengaruh Biaya Operasional, Harga Jual, dan Volume Penjualan terhadap Profitabilitas pada PT. Semen Indonesia (persero) Tbk	Biaya operasional (yang didalamnya terdapat biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) berpengaruh terhadap profitabilitas tetapi tidak signifikan. PT. Semen Indonesia (persero) Tbk. Merupakan perusahaan sektor industri dasar & kimia
6.	Ahmed Muneeb Mehta (2014)	<i>Impact operating expenses on net profit margin in cemen sector of Pakistan</i>	<i>Operating expenses</i> (yang didalamnya terdapat biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) berpengaruh negatif terhadap NPM
7.	Yahya Bayazidi, Enayatollah Homaie Rad, Mehdi Mojahedian, Mehdi Toroski, Azita Nabizadeh, Parna Farahmand, Banafshe Felezi Nasiri, (2016)	<i>The impact of research and development and marketing costs on the profitability of pharmaceutical companies of Tehran Stock Exchange using panel data 2001-2013</i>	<i>Marketing cost</i> (termasuk biaya penjualan) berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian ini pada perusahaan industri farmasi (kimia)

Sumber : Jurnal penelitian yang dipublikasikan

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan pada matriks konsep variabel sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Konsep Variabel Kerangka Pemikiran**

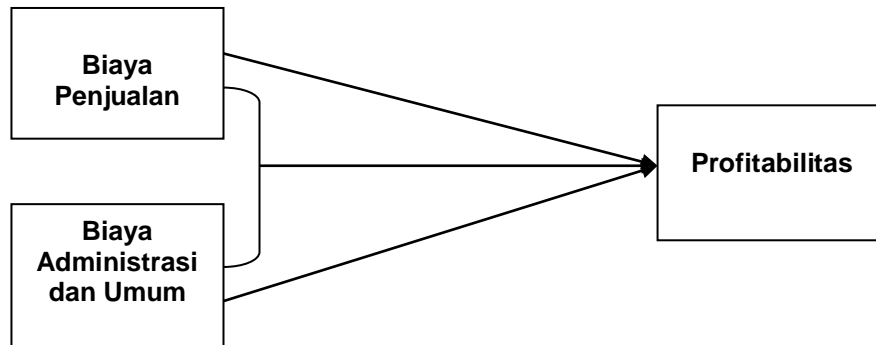
1. Teori Penghubung				
1.a Pengaruh Biaya Penjualan terhadap Profitabilitas				
No	Pakar / Pengarang	Media / Tahun	Judul / Penerbit	Hasil Tulisan / Pernyataan
a.	Mulyadi	Buku / 2012	Akuntansi Biaya / UPP-STIM YKPN, Yogyakarta	Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya

				sampel. Biaya pemasaran dalam arti sempit dibatasi artinya sebagai biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Sedangkan biaya pemasaran dalam arti luas meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai
b.	Kholmi dan Yuningsih	Buku / 2009	Akuntansi Biaya / UMM Press, Malang	Biaya adalah pengurangan pada aktiva netto sebagai akibat digunakannya jasa-jasa ekonomi untuk menciptakan penghasilan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat sekarang atau di masa yang akan datang
<p><b>Kesimpulan :</b>                  Biaya pemasaran dalam hal ini biaya penjualan merupakan pengorbanan sumber daya / ekuivalen kas yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh manfaat dimasa mendatang yaitu keuntungan. Semakin tinggi biaya penjualan maka akan semakin tinggi pula profitabilitasnya.</p>				
<b>1.b. Pengaruh Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas</b>				
<b>No</b>	<b>Pakar / Pengarang</b>	<b>Media / Tahun</b>	<b>Judul / Penerbit</b>	<b>Hasil Tulisan / Pernyataan</b>
a.	Supriyono	Buku / 2011	Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok / BPFE, Yogyakarta	Fungsi biaya administrasi dan umum adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahannya, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna dan berdaya guna
b.	Hansen, Don R, dan Maryanne M. Mowen	Buku / 2004	Manajemen Biaya. Edisi 1. Terjemahan Benyamin	Biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikeluarkan oleh perusahaan

