

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS
TERHADAP PEROLEHAN LABA BERSIH PADA
PT. MESTIKA MANDIRI MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



Oleh :

**NAMA : RIDHO SURBAKTI
NPM : 1305160261
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2 0 1 7**

ABSTRAK

RIDHO SURBAKTI, NPM : 1305160261. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan. Skripsi, tahun 2017.

Laba yang tinggi juga menjadi tolak ukur untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam mendapatkan perhatian publik akan kemampuan perusahaan untuk memenangkan pasar dan memberikan harapan bagi pihak investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Sehingga hal ini akan memberikan harapan bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber modal yang baik.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara parsial maupun simultan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan?. Dalam penelitian digunakan teknik pengumpulan data yaitu studi dokumentasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,432 < 2,35336$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih. Selain itu hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh *net profit margin* secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,568 < 2,35336$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel *net profit margin* tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih. Selanjutnya hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji F dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($0,221 < 5,79$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel *net profit margin* secara simultan tidak memiliki pengaruh dengan variabel laba bersih.

Kata Kunci : Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Laba Bersih

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan anugerahnya dan segala kenikmatan yang luar biasa banyaknya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) Manajemen, pada program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak keasalahan dan kekurangan, karena itu dengan kerendahan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi kesempurnaannya skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan”**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya sehingga skripsi dapat terselesaikan, yakni kepada :

1. Ibunda tercinta Juniati Br. Sianturi dan Ayahanda Tangkas Surbakti, S.Pd yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang, yang memberikan dorongan selama penulis menjalani pendidikan dan hanya doa yang dapat penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT, semoga kelak penulis menjadi manusia yang berguna bagi agama, keluarga, dan seluruh masyarakat.

2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januari, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Hasrudy Tanjung, SE M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Jasman Syarifuddin, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Qahfi Romula Siregar, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah memberikan waktunya dalam membimbing penulis dalam menyusun skripsi.
9. Buat keluargaku Bapak Tengah Karyawan Surbakti, S.T dan Kak Chicy, Bapak Tengah Terang Surbakti, Abangku Rizen Andi Surbakti dan keluarga semua yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
10. Buat seluruh Dosen dan Pegawai Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan kesempatan.
11. Buat sahabatku Bambang Hermantgo, S.P, Rianta Raimundus Gultom, Nomo Ruansyah, Fauzi Latief, Benyamin Sianturi, Evie Niaty yang selalu setia menemani penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya pada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat, Amin.

Medan, Oktober 2017
Penulis

RIDHO SURBAKTI
1305160261

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan dalam operasionalnya pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh laba yang tinggi dan merupakan faktor utama untuk dapat bertahan dalam perkembangan operasional perusahaan berkaitan dengan semakin tingginya persaingan bisnis. Laba yang tinggi juga menjadi tolak ukur untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam mendapatkan perhatian publik akan kemampuan perusahaan untuk memenangkan pasar dan memberikan harapan bagi pihak investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Sehingga hal ini akan memberikan harapan bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber modal yang baik.

Dengan kemampuan kinerja yang baik suatu perusahaan dapat menunjukkan kemampuan penjualan yang tinggi karena penjualan merupakan bagian yang terpenting untuk memperoleh laba, dimana laba bersumber dari penjualan yang menjadi pendapatan perusahaan dikurangi pengeluaran biaya dalam operasional perusahaan. Penjualan yang baik dapat diketahui berdasarkan pertumbuhan penjualan yang fluktuasinya cenderung meningkat. Peningkatan pertumbuhan penjualan berarti menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk dapat menentukan perkembangan operasionalnya di masa mendatang dengan jalan memperluas pasar sasaran.

Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat. Pertumbuhan

perusahaan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya (*sustainable growth rate*) dengan melihat keselarasan keputusan investasi dan pembiayaan.

Hal ini dijelaskan oleh Van Horne dan Wachowicz (2010:158) bahwa “Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan”. Berkaitan dengan pertumbuhan penjualan, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen agar membeli produk perusahaan, sehingga volume penjualan terus meningkat. Dengan peningkatan volume penjualan maka akan dapat diketahui peningkatan perolehan laba bersih perusahaan yang menjadi tolak ukur keberhasilan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Pertumbuhan penjualan meningkat atau tidak dapat dihitung dengan cara tertentu yang dijelaskan oleh Westondan Copeland (2010: 39) yaitu “Tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya”. Sehingga dengan diketahui jumlah penjualan tahun berjalan dan tahun sebelumnya maka dapat diketahui persentase kenaikan atau penurunan pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang meningkat menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam mengelola penjualan produknya hingga diterima pasar dengan kata lain kemampuan menguasai pasar yang dilakukan perusahaan sudah baik. Selain itu kemampuan dalam memperoleh laba yang

tinggi juga menunjukkan tingginya kinerja keuangan yang salah satunya yaitu rasio profitabilitas.

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Menurut Kasmir (2012: 198) bahwa "Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik dan semakin meningkat kemakmuran perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pula laba yang diperoleh". Berdasarkan hal tersebut diketahui profitabilitas perusahaan yang baik dapat memberikan pengaruh dalam upaya peningkatan perolehan laba bersih perusahaan. Menurut Warsono (2010: 37) "Rasio profitabilitas terdiri dari rasio margin laba kotor (*gross profit margin*), rasio margin laba operasi bersih (*net operation profit margin*), rasio margin laba bersih (*net profit margin*), rasio pengembalian atas investasi (*return on investment*), rasio pengembalian atas ekuitas (*return on equity*)".

Selain itu menurut Wild, dkk (2010: 105) bahwa "Salah satu rasio yang menunjukkan kemampuan memperoleh laba yang paling riil yaitu *net profit margin*, karena *net profit margin* menunjukkan perolehan laba dari laba bersih perusahaan". Semakin tinggi rasio *net profit margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan, dengan kata lain profitabilitas yang tinggi memberikan indikasi kinerja yang baik yang dapat dilihat dari perolehan laba perusahaan.

Net profit margin adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Semakin besar *net profit margin* berarti semakin efisien perusahaan

tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. *Net profit margin* merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Cara pengukuran rasio ini adalah membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Apabila *net profit margin* rasionya tinggi ini menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sebaliknya kalau rasionya rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. Rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidak-efisienan manajemen. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dikurangi pajak pada tingkat penjualan atau pendapatan tertentu.

Rasio *profit margin* juga merupakan ukuran kemampuan manajemen untuk mengendalikan biaya operasional dalam hubungannya dengan penjualan. Dimana dengan penjualan yang tinggi maka akan memberikan pengaruh terhadap perolehan laba yang tinggi juga. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan memberikan gambaran perolehan laba yang juga tinggi, sehingga dengan laba yang tinggi perusahaan akan memiliki dana lebih yang dapat digunakan untuk membiayai operasional perusahaan. Dengan kata lain pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat memberikan dampak tingginya perolehan laba. Demikian juga bahwa penjualan yang tinggi akan mendukung tingginya kemampuan perusahaan memperoleh laba yang ditunjukkan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi juga. Dengan kata lain pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap tingginya perolehan laba bersih, dimana laba yang tinggi juga dapat diperoleh

dari penjualan yang tinggi juga, sehingga laba yang tinggi menunjukkan pertumbuhan penjualan dan rasio profitabilitas perusahaan yang tinggi juga, semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih sehingga menunjukkan tingkat profitabilitas perusahaan juga semakin besar.