			Molan / Salemba Empat, Jakarta	untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna untuk memberikan suatu manfaat yaitu peningkatan laba
<p><b>Kesimpulan :</b> Biaya yang dikeluarkan perusahaan diantaranya biaya administrasi dan umum yang fungsinya berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi biaya administrasi dan umum maka akan semakin tinggi pula profitabilitasnya.</p>				
<b>2. Dimensi / Indikator Variabel</b>				
No	Variabel	Nama Pakar / Tahun	Media dan Judul / Penerbit	Hasil Tulisan / Pernyataan
a.	Biaya Penjualan	Mulyadi, 2012	Buku : Akuntansi Biaya / UPP-STIM YKPN, Yogyakarta	Biaya penjualan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar
<p><b>Simpulan :</b> Indikatornya adalah : biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam kegiatan menjual produk ke pasar</p>				
b.	Biaya Administasi dan Umum	Munandar, 2003	<i>Budgeting, Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja.</i> Edisi Ketiga / BPF, Yogyakarta	Yang termasuk biaya administrasi dan umum adalah : a. Gaji pegawai bagian administrasi b. Biaya tulis menulis c. Penyusutan atau depresi bangunan kantor d. Penyusutan atau depresi inventaris kantor e. Biaya telepon f. Biaya listrik g. Gaji pimpinan perusahaan dan staf, dan lain-lain
<p><b>Simpulan :</b> <b>Indikatornya adalah :</b> a. Gaji pegawai bagian administrasi b. Biaya tulis menulis c. Penyusutan atau depresi bangunan kantor d. Penyusutan atau depresi inventaris kantor e. Biaya telepon f. Biaya listrik g. Gaji pimpinan perusahaan dan staf, dan lain-lain</p>				
c.	Profitabilitas (NPM)	Warsono, 2011	Manajemen Keuangan Perusahaan / Banyumedia, Malang:	Net profit margin merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan
<p><b>Simpulan :</b> Indikatornya adalah : <math>NPM = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}</math></p>				



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, berikut bagan paradigma penelitiannya :



**Gambar 2.1**  
**Paradigma Penelitian**

**2.6 Hipotesis**

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Biaya Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk.
2. Biaya Administrasi dan Umum berpengaruh terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk.
3. Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum berpengaruh terhadap Profitabilitas pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk.

**III Objek Dan Metode Penelitian**

**3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas. Adapun variabel bebas (*variabel independen*) dalam penelitian ini adalah Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum, sedangkan variabel terikat (*variabel dependen*) adalah Profitabilitas.

**3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi empiris dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini menekankan pada data-data numerik (angka).

**3.2.1 Operasionalisasi variable**

Operasionalisasi variabel merupakan penarikan batasan yang lebih menjelaskan suatu variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, yang digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang akan diteliti. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator Variabel	Skala
Variabel bebas (X <sub>1</sub> ): Biaya Penjualan	Biaya penjualan adalah semua biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan menjual dan memasarkan barang seperti kegiatan promosi, penjualan dan pengangkutan barang-barang yang dijual. (Soemarso S.R, 2009)	Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar  (Mulyadi, 2012)	Rasio

Variabel bebas (X <sub>2</sub> ): Biaya Administrasi dan Umum	Biaya administrasi dan umum merupakan Semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi umum.  (Supriyono (2011))	a. Gaji pegawai bagian administrasi b. Biaya tulis menulis c. Penyusutan atau depresi bangunan kantor d. Penyusutan atau depresi inventaris kantor e. Biaya telepon f. Biaya listrik g. Gaji pimpinan perusahaan dan staf, dan lain-lain  (Munandar, 2003,187)	Rasio
Variabel terikat (Y): Profitabilitas	Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.  (Kasmir, 2012)	Net profit margin merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan. (Warsono,2011)  Rumus : NPM= (Laba Bersih Setelah Pajak : Penjualan Bersih) x 100%	Rasio

### 3.2.2 Populasi Dan Sampel

Sugiyono (2012:80) menyatakan bahwa : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas : objek/subjek yang menjadi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu laporan keuangan tahunan PT. Kimia Farma (Persero), Tbk. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012) bahwa: “*purposive sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. dalam metode ini sampel diambil dengan kriteria atau ciri-ciri khusus yang memiliki hubungan erat dengan kriteria atau ciri-ciri populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan tahun 2010 sampai dengan 2016 atau selama 7 (tujuh) periode.