Pentingnya pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dalam memperoleh laba bersih, membuat PT. Mestika Mandiri Medan yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang distributor makanan dan minuman dalam kemasan, dalam operasionalnya selalu memperhatikan kondisi perolehan laba bersihnya agar dapat mendukung kelancaran usaha perusahaan. Berdasarkan data keuangan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 menunjukkan laba bersih yang meningkat tetapi diiringi dengan penurunan pertumbuhan penjualan dan rasio *net profit margin*, begitu pula sebaliknya dimana peningkatan pertumbuhan penjualan dan *Net Profit Margin* tetapi diikuti dengan laba bersih yang mengalami penurunan. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Data Penelitian PT. Mestika Mandiri Medan
Tahun 2012 Sampai Dengan Tahun 2016

Tahun	Pertumbuhan Penjualan	<i>Net Profit Margin</i>	Laba Bersih
2012	10,34%	34,15	106.450.424
2013	27,58%	45,77	136.231.078
2014	21,97%	39,15	234.529.383
2015	23,43%	47,23	162.984.560
2016	2,04 %	46,83	227.873.331

Sumber : PT. Mestika Mandiri Medan, 2017.

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa terjadi pertumbuhan penjualan yang menurun, dimana dari tahun 2013 pertumbuhan penjualan sebesar 27,58 % ternyata menurun menjadi 21,97 %, begitu juga dengan tahun 2015 pertumbuhan penjualan sebesar 23,43 % menurun menjadi 2,04 pada tahun 2016. Kondisi ini bila terjadi terus-menerus akan mengakibatkan menurunnya pendapatan perusahaan yang merupakan sumber utama dalam perolehan laba perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2010: 33) yang menjelaskan bahwa “Begitu juga pertumbuhan penjualan yang mengalami penurunan pada umumnya sangat berdampak buruk terhadap pendapatan perusahaan, dimana hal tersebut juga akan mengakibatkan penurunan laba atau bahkan juga berdampak pada penurunan profitabilitas yang menunjukkan kemampuan dalam memperoleh laba”. Menurut Wild, dkk (2010: 184) bahwa “Penurunan aktivitas penjualan perusahaan dapat memberikan dampak penurunan kinerja keuangan yang diketahui dari perolehan laba”.

Selain itu tingkat profitabilitas perusahaan juga dapat diketahui berdasarkan data mengalami kenaikan dan penurunan, dimana pada tahun 2013 rasio *net profit margin* sebesar 45,77 % ternyata menurun menjadi 39,15 %, begitu juga dengan tahun 2015 rasio *net profit margin* sebesar 47,23 % menurun menjadi 46,83 pada tahun 2016, hal ini juga menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba mengalami penurunan, sehingga apabila hal ini terus berlanjut maka dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Mengingat pentingnya keterkaitan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap perolehan laba bersih maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian

yang berjudul ”**Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang ada yaitu :

1. Adanya penurunan pertumbuhan penjualan pada PT. Mestika Mandiri Medan
2. Adanya penurunan profitabilitas pada PT. Mestika Mandiri Medan
3. Adanya penurunan pertumbuhan penjualan diikuti dengan laba bersih yang mengalami peningkatan pada PT. Mestika Mandiri Medan
4. Adanya peningkatan *Net Profit Margin* tetapi diikuti dengan laba bersih yang menurun pada PT. Mestika Mandiri Medan.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Adapun untuk memperjelas arah penelitian maka penelitian ini dibatasi hanya pada pertumbuhan penjualan dan profitabilitas yang diukur dengan rasio *net profit margin* karena nilai *net profit margin* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam rasio profitabilitas serta laba bersih setelah pajak.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan?
- b. Apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan?
- c. Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis:

- a. Pengaruh pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.
- b. Pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.
- c. Pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti, manfaat penelitian ini yaitu menambah pengetahuan penulis dalam hal mendalami tentang pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap perolehan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.

- b. Bagi Perusahaan, manfaat penelitian ini yaitu sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal.
- c. Bagi Peneliti lainnya, manfaat penelitian ini yaitu dapat dijadikan sebagai dasar perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti masalah yang sama.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Laba Bersih

a. Pengertian dan Komponen Laba Bersih

Menurut pengertian yang umum, akuntansi adalah sistem informasi keuangan yang bermanfaat untuk mengambil keputusan ekonomis. Sistem keuangan ini antara lain mengatur tata cara pencatatan transaksi keuangan yang dilaksanakan oleh suatu badan usaha untuk dapat menghasilkan informasi yang diperlihatkan dalam daftar laporan keuangan, dan salah satu informasi yang penting diperlihatkan dalam laporan keuangan itu adalah laba.

Laba yang tinggi oleh suatu perusahaan atau badan usaha akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Salah satu indikator dari suatu prestasi perusahaan atau organisasi adalah kemampuan menghasilkan laba (*profitability*). Menurut Harahap (2011: 47) mendefinisikan laba sebagai : “jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi”.

Laba dapat dihitung dengan bermacam cara sehingga dapat menghasilkan laba tertentu. Apabila laba ingin menggambarkan informasi yang bermanfaat maka penentuan dari laba itu harus dibuat sedemikian rupa agar tidak cenderung (bias), untuk menguntungkan suatu golongan tertentu, dengan kata lain harus

netral. Laba yang dihitung menurut akuntansi didasarkan pada pandangan konsep netral tanpa memperhatikan pihak tertentu.

Laba yang tinggi oleh suatu perusahaan atau badan usaha akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Salah satu indikator dari suatu prestasi perusahaan atau organisasi adalah kemampuan menghasilkan laba (*profitability*). Meskipun ada berbagai cara untuk mengukur laba, semuanya itu berlandaskan pada konsep dasar umum, dimana menurut Lukman Syamsuddin (2007: 119) bahwa : “Laba adalah penambahan bersih pada modal sendiri (*owner' equity*) yang terjadi karena pengoperasian perusahaan. Laba dihitung dari selisih antara pendapatan dikurangi biaya, yang besar atau kecilnya berkaitan dengan tingkat *net profit margin* perusahaan”.

Namun pengertian tentang laba ini dapat dibagi lagi dalam beberapa kelompok, yaitu pengertian laba dari sudut ekonomi, pengertian laba dari sudut akuntansi dan pengertian laba dari sudut perpajakan. Menurut Harahap (2011: 132) mendefenisikan laba bersih sebagai : “jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi sesudah dikurangi pajak”. Dalam kaitannya dengan operasional perusahaan, laba bersih suatu perusahaan merupakan suatu nilai yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasinya. Semakin tinggi nilai tersebut maka semakin baik operasi suatu perusahaan, dengan kata lain ukuran pertumbuhan dan profitabilitas yang tinggi memberikan indikasi kinerja yang baik yang dapat dilihat dari respon laba yang baik pula.

Pentingnya laba bersih dijelaskan oleh Lumbantoruan (2008: 425) bahwa :
“Perolehan laba bersih suatu perusahaan menunjukkan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh laba atas aktiva yang dikelola dalam operasional normal pada perusahaan. Nilai laba bersih ini dipergunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan yang dimiliki”.