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

1. Studi Kepustakaan (*library research*)

Yaitu pengumpulan data-data dari literature, sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah, membaca, dan mempelajari buku-buku untuk memperoleh data-data dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan pengaruh Biaya Penjualan dan *Biaya Administrasi dan Umum* terhadap Profitabilitas.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti data yang diperoleh lewat orang lain, lewat dokumen, atau melalui media lainnya. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan tahunan yang dipublikasi, yaitu neraca dan laporan laba rugi.

### 3.2.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model regresi yang digunakan menjadi model *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)*. Sehingga model tersebut dapat digunakan untuk keperluan estimasi serta mengurangi bias data. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Penjelasan untuk uji asumsi klasik dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Uji Normalitas

Metode yang digunakan adalah dengan melihat distribusi normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Menurut Ghazali (2013:160) dalam bukunya Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 21, mengungkapkan bahwa : “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”.

Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

#### 2. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas.

Ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi timbul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (DW).

Durbin-Watson, dengan hipotesis yang akan diuji adalah :

$H_0$  : Tidak ada autokorelasi ( $r=0$ )

$H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

### 3.3 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

#### 3.3.1 Rancangan Analisis

Dalam memperoleh hasil penelitian, diperlukan adanya sebuah perancangan untuk melakukan analisis pada data yang telah dikumpulkan. Adapun rancangan analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear regresi berganda digunakan peneliti, bila peneliti ingin mengetahui keadaan naik turunnya variabel yang diteliti. Hal ini senada dengan pendapat Sugiyono (2015:275) bahwa : “Analisis regresi berganda digunakan bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik/turunnya) *variabel independen*, bila dua atau lebih *variabel independen* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah *variabel independennya* minimal 2”.

##### 2. Analisis Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk menghitung nilai keeratan hubungan antar variabel, maka dihitung koefisien korelasi baik korelasi secara parsial antara variabel  $X_1$  dengan Y,  $X_2$  dengan Y maupun korelasi ganda antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan Y.

### 3. Analisis Koefisien Determinasi

Setelah nilai koefisien korelasi diketahui, maka dilakukan uji koefisien determinasi. Koefisien determinasi adalah untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam persen (%).

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika  $K_d$  mendekati nol (0), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
2. Jika  $K_d$  mendekati satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

#### 3.3.2 Pengujian Hipotesis

Uji t statistik digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas, secara individu. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis menurut sugiyono diringkas sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis parsial antara variabel bebas Biaya Penjualan terhadap Profitabilitas

Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_1 = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif Biaya Penjualan terhadap Profitabilitas.

$H_a : \beta_1 \neq 0$  Terdapat pengaruh positif Biaya Penjualan terhadap Profitabilitas.

- b. Menentukan hipotesis parsial antara variabel bebas Biaya Administrasi dan Umum terhadap variabel terikat Profitabilitas

Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_1 = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas.

$H_a : \beta_1 \neq 0$  Terdapat pengaruh positif Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas

- c. Menentukan hipotesis silmultan variabel bebas Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum secara bersama-sama terhadap Profitabilitas.

Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_3 = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif antara Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas.

$H_a : \beta_3 \neq 0$  Terdapat pengaruh positif antara Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas.

- d. Menentukan tingkat signifikan

Ditentukan dengan 5% dari derajat bebas ( $dk$ ) =  $n-k-1$ , untuk menentukan  $t_{tabel}$  sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat yang digunakan adalah 0,05 atau 5% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel-variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikansi yang umum digunakan dalam status penelitian.

- e. Menghitung nilai  $t_{hitung}$

Untuk mencari nilai  $t_{hitung}$  maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan program SPSS yang hasilnya dilihat pada tabel output hasil perhitungan regresi.

- f. Menghitung nilai  $F_{hitung}$

Untuk mencari nilai  $F_{hitung}$  maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan program SPSS yang hasilnya dilihat pada tabel uji Anova<sup>a</sup>.

Kriteria pengujian dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  yaitu :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  untuk koefisien positif, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (berpengaruh)

2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  untuk koefisien negatif, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (berpengaruh)

3. Jika nilai  $F - Sig < \beta 0,5$  maka  $H_0$  ditolak.

Hasil analisis dan pengujian hipotesis, tingkat signifikannya adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ) artinya jika hipotesis nol ditolak atau diterima dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil penarikan dari kesimpulan mempunyai kebenaran 95%, dan hal ini menunjukkan adanya pengaruh atau tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.

#### IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

##### 4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

###### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	Y
N		7	7	7
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	844847.7143	407904.5714	4766.5714
	Std. Deviation	219641.58720	77172.36496	529.36561
	Absolute	.162	.176	.209
Most Extreme Differences	Positive	.123	.176	.209
	Negative	-.162	-.131	-.196
Kolmogorov-Smirnov Z		.429	.467	.553
Asymp. Sig. (2-tailed)		.993	.981	.920

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil diatas maka terlihat pada tabel uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov dengan Asymp. Sig. (2-tailed) bahwa ketiga variabel nilainya berada diatas 0,05 atau 5%. Dengan demikian semua data pada ketiga variabel dinyatakan berdistribusi normal.

###### 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Tes Multikolinearitas**

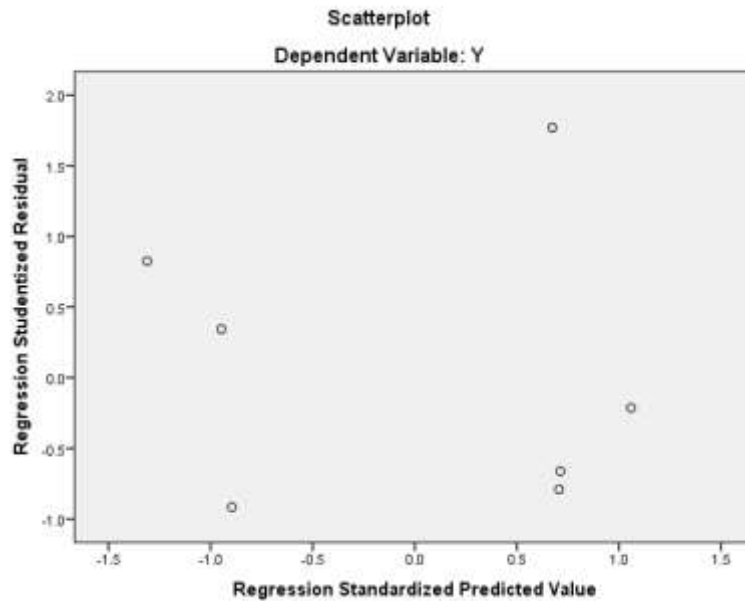
###### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	.836	1.196
X2	.836	1.196

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil output diatas dengan menggunakan besaran *tolerance* (a) dan *variance inflation factor* (VIF) jika menggunakan  $\alpha/\text{tolerance} = 10\%$  maka  $VIF = 10$ . Dari hasil output VIF dihitung dari kedua variabel adalah  $1,196 < VIF = 10$  (hasil yang didapat lebih kecil dari nilai VIP) dan semua tolerance variabel bebas 0,836 (83,6%) yaitu diatas 10% atau dibawah 0,90 (90%), dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4.1**  
**Hasil Scatterplot**