Dengan demikian besar kecilnya nilai laba bersih merupakan gambaran besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan yang dimiliki setelah pembayaran pajak yang dikenakan pada perusahaan. Selain itu laba merupakan salah satu ukuran yang mengikhtisarkan laporan keuangan. Nilai buku merupakan ukuran neraca atau aktiva bersih yang menghasilkan laba, sedangkan laba merupakan ukuran laporan rugi laba yang mengikhtisarkan imbal hasil dari aktiva-aktiva tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih

Laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan

Laba adalah penambahan bersih pada modal sendiri (*owner' equity*) yang terjadi karena pengoperasian perusahaan. Perolehan laba dipengaruhi oleh selisih antara pendapatan dikurangi biaya.

a. Pendapatan

Pendapatan adalah arus masuk atau penambahan harta pada suatu perusahaan atau pembayaran atas hutangnya (penggabungan keduanya), selama satu periode karena penjualan atau pembuatan barang, pemberian pelayanan atau kegiatan utama perusahaan. Pengertian di atas sesuai dengan definisi *revenue* menurut *Financial Standard Board* (Harahap, 2011:56) yaitu "Sebagai arus masuk atau peningkatan nilai asset dari suatu *entity* atau penyelesaian kewajiban dari *entity* atau gabungan dari keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan produksi barang, pemberian jasa atau pelaksanaan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan".

Dalam kasus yang sederhana pendapatan sama dengan harga barang yang dijual dan pelayanan yang diberikan selama periode tersebut. Apabila suatu perusahaan memberikan pelayanan atau mengirimkan barang kepada pembeli, biasanya ia menerima uang tunai atau suatu janji untuk membayar tunai pada waktu yang akan datang. Janji untuk membayar ini dicatat dalam perkiraan utang atau wesel tagih. Pendapatan untuk suatu periode tertentu adalah jumlah uang kas dan utang dan berasal dari penjualan dalam periode tersebut. Penerimaan pembayaran utang memperbesar kas dan memperkecil utang, namun hal ini tidak mempengaruhi pendapatan.

b. Biaya

Biaya (*expense*) adalah arus keluar atau penggunaan harta atas penambahan hutang (gabungan keduanya) selama periode yang dimulai saat pengiriman atau pembuatan barang-barang, pemberian layanan, atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang menjadi aktivitas utama perusahaan. Dengan kata lain, biaya sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan berupa barang atau jasa yang terpakai dalam rangka memperoleh pendapatan. Selain itu pengertian biaya dapat dilihat dalam arti yang luas dan sempit. Menurut Soemantri (2013 :102) : “dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi, yang diukur dengan satuan uang untuk mencapai tujuan tertentu”.

Dari pengertian tersebut dapat dibuat garis besar biaya dalam arti luas yaitu :

- 1) Merupakan pengorbanan barang atau jasa yang mempunyai sifat yang langka.
- 2) Dinyatakan dalam satuan uang (dalam rupiah, dolar, dan lain sebagainya).
- 3) Mempunyai tujuan tertentu, yaitu untuk memperoleh penghasilan.
- 4) Meliputi pengorbanan yang terjadi dan diperkirakan akan terjadi.

Sedangkan dalam arti sempit, menurut Soemantri (2009:156) bahwa “Biaya adalah pengorbanan ekonomis yang diperlukan untuk memperoleh barang ataupun jasa”. Dalam kata lain pengorbanan biaya, secara langsung atau tidak langsung harus mempunyai hubungan (relevan) dengan usaha dalam memperoleh penghasilan.

Dalam hubungannya dengan penghasilan yang diperoleh dalam suatu periode, biaya dipisahkan menjadi (Soemantri, 2009:157) :

- a). Biaya yang manfaatnya habis digunakan untuk memperoleh penghasilan pada periode saat terjadinya. Untuk biaya semacam ini digunakan istilah beban (*expense*).
- b). Biaya yang manfaatnya akan digunakan untuk memperoleh penghasilan pada periode yang akan datang, atau biaya yang manfaatnya belum dapat dinikmati (*unexpired cost*). Biaya semacam ini dikelompokkan kedalam aktiva.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksudkan dengan biaya adalah merupakan biaya yang secara langsung atau tidak langsung telah dimanfaatkan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan dalam satu periode. Atau sebagai biaya yang sudah tidak memberi manfaat ekonomis pada kegiatan usaha pada periode berikutnya. Secara umum beban dapat digolongkan sebagai berikut (Soemantri, 2009:159) :

- a). Beban yang secara langsung dapat dihubungkan dengan penghasilan. Termasuk dalam golongan ini adalah beban – beban yang berhubungan langsung dengan produk atau barang perusahaan, antara lain dengan harga pokok barang yang dijual dengan komisi penjualan.
- b). Beban yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan produk atau barang perusahaan. Termasuk dalam golongan ini adalah beban yang berhubungan dengan periode terjadinya, seperti beban gaji pegawai administrasi, beban perlengkapan kantor, beban penyusutan aktiva tetap, dan sebagainya.

Penggolongan biaya menurut periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan :

- a). Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi dan biaya yang diperhitungkan setiap periode menggunakan metode.
- b). Pengeluaran penghasilan, adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan masa hanya satu periode (periode pada saat pengeluaran terjadi).

Dalam membahas biaya dalam operasional perusahaan, jenis informasi yang dibutuhkan banyak tergantung dari sudut pendekatan dan biaya yang ditetapkan.

Menurut Charles dan George (2010:45) “Biaya sebagai sumber dana yang dikorbankan untuk mencapai suatu saaran atau tujuan tertentu”.

Menurut Mulyadi (2012:54) : “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”. Selanjutnya menurut Harahap (2011:107) biaya adalah : “semua biaya yang telah dikenakan dan dapat dikurangkan pada penghasilan”

Uraian tersebut menjelaskan pengertian biaya sangat luas meliputi seluruh kegiatan yang akan terjadi di perusahaan, ini disebut dengan operasional, sudah tentu dalam aktivitas operasionalnya, perusahaan mengeluarkan biaya-biaya yang dikatakan sebagai biaya operasi. Adapun tujuan dan sasaran biaya (*Cost Objectives*) menurut Hendrikson dan Sinaga (2010:147) adalah :

Tujuan dan sasaran biaya dipilih bukan untuk kepentingannya sendiri tetapi untuk membantu pengambilan keputusan. Pada umumnya pendekatan yang paling mungkin secara ekonomis terhadap perancangan sistem biaya memerlukan beberapa kelompok keputusan misalnya (pengendalian persediaan barang dan pengendalian tenaga kerja) dan memerlukan pemilihan tujuan biaya misalnya (produk atau departemen) yang berkaitan dengan keputusan tersebut.

Dari kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa hampir semua sistem paling tidak mengumpulkan biaya yang sebenarnya (*actual cost*), yang merupakan jumlah yang ditentukan berdasarkan biaya yang timbul (biaya historis), sebagaimana dibedakan dari biaya yang diramalkan atau diperkirakan. Menurut Supomo (2010:87) Pola perilaku biaya adalah :

- a). Jumlahnya tetap, meskipun volume kegiatan bertambah (biaya tetap)
- b). Jumlahnya bertambah secara proposional dengan perubahan volume kegiatan (biaya variabel)
- c). Jumlah berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan (biaya semi variabel).