Dari hasil output gambar *scatterplot* diatas, didapat titik menyebar di bawah serta diatas titik nol serta di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur dan tidak jelas. Maka dapat disimpulkan variabel bebas di atas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas. Dari data diatas tidak beraturan maka tidak ada gejala heteroskedastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.3**  
**Tabel Hasil Run Test untuk Uji Autokorelasi**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-44.87836
Cases < Test Value	3
Cases >= Test Value	4
Total Cases	7
Number of Runs	7
Z	1.758
Asymp. Sig. (2-tailed)	.079

a. Median

Berdasarkan hasil Uji *Run Test* diatas bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah sebesar 0,079 (7,9%) diatas 0,05 (5%), sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.2 Hasil Analisis

##### 1. Analisis Koefisien Korelasi

###### a. Koefisien Korelasi Parsial

Berikut adalah hasil perhitungan koefisien korelasi *Product Moment* dengan menggunakan software SPSS Versi 20 :

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Korelasi Parsial**  
**Correlations**

		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.405	.611
	Sig. (2-tailed)		.367	.145
	N	7	7	7
X2	Pearson Correlation	.405	1	-.368
	Sig. (2-tailed)	.367		.416
	N	7	7	7
Y	Pearson Correlation	.611	-.368	1
	Sig. (2-tailed)	.145	.416	
	N	7	7	7

**b. Koefisien Korelasi Ganda**

Berikut adalah hasil perhitungan koefisien korelasi ganda dengan menggunakan software SPSS Versi 20 :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis Korelasi Ganda**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 <sup>a</sup>	.828	.742	268.77948

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Adapun tabel korelasi sebagai pedoman dalam menentukan kuat tidaknya korelasi antar variabel adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Interprestasi Terhadap Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012)

Dilihat dari dua tabel perhitungan korelasi diatas, menunjukkan bahwa :

1. Korelasi antara Biaya Penjualan dengan Profitabilitas secara parsial adalah sebesar 0,611. Berdasarkan tabel kriteria korelasi, termasuk pada nilai korelasi antara 0,60-0,799 mempunyai hubungan yang sedang. Karena hasilnya positif, maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Biaya Penjualan akan diikuti oleh kenaikan Profitabilitas.
2. Korelasi antara Biaya Administrasi dan Umum dengan Profitabilitas secara parsial adalah sebesar -0,368. Berdasarkan tabel kriteria korelasi, termasuk pada nilai korelasi antara 0,20 – 0,399 mempunyai hubungan yang rendah. Karena hasilnya negatif, maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Biaya Administrasi dan Umum akan diikuti oleh penurunan Profitabilitas.
3. Korelasi antara Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas adalah sebesar 0,910 Berdasarkan tabel kriteria korelasi, termasuk pada nilai korelasi antara 0,80-1,000 mempunyai hubungan yang sangat kuat. Karena nilainya positif, maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum secara bersama-sama, akan diikuti oleh kenaikan Profitabilitas.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4975.969	623.363		7.982	.001
	X1	.002	.001	.910	4.014	.016
	X2	-.005	.002	-.737	-3.251	.031

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas, jadi didapat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4975,969 + 0,002X_1 - 0,005X_2$$

Keterangan :

- Konstanta dengan nilai 4975,969 menunjukkan bahwa apabila terdapat variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2 = 0$ ), maka Profitabilitasnya adalah sebesar 4975,969.
- $b_1$  sebesar 0,002 hasilnya positif, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Biaya Penjualan sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan Profitabilitas sebesar 0,002 dengan asumsi variabel lain tetap.
- $b_2$  sebesar 0,005 hasilnya negatif, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Biaya Administrasi dan Umum sebesar 1% akan diikuti oleh penurunan Profitabilitas sebesar 0,005 dengan asumsi variabel lain tetap.

## 3. Analisis Uji Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas

### a. Pengaruh Biaya Penjualan ( $X_1$ ) terhadap Profitabilitas (Y)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa t-hitung untuk Biaya Penjualan adalah 4,014, pada t tabel dengan dk 4 ( $n-3 = 7-3$ ) dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 2,776 karena t-hitung < t-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian keputusan yang diambil bahwa Biaya Penjualan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Y). Pada kolom sig. diatas dapat dilihat nilai signifikansi uji-t sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil dengan tingkat signifikansinya bahwa Biaya Penjualan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Y).