Jadi biaya selalu berubah-ubah sesuai dengan keadaan dan kebutuhan kapasitas yang ada, dimana kenaikan aktivitas dan kapasitas akan mendorong naiknya biaya dalam suatu operasi perusahaan.

2. Penjualan.

a. Pengertian Penjualan

Penjualan secara umum suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Romney, dkk (2010: 69) yang menyebutkan bahwa "Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda". Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

Dalam transaksi penjualan tunai, barang atau jasa baru diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli jika perusahaan telah menerima kas dari pembeli. Kegiatan penjualan secara tunai ini ditangani oleh perusahaan melalui sistem

penjualan tunai. Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Setelah uang diterima oleh perusahaan, barang kemudian diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai dicatat oleh perusahaan.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan sangat penting, dimana dengan kelancaran penjualan maka akan berdampak pada kelancaran operasional perusahaan. Untuk meningkatkan kelancaran penjualan maka perusahaan berpedoman pada peningkatan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan. Menurut Romney, dkk (2010: 69) bahwa kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan
5. Faktor lain

Berikut akan dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan secara satu persatu.

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual.

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran

penjualan yang diharapkan untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- b. Harga produk.
- c. Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan dan garansi.

2. Kondisi Pasar.

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah:

- a. Jenis pasarnya
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c. Daya belinya
- d. Frekuensi pembelian
- e. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal.

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan.

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan.

5. Faktor lain.

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini jarang dilakukan.

c. Klasifikasi Transaksi Penjualan

Transaksi penjualan menentukan bagian penjualan yang mana yang mengalami peningkatan dan mana yang tidak sehingga perusahaan dapat memprioritaskan penjualan mana yang akan dikembangkan. Transaksi penjualan sangat penting karena merupakan sumber utama pemasukan kas pada perusahaan. Menurut Stewart (2010: 97) penjualan terdiri atas : “penjualan tunai dan penjualan kredit”.

Ada beberapa macam transaksi penjualan menurut Romney, dkk (2010: 69) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penjualan Tunai
2. Penjualan Kredit
3. Penjualan Tender
4. Penjualan Ekspor
5. Penjualan Konsinyasi
6. Penjualan Grosir

Berikut ini akan dijelaskan klasifikasi penjualan tersebut secara satu persatu.

1. Penjualan Tunai, adalah penjualan yang bersifat *cash and carry* pada umumnya terjadi secara kontan dan dapat pula terjadi pembayaran selama satu bulan dianggap kontan.
2. Penjualan Kredit adalah penjualan dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.
3. Penjualan Tender adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenangkan tender selain harus memenuhi berbagai prosedur.
4. Penjualan Ekspor adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang tersebut.
5. Penjualan Konsinyasi adalah penjualan yang dilakukan secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual.
6. Penjualan Grosir adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang grosir atau eceran.

Dari uraian di atas penjualan memiliki bermacam-macam transaksi penjualan yang terdiri dari: penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan tender, penjualan konsinyasi, penjualan ekspor, serta penjualan grosir.

d. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan

mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang.

Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat. Pertumbuhan perusahaan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya (*sustainable growth rate*) dengan melihat keselarasan keputusan investasi dan pembiayaan. Van Horne dan Wachowicz (2010:158) menjelaskan bahwa “Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan”. Berkaitan dengan pertumbuhan penjualan, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen agar membeli produk perusahaan, sehingga volume penjualan terus meningkat.

Menurut Westondan Copeland (2010: 39) bahwa “Tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya”. Tingkat pertumbuhan penjualan dihitung dengan rumus berikut ini :

$$g = \frac{S_1 - S_0}{S_0} \times 100 \% \dots\dots\dots\text{Westondan Copeland (2010: 39)}$$

Keterangan : g = *Growth Sales Rate* (Tingkat pertumbuhan penjualan)

S_1 = *Total Current Sales* (Total penjualan selama periode berjalan)

S_0 = *Total Sales For Last Period* (Total penjualan periode yang lalu)

3. Profitabilitas.

a. Pengertian Profitabilitas

Perusahaan sepatutnya tidak hanya memikirkan bagaimana usaha untuk memperbesar laba, tetapi yang penting adalah usaha untuk memperbesar profitabilitas. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas untuk mengetahui sejauh mana kemampuan manajemen dalam mengelola assetnya secara maksimal. Laba yang besar belum tentu merupakan ukuran bahwa perusahaan telah dapat bekerja dengan efisien. Efisiensi yang baru dapat diketahui dengan membandingkan laba bersih terhadap aktiva tersebut.

Menurut Warsono (2010: 37) yang menyebutkan bahwa “Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas memperlihatkan pengaruh kombinasi likuiditas, aktivitas dan *leverage* terhadap hasil operasi”. Selain itu Van Horne, dkk (2010: 222) menyebutkan bahwa : “Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) terdiri atas dua jenis rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Bersama-sama, rasio-rasio ini akan menunjukkan efektifitas operasional keseluruhan perusahaan”. Sedangkan Brealey, dkk (2010: 80) menyebutkan : ”Profitabilitas mengukur fokus pada laba perusahaan. Tentu saja, perusahaan besar diharapkan menghasilkan lebih banyak laba dari pada perusahaan kecil”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat penulis simpulkan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur pendapatan menurut laporan laba rugi serta mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Dengan diketahuinya laba yang

diperoleh tinggi pada suatu perusahaan, maka hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengolah keuangan dengan baik sehingga menghasilkan laba sesuai yang diinginkan.

b. Manfaat Rasio Profitabilitas

Analisis profitabilitas merupakan bagian utama dalam analisis laporan keuangan. Besarnya profitabilitas merupakan faktor yang sangat penting dalam operasional perusahaan, bahkan sangat menentukan bagi kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan usaha yang makin kompetitif. Menurut Kasmir (2012: 197) ada beberapa tujuan dan manfaat rasio profitabilitas yaitu:

1. Tujuan rasio profitabilitas, untuk:
 - a. Mengukur atau menghitung laba yang dihasilkan.
 - b. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
 - c. Menilai besarnya laba sesudah pajak dengan modal sendiri.
 - d. Mengukur produktivitas perusahaan dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
2. Manfaat rasio profitabilitas, untuk :
 - a. Mengetahui besarnya tingkat laba.
 - b. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
 - c. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
 - d. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan tingginya nilai rasio profitabilitas suatu perusahaan berarti penggunaan dana yang dimiliki sangat efisien serta dapat dikelola dengan baik sehingga dapat diketahui bahwa efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaannya juga baik.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi dalam pengukuran laba perusahaan. Laba bukanlah angka unik yang menunggu kesempurnaan sistem pengukuran laba secara tepat. Menurut Wild, dkk (2010: 111) adalah sebagai berikut :

1. Masalah Estimasi
2. Metode akuntansi
3. Insentif pengungkapan
4. Keragaman pengguna

Berikut ini penjelasannya:

1. Masalah Estimasi

Pengukuran laba bergantung pada estimasi atas hasil dimasa depan. Estimasi-estimasi tersebut memerlukan alokasi pendapatan dan beban pada periode sekarang dan masa depan. Walaupun pertimbangan para profesional yang terlatih dan berpengalaman mencapai konsensus (variasi menjadi berkurang), pengukuran laba tetap memerlukan pilihan-pilihan tertentu.

2. Metode akuntansi

Standar akuntansi yang mengatur pengukuran laba merupakan hasil pengalaman profesional, agenda badan pengatur, peristiwa bisnis dan pengaruh sosial lainnya. Standar mencerminkan keseimbangan antara faktor-

faktor tersebut, termasuk kompromi atas berbagai kepentingan dan pandangan pengukuran laba.

3. Insentif pengungkapan

Idealnya, penyajian laporan keuangan dan pengukuran laba menanggung tekanan kompetisi, keuangan, dan masyarakat. Insentif ini mendorong perusahaan untuk memilih ukuran laba “yang dapat diterima” ketimbang laba “yang sesuai” berdasarkan lingkungan bisnis.

4. Keragaman pengguna

Laporan keuangan bertujuan umum bagi banyak pengguna dengan kebutuhan yang beragam. Keragaman pengguna ini mengimplikasikan bahwa analisis harus menggunakan laba sebagai ukuran awal profitabilitas, selanjutnya laba disesuaikan dengan kepentingan dan tujuan pengguna berdasarkan informasi dalam laporan keuangan dan sumber lainnya.

d. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaannya.

Menurut Warsono (2010: 37) mengatakan bahwa :

Rasio profitabilitas pengukur seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dapat dilakukan dengan lima macam rasio, yaitu rasio margin laba kotor (*gross profit margin*), rasio margin laba bersih (*net profit margin*), rasio pengembalian atas investasi (*return on investment*), dan rasio pengembalian atas ekuitas (*return on equity*).

1. Rasio Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Marjin*)

Rasio marjin laba kotor merupakan perbandingan antara laba kotor (*gross profit*) dengan penjualan. Rasio ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Marjin Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

Semakin tinggi penjualan perusahaan maka akan semakin tinggi pula laba kotor yang diperoleh perusahaan.

2. Rasio Marjin Laba Operasi Bersih (*Net Operation Profit Marjin*)

Marjin laba operasi bersih merupakan rasio perbandingan antara laba operasi bersih (*earning before interest and taxes* atau EBIT) dengan penjualan. Rasio ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Marjin Laba Operasi Bersih} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}}$$

Semakin tinggi penjualan perusahaan maka akan semakin tinggi pula laba bersih sebelum bunga dan pajak yang diperoleh perusahaan. Besarnya hasil perhitungan marjin laba operasi bersih menunjukkan seberapa besar laba sebelum bunga dan pajak yang diperoleh perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu

3. Rasio Marjin Laba Bersih (*Net Profit Marjin*)

Marjin laba bersih merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak (*earning after taxes* atau EAT) dengan penjualan. Rasio ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Marjin Laba Bersih} = \frac{\text{EAT}}{\text{Penjualan}}$$

Semakin tinggi penjualan perusahaan maka akan semakin tinggi pula laba bersih setelah bunga dan pajak yang diperoleh perusahaan. Besarnya hasil perhitungan margin laba bersih menunjukkan seberapa besar laba setelah pajak yang diperoleh oleh perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu

4. Rasio Pengembalian Atas Investasi (*Return On Investment*)

Rasio pengembalian atas investasi (ROI) merupakan perbandingan antara laba tersedia bagi para pemegang saham biasa (*earning available for common stockholders* atau AECS) dengan total aktiva. Rasio ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Rasio Pengembalian Atas Investasi} = \frac{\text{EACS}}{\text{Aktiva Total}}$$

Besarnya hasil perhitungan pengembalian atas investasi menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tersedia bagi para pemegang saham biasa dengan seluruh aktiva yang dimilikinya.

5. Rasio Pengembalian Atas Ekuitas (*Return On Equity*)

Rasio pengembalian atas ekuitas (ROE) atau disebut juga dengan tingkat pengembalian atas para pemegang saham (*rate of return on stockholders*) merupakan perbandingan antara laba tersedia bagi para pemegang saham biasa (*earning available for common stockholders/AECS*) dengan ekuitas saham (modal saham biasa). Rasio ini dapat dihitung dengan formula :

$$\text{Rasio Pengembalian Atas Ekuitas} = \frac{\text{EACS}}{\text{Ekuitas Biasa}} \times 100 \%$$

Besarnya hasil perhitungan pengembalian atas ekuitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tersedia bagi para pemegang saham biasa dengan modal ekuitas yang dimilikinya.

e. Rasio *Net Profit Margin*

Rasio *Net Profit Margin* merupakan salah satu bagian dari rasio profitabilitas sering juga disebut sebagai rentabilitas perusahaan (*profitability ratio*). Menurut Kasmir (2010:118) bahwa “*Profit Margin on Sales* atau Rasio Profit Margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan”. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama *profit margin*.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Semakin besar *Net Profit Margin* berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya.

Semakin besar NPM maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang

tinggi. Hubungan antara laba bersih dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan secara cukup berhasil untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu risiko. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui hal tersebut investor dapat menilai apakah perusahaan itu *profitable* atau tidak. Angka NPM dapat dikatakan baik apabila $> 5\%$.

Rumus untuk menghitung NPM menurut Kasmir (2010:135) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

Sementara itu rumus untuk menghitung NPM menurut Lukas (2008:417) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Net Profit Margin adalah suatu pengukuran dari setiap satuan nilai penjualan yang tersisa setelah dikurangi oleh seluruh biaya, termasuk bunga dan pajak. Menurut Lukman Syamsuddin (2011:62) *net profit margin* adalah merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expences* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan.

Net profit margin atau margin laba bersih menghitung seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa juga diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (efisiensi) pada periode tertentu. *Net Profit Margin* adalah

perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Semakin besar *Net Profit Margin* berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya.

Net profit margin yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum, rasio yang rendah menunjukkan ketidak-efisienan manajemen. Rasio ini cukup bervariasi dari industri satu ke industri lainnya. *Net profit margin* atau dikenal juga sebagai *profit margin on sales* dihitung dengan membagi laba bersih dengan penjualan. Margin laba bersih yang rendah akibat dari biaya yang tinggi. Biaya yang tinggi ini umumnya terjadi karena operasi berjalan tidak efisien. Namun, rendahnya margin laba bersih juga dipengaruhi oleh besarnya penggunaan hutang karena laba bersih adalah pendapatan setelah pajak.

Rasio margin laba bersih digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih yang dicapai dari sejumlah penjualan tertentu. Rasio ini yang umumnya dipakai dibandingkan dengan margin laba kotor dan margin laba operasi, mengingat laba yang dihasilkan adalah laba bersih perusahaan. Angka dari rasio tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap rupiah penjualan yang dihasilkan. *Net profit margin* disebut juga dengan margin atas penjualan. Rasio ini mengukur laba per rupiah penjualan yang dihitung dari laba bersih dibagi dengan penjualan. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya dan pengeluaran sehubungan dengan penjualan.

Dari pendapat di atas diketahui bahwa Rasio Profit margin merupakan perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. Dengan kata lain dapatlah dikatakan bahwa rasio profit margin adalah selisih antara net sales dengan operating expenses (harga pokok penjualan + biaya administrasi ditambah biaya umum), selisih mana dinyatakan dalam persentase dari *net sales*. *Gross margin ratio* adalah merupakan ratio atau perimbangan antara *gross profit* (laba kotor) yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama. *Net profit margin* menunjukkan seberapa besar imbal jasa atau kompensasi yang sanggup diberikan perusahaan terhadap investor.

4. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu berkaitan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap struktur modal dapat dilihat pada beberapa referensi berikut ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Rumusan Masalah Penelitian	Hasil Penelitian
Wardani, Wayan Cipta, I Wayan Suwendra (2012)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Laba Bersih Pada perusahaan Manufaktur	Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap laba bersih Pada Perusahaan Manufaktur	Ada Pengaruh pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap laba bersih pada Perusahaan Manufaktur
Lestari (2012)	Pengaruh Laba Bersih terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Apakah ada pengaruh laba bersih terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Ada pengaruh laba bersih terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Rima Silviana (2016)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan <i>Net Profit Margin</i> terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan dan <i>net profit margin</i> secara simultan terhadap laba bersih pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Ada pengaruh pertumbuhan penjualan dan <i>net profit margin</i> secara simultan terhadap laba bersih pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Azeria Ra Bionda dan Nera marinda Mahdar (2016)	Pengaruh Gross Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Equity terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	Apakah ada pengaruh gross profit margin, net profit margin, return on equity terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia	Ada pengaruh gross profit margin, net profit margin, return on equity terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia
Fitriano Andrian Jaka Gautama dan Dini Wahyu Hapsari (2016)	Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Total Asset Nurnover (TATO) dan Debt Equity Ratio (DER) terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang Terdaftardi Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014)	Apakah Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Total Asset Nurnover (TATO) dan Debt Equity Ratio (DER) terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang Terdaftardi Bursa Efek Indonesia	Ada pengaruh Net Profit Margin (NPM), Total Asset Nurnover (TATO) dan Debt Equity Ratio (DER) terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang Terdaftardi Bursa Efek Indonesia

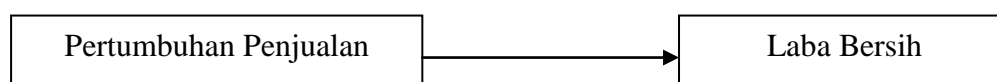
B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Laba Bersih

Tingkat pertumbuhan penjualan di waktu yang akan datang merupakan ukuran sejauh mana laba per saham bisa diperoleh dari pembiayaan permanen dari hutang jangka panjang, saham preferen, dan modal pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung memperoleh laba bersih yang tinggi juga (Wild, dkk, 2010: 167).

Selain itu menurut Lukman Syamsuddin (2007: 105) bahwa “Perusahaan dengan penjualan yang lebih stabil dapat lebih aman memperoleh laba tinggi dengan biaya yang konstan dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil”. Sedangkan menurut pendapat Sartono (2010: 198) bahwa “Pertumbuhan penjualan yang mengalami peningkatan pada umumnya sangat berdampak baik terhadap pendapatan perusahaan, dimana hal tersebut juga akan meningkatkan perolehan laba perusahaan”.

Dari ketiga pendapat tersebut dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan memberikan dampak yang baik terhadap peningkatan perolehan laba bersih perusahaan. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyanto (2013) yang menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan, tinggi atau rendahnya nilai pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Keterkaitan keduanya dapat digambarkan sebagai berikut :



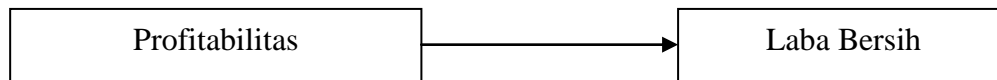
Gambar 2.1
Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Laba Bersih

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Laba Bersih

Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik dan semakin meningkat kemakmuran perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pula perolehan laba bersih. Perusahaan lebih suka untuk menggunakan dana internal (laba ditahan) dari pada dana eksternal (hutang dan ekuitas saham) untuk membiayai pengeluaran modalnya sehingga dengan profitabilitas yang tinggi perusahaan akan menunjukkan perolehan laba bersih yang tinggi juga (Wild, dkk, 2010: 105). Sedangkan menurut Syamsuddin (2007: 106) bahwa “Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perolehan laba yang tinggi juga. Dengan demikian semakin baik profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi juga laba yang diperoleh perusahaan”.

Selain itu Agnes Sawir (2010: 48) menjelaskan bahwa “Peningkatan terhadap kemampuan perolehan laba bersih sangat baik terhadap kinerja keuangan perusahaan, hal ini dapat diketahui berdasarkan tinggi atau rendahnya rasio profitabilitas perusahaan khususnya rasio *net profit margin*”.

Dari ketiga pendapat tersebut dapat diketahui bahwa tingginya rasio profitabilitas menunjukkan tingginya perolehan laba bersih perusahaan. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Putria Yusintha & Erni Suryandari (2010) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Jadi dalam perusahaan selayaknya mempertimbangkan faktor tersebut agar laba bersih dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien untuk menghasilkan kinerja yang baik perusahaan. Keterkaitan keduanya dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2
Pengaruh Profitabilitas terhadap Laba Bersih

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Laba Bersih

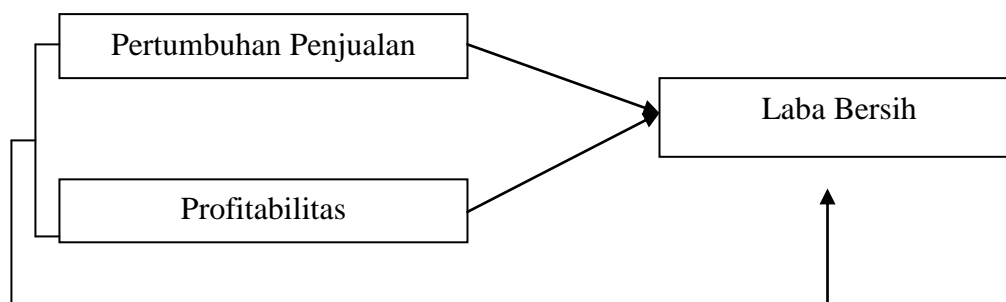
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perolehan laba bersih perusahaan yaitu *growth* (pertumbuhan), stabilitas penjualan, struktur aktiva, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Adapun hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan upaya perolehan laba bersih yang tinggi yaitu tingkat penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi laba bersih perusahaan maka dapat membantu mengambil kebijakan yang sesuai dengan perusahaan. Hal ini dijelaskan oleh Warsono (2010: 94) bahwa "Terjadinya penurunan atau peningkatan laba bersih dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diantaranya pertumbuhan penjualan, profitabilitas, pengeluaran biaya, kondisi efisiensi perusahaan dan ukuran perusahaan".

Selain itu Van Horne, dkk (2010: 222) menyebutkan bahwa : "Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) dan tingginya pertumbuhan penjualan merupakan aktivitas yang penting dalam peningkatan perolehan laba bersih perusahaan, dimana rasio profitabilitas dan pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan efektifitas operasional perusahaan secara keseluruhan sangat baik". Sedangkan Brealey, dkk (2010: 80) menyebutkan : "Pertumbuhan penjualan merupakan aktivitas utama dalam memperoleh laba perusahaan, sedangkan profitabilitas mengukur fokus pada laba perusahaan. Tentu saja,

perusahaan besar diharapkan menghasilkan lebih banyak memperoleh laba dari pada perusahaan kecil.”.