### b. Pengaruh Biaya Administrasi dan Umum ( $X_2$ ) terhadap Profitabilitas (Y)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa thitung untuk Biaya Administrasi dan Umum adalah -3,251, pada t tabel dengan dk 4 ( $n-3 = 7-3$ ) dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 2,776 karena t-hitung > t-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian keputusan yang diambil bahwa Biaya Administrasi dan Umum ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Y). Pada kolom sig. diatas dapat dilihat nilai signifikansi uji-t sebesar 0,031 lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil dengan tingkat signifikansinya bahwa Biaya Penjualan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Y).

### c. Pengaruh secara simultan Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas :

Untuk mengetahui Pengaruh secara simultan Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas , dihitung koefisien determinasi. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:



$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,910^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,828 \times 100\%$$

$$KD = 82,8\%$$

Dengan menggunakan SPSS Versi 20, maka didapat hasil output sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R-Square)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 <sup>a</sup>	.828	.742	268.77948

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari tabel diatas, diketahui nilai R Square sebesar 0,828. Nilai R Square menunjukkan nilai koefisien determinasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai KD = 0,828 (82,8%). Artinya, Profitabilitas dipengaruhi oleh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum sebesar 82,8%.

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh tersebut, berikut adalah pengujian dengan menggunakan *software* SPSS versi 20 :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Perhitungan Uji F**  
**Pengaruh X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1392398.078	2	696199.039	9.637	.030 <sup>b</sup>
	Residual	288969.636	4	72242.409		
	Total	1681367.714	6			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Pengambilan Keputusan :

Jika f hitung < f tabel atau probabilitas > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima.

Jika f hitung > f tabel atau probabilitas < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak.

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai F-hitung adalah 9,637, sedangkan F-tabel dapat diperoleh dengan tabel F derajat bebas yaitu residual 4 dan regresi 2 dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh F-tabel sebesar 6,94. Karena F-hitung > F-tabel, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya kedua variabel bebas yang terdiri dari Biaya Penjualan (X<sub>1</sub>) dan Biaya Administrasi dan Umum (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Y). Dari tabel ANOVA<sup>a</sup> diatas dapat dilihat nilai signifikansi uji-f sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil dengan tingkat signifikansinya bahwa Biaya Penjualan (X<sub>1</sub>) dan Biaya Administrasi dan Umum (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Y).

## V. Simpulan dan Saran

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dikemukakan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Biaya Penjualan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini bahwa hasil  $t$  hitung lebih besar dari  $t$ -tabel, sehingga keputusan yang diambil bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Profitabilitas dapat ditentukan oleh Biaya Penjualan pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk. Biaya Penjualan memiliki regresi serta berkorelasi positif terhadap Profitabilitas, artinya semakin naik biaya penjualan maka semakin naik tingkat profitabilitas, demikian pula sebaliknya.
2. Biaya Administrasi dan Umum secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$ -tabel, sehingga keputusan yang diambil bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Profitabilitas dapat ditentukan oleh Biaya Administrasi dan Umum pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk. Biaya Administrasi dan Umum memiliki regresi serta berkorelasi negatif terhadap Profitabilitas, artinya semakin naik biaya administrasi dan umum maka semakin rendah tingkat profitabilitas, demikian pula sebaliknya.
3. Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas yaitu  $f$ -hitung lebih besar dari  $f$ -tabel, sehingga keputusan yang diambil bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Profitabilitas secara bersama-sama dapat ditentukan oleh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk. Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum terhadap Profitabilitas ditunjukkan pula oleh hasil perhitungan manual serta hasil uji analisis Koefisien Determinasi ( $R$ -Square) yaitu sebesar 0,828 atau sebesar 82,8% dan sisanya yang merupakan variabel lain yang turut mempengaruhi Profitabilitas tetapi tidak diteliti ditunjukkan oleh nilai epsilon ( $\epsilon$ ) sebesar 0,172 atau sebesar 17,2% ( $1 - R$ -Square). Adapun faktor lain tersebut diantaranya adalah likuiditas, solvabilitas, aktivitas, biaya operasional, arus kas operasi, biaya non operasional dan lain sebagainya.