Berdasarkan ketiga pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan dan profitabilitas yang tinggi akan dapat memberikan dampak pada perolehan laba yang tinggi.

Keterikatan antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap perolehan laba bersih dapat digambarkan berikut ini :



Gambar 2.3
Paradigma Penelitian

C. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.
2. Ada pengaruh profitabilitas terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.
3. Ada pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian yaitu pendekatan asosiatif. Adapun pendekatan asosiatif dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap laba bersih.

B. Definisi Operasional

Untuk mengarahkan penelitian ini penulis menentukan variabel penelitian dan definisi operasional dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau terikat yaitu laba bersih sedangkan yang menjadi variabel independen atau bebas yaitu pertumbuhan penjualan dan profitabilitas.

1. Laba bersih sebagai variabel terikat (Y) merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak. Pengertian laba yang dianut oleh organisasi akuntansi saat ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan biaya.

Adapun alat ukur laba bersih dalam penelitian ini yaitu laba bersih setelah pajak dan bunga

2. Pertumbuhan penjualan sebagai variabel bebas (X_1) merupakan besarnya fluktuasi aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional perusahaan dapat berlanjut. Adapun alat ukur pertumbuhan penjualan yaitu dengan rumus :

$$\text{Growth Sales Rate} = \frac{\text{Total Current Sales} - \text{Total Sales For Last Period}}{\text{Total Sales For Last Period}} \times 100 \%$$

3. *Net Profit Margin* sebagai variabel bebas (X_2) merupakan rasio yang digunakan mengukur pendapatan menurut laporan laba rugi serta mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Adapun alat ukur profitabilitas yaitu rasio *net profit margin* yang dihitung dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Sales}}$$

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Mestika Mandiri Medan beralamat di Jl. Veteran No. 72 - Medan.

Adapun waktu penyusunan skripsi dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan Nopember 2017. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Jadwal Penyusunan Skripsi

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2017																			
		Juli				Agustus				September				Oktober				Nopember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul	■	■																		
2.	Penyusunan Proposal			■	■																
3.	Bimbingan Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■								
4.	Seminar													■							
5.	Penyusunan Skripsi													■	■	■	■				
6.	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
7.	Ujian Meja Hijau																				■

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu berupa data yang dipergunakan sesuai dengan topik penelitian yaitu data pertumbuhan penjualan dan profiabilitas serta laba bersih.

Sampel data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara yaitu studi dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen yang terkait dengan masalah atau data penelitian seperti laporan keuangan perusahaan yang bersumber langsung dari PT. Mestika Mandiri Medan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data dokumenter yang berupa laporan keuangan PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016.

F. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif, yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan, meringkas, menyajikan dan mengdeskriptifkan data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna. Data yang disajikan dalam statistika deskriptif biasanya dalam bentuk ukuran pemusatan data (mean, median, dan modus), ukuran penyebaran data (standar deviasi dan varians), tabel, serta grafik (histogram, pie dan bar) (Nisfiannoor, 2009: 4).

2. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Regresi Berganda, yaitu suatu metode analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pertumbuhan pertumbuhan penjualan dan profiabilitas terhadap struktur modal dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan : Y = Laba Bersih

X₁= Pertumbuhan Penjualan

X₂= *Net profit margin*

a = Konstanta

b_{1,2}= Koefisien Regresi

Pengujian model regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui hubungan positif atau negatif dari variabel-variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Untuk mengetahui model penelitian layak atau tidak, maka harus memenuhi syarat asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009: 86) bahwa “Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak”. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji ini dilakukan melalui analisis Kolmogorov Smirnov. Adapun kriteria pengukurannya yaitu dengan melihat nilai distribusi data cenderung mendekati garis distribusi normal, distribusi data tersebut tidak membelok ke kiri atau membelok ke kanan, berarti data tersebut mempunyai pola mengikuti sejajarnya garis distribusi

normal, artinya data tersebut sudah layak untuk dijadikan bahan dalam penelitian.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2009: 86) bahwa “Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model sebuah regresi ditemukan adanya korelasi variabel bebas”. Jika terjadi korelasi, maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Uji ini menggunakan kriteria *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan bila $VIF < 10$ berarti tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2009: 87) bahwa “Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidak-samaan varians dari residual suatu pengamatan, maka disebut homokedastisitas”. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini dapat menggunakan Uji Glejser Test. Adapun kriteria penilaiannya yaitu titik-titik yang dihasilkan membentuk suatu pola grafik tertentu, sebaran data membentuk suatu grafik yang memiliki titik tertinggi pada garis vertikal nol.

3. Pengujian Hipotesis

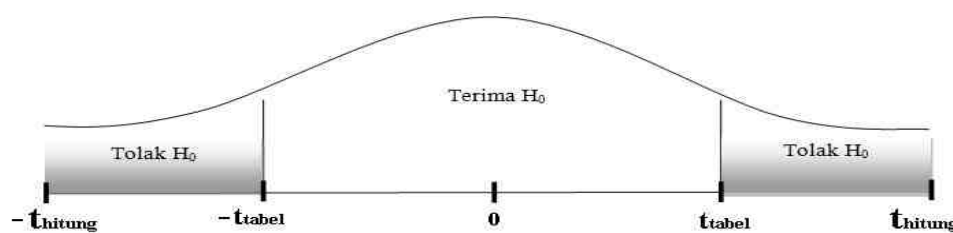
a. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas (X_1 dan X_2) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Selanjutnya akan dilakukan uji signifikan dengan membandingkan tingkat signifikansi (α) 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k)$ dengan kriteria sebagai berikut:

H_0 diterima jika signifikansi $\alpha > 5\%$, maka berarti secara signifikan hipotesis ditolak artinya tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan

H_a diterima jika signifikansi $\alpha < 5\%$, maka berarti secara signifikan hipotesis diterima artinya ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.



Gambar 3.1
Kriteria Pengujian Hipotesis (Uji t)

Ketentuan :

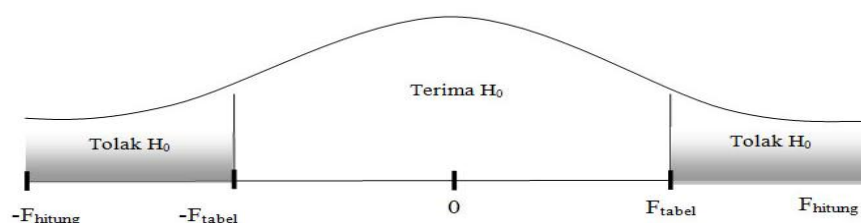
Jika nilai t dengan probability korelasi yakni $sig-2\ tailed <$ taraf signifikan (α) sebesar 0,05, maka H_0 diterima, sehingga tidak ada korelasi tidak signifikan antara variabel X dan Y , sedangkan jika nilai t dengan probabilitas t dengan korelasi yakni $sig-2\ tailed >$ taraf signifikan (α) sebesar 0,05, maka H_0 ditolak, sehingga ada korelasi signifikan antara variabel X dan Y .

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang bersifat simultan (bersama-sama). Pembuktian dilakukan dengan signifikansi $\alpha = 5\%$.

H_0 diterima jika signifikansi $\alpha = 5\%$, maka berarti secara serempak hipotesis ditolak artinya tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.

H_a diterima jika signifikansi $\alpha = 5\%$, maka berarti secara serempak hipotesis diterima yang artinya ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan.



Gambar 3.2
Kriteria Pengujian Hipotesis (Uji F)

Keterangan:

F_{hitung} = Hasil perhitungan korelasi pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap perolehan laba bersih.

F_{tabel} = Nilai F dalam table F berdasarkan n

Kriteria pengujian:

- Tidak signifikan jika H_0 diterima dan H_a ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$.
- Signifikan jika H_0 ditolak dan H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan besarnya presentase pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Hubungan semua variabel bebas (secara simultan) di dalam model regresi terhadap nilai variabel terikat dapat diketahui dengan analisis varians. Alat statistik yang dapat digunakan adalah *Analysis of Variance* (ANOVA). Hasil perhitungan R^2 yaitu diantara nol dan satu

dengan ketentuan. Nilai R^2 yang semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap nilai variabel terikat atau semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang semakin besar (mendekati satu) berarti semakin besar hubungan semua variabel bebas terhadap nilai variabel terikat atau semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat.

Koefisien Determinasi merupakan suatu perhitungan yang menunjukkan besarnya persentase variabel tertentu yang dalam hal ini variabel independen atau variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel lainnya yang dalam hal ini variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien Determinasi dapat dihitung dengan rumus :

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

Sugiyono (2012: 264)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dari pengumpulan data yang dilakukan, maka data-data tentang pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dengan variabel yang diteliti yaitu pertumbuhan penjualan dan profitabilitas yang diukur dengan rasio *Net Profit Margin* serta laba bersih perusahaan.

1. Pertumbuhan Penjualan PT. Mestika Mandiri Medan

Adapun data pertumbuhan penjualan PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Data Pertumbuhan Penjualan
PT. Mestika Mandiri Medan tahun 2012 sampai tahun 2016.

Tahun	Pertumbuhan Penjualan
2012	10,34%
2013	27,58%
2014	21,97%
2015	23,43%
2016	2,04 %

Sumber : Data Diolah, 2017

Data tersebut menunjukkan pertumbuhan penjualan pada tahun 2012 sebesar 10,34 % yang mengalami peningkatan menjadi 27,58 % pada tahun 2013 yang berarti terjadi penurunan sebesar 17,24 %. Penurunan ini disebabkan menurunnya permintaan pelanggan karena masih memiliki stock barang yang sudah diambil sebelumnya. Selanjutnya pada tahun 2014 pertumbuhan penjualan

mengalami penurunan menjadi sebesar 21,97% dari tahun 2013, dimana penurunan yang terjadi sebesar 5,61 %. Penurunan ini disebabkan berkurangnya permintaan pelanggan karena banyaknya produk pesaing yang menjual jenis barang yang sama dengan harga yang lebih murah.

Selanjutnya terjadi peningkatan kembali pertumbuhan penjualan menjadi sebesar 23,43% pada tahun 2015 dari tahun 2014 dengan jumlah peningkatan sebesar 1,46 %, sedangkan pada tahun 2016 pertumbuhan penjualan kembali mengalami penurunan menjadi sebesar 2,04 % dari tahun 2015 yang menunjukkan penurunan sebesar 21,39 %.

Pertumbuhan penjualan bagi perusahaan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk perusahaan, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan barang dagangan yang dalam hal ini adalah makanan dan minuman dalam kemasan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Berkaitan dengan pertumbuhan penjualan, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen agar membeli produk perusahaan, sehingga volume penjualan terus meningkat. Dengan peningkatan volume penjualan maka akan dapat diketahui peningkatan perolehan laba bersih perusahaan yang menjadi tolak ukur keberhasilan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Bagi perusahaan kegiatan penjualan sangat penting, dimana dengan kelancaran penjualan maka akan berdampak pada kelancaran operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang meningkat menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam mengelola penjualan produknya hingga diterima pasar dengan kata lain kemampuan menguasai pasar yang dilakukan perusahaan

sudah baik. Selain itu kemampuan dalam memperoleh laba yang tinggi juga menunjukkan tingginya kinerja keuangan yang salah satunya yaitu rasio profitabilitas. Transaksi penjualan menentukan bagian penjualan yang mana yang mengalami peningkatan dan mana yang tidak sehingga perusahaan dapat memprioritaskan penjualan mana yang akan dikembangkan. Transaksi penjualan sangat penting karena merupakan sumber utama pemasukan kas pada perusahaan.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang.

2. Rasio Net Profit Margin PT. Mestika Mandiri Medan

Selanjutnya akan disajikan data *Net Profit Margin* PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Data *Net Profit Margin*
PT. Mestika Mandiri Medan tahun 2012 sampai tahun 2016

Tahun	<i>Net Profit Margin</i>
2012	34,15
2013	45,77
2014	39,15
2015	47,23
2016	46,83

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat diketahui bahwa *Net Profit Margin* terendah terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar 34,15 dan *Net Profit Margin* tertinggi ada pada tahun 2015 yaitu sebesar 47,23. *Net Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan mengukur pendapatan menurut laporan laba rugi serta mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik dan semakin meningkat kemakmuran perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pula laba yang diperoleh. Profitabilitas perusahaan yang baik dapat memberikan pengaruh dalam upaya peningkatan perolehan laba bersih perusahaan. Semakin tinggi rasio *net profit margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan, dengan kata lain profitabilitas yang tinggi memberikan indikasi kinerja yang baik yang dapat dilihat dari perolehan laba perusahaan.

Net profit margin adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Semakin besar *net profit margin* berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya.

Net profit margin merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Cara pengukuran rasio ini adalah membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Apabila *net profit margin*

rasionya tinggi ini menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sebaliknya kalau rasionya rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. Rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidak-efisienan manajemen. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dikurangi pajak pada tingkat penjualan atau pendapatan tertentu.

Semakin besar NPM maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

Hubungan antara laba bersih dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan secara cukup berhasil untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu risiko. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba.

3. Laba Bersih PT. Mestika Mandiri Medan

Selanjutnya akan disajikan data laba bersih PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Data Laba Bersih
PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016.

Tahun	Laba Bersih
2012	106.450.424
2013	136.231.078
2014	234.529.383
2015	162.984.560
2016	227.873.331

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat diketahui bahwa laba bersih perusahaan mengalami fluktuasi mengalami peningkatan dan penurunan dengan jumlah laba bersih yang tertinggi pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp. 234.529.383, sedangkan jumlah laba bersih perusahaan terendah ada pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp. 106.450.424.

Adapun laba bersih merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak. Pengertian laba yang dianut oleh organisasi akuntansi saat ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan biaya. Laba yang tinggi oleh suatu perusahaan atau badan usaha akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Salah satu indikator dari suatu prestasi perusahaan atau organisasi adalah kemampuan menghasilkan laba.

Perolehan laba bersih suatu perusahaan menunjukkan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh laba atas aktiva yang dikelola dalam operasional normal pada perusahaan. Nilai laba bersih ini dipergunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan yang dimiliki. Laba adalah penambahan bersih

pada modal sendiri (*owner' equity*) yang terjadi karena pengoperasian perusahaan. Perolehan laba dipengaruhi oleh selisih