### 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat direkomendasikan saran-saran sebagai berikut :

1. Biaya Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini akan berdampak terhadap turunnya Profitabilitas apabila biaya penjualan tidak dikelola dengan baik, apalagi memiliki pengaruh yang positif. Dengan demikian pihak manajemen harus menjaga agar Biaya Penjualan tepat sasaran seperti biaya pendistribusian barang, transportasi dan lain-lain efektif serta efisien agar profitabilitas terus mengalami peningkatan.
2. Biaya Administrasi dan Umum berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, hal ini akan berdampak terhadap turunnya Profitabilitas apabila biaya penjualan tidak dikelola dengan baik, apalagi memiliki pengaruh yang negatif. Dengan demikian pihak manajemen harus menjaga agar Biaya Administrasi dan Umum seperti biaya gaji, upah pegawai, biaya untuk *supply* kantor dan lain-lain lebih efektif serta efisien agar profitabilitas terus mengalami peningkatan.
3. Secara simultan Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas serta signifikan pada PT. Kimia Farma (Persero), Tbk. Dengan demikian, agar pihak manajemen lebih menjaga serta mengoptimalkan Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum, sebab hal ini yang menentukan naik turunnya Profitabilitas perusahaan, apalagi berdasarkan hasil uji analisis regresi dan analisis korelasi memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif, yaitu jika Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum naik secara bersama-sama, maka akan menentukan naiknya Profitabilitas.

## Daftar Pustaka

- Ardiyos, 2014. Kamus Standar Akuntansi. Jakarta : Citra Harta Prima
- Adisaputra, Gunawan. 2008. Anggaran Perusahaan. Yogyakarta : BPF E.
- Adhiputra, Rizal. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Skripsi.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bustami, Bastian dan Nurlela, 2009, *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Charles T.Horngren dan Walter T.Harrison. 2007. Akuntansi jilid Satu. Edisi. Tujuh. Jakarta: Erlangga
- Dwi Prastowo dan Rifka Julianti. 2008. Analisis Laporan Keuangan (Konsep dan Aplikasi). Edisi Revisi. Yogyakarta : YPKN
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Bandung : Alfabeta.
- Hery. 2013. Akuntansi Perusahaan Jasa. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hansen, Don R, dan Maryanne M. Mowen. 2004. *Manajemen Biaya*. Edisi 1. *Terjemahan Benyamin Molan*. Jakarta : Saleba Empat, *Buku II*.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. Teori Akuntansi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kholmi, Masyiah dan Yuningsih. 2009. Akuntansi Biaya. Malang : UMM Press.
- Mamduh, M. Hanafi. 2010. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta : UPP MPP YKPN.
- Munawir, S. 2010. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty
- M. Munandar. 2003. *Budgeting*, Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja. Edisi Ketiga, Yogyakarta : BPF E.
- Mulyadi, 2012. Akuntansi Biaya, Yogyakarta : UPP-STIM YKPN
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta : BPF E.
- Simanjuntak, Payaman. 2011. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja*. Jakarta: Fakultas. Ekonomi UI.
- Sadeli, Lili.M. 2010. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan. Teori Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPF E.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Soemarso. 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Buku kedua Edisi kelima. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Supriyono R.A. 2011. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Cetakan Kelima Belas. Yogyakarta: BPF E
- Simamora, Henry. (2012). *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar Baldric., Suropto, Bambang., Hapsoro, Dody., Lo, Eko, Widodo., dan Biyanto, Frasto. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Syahyunan, 2013. *Manajemen Keuangan I (Perencanaan, Analisis dan Pengendalian Keuangan)*, Medan : USU Press.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi pertama. Yogyakarta : Kanisius
- Warren, Carl.S., Reeve, James.M., and Fess, Philip.E (terjemahan Aria Farahmita). 2009. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Warsono. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Malang: Banyumedia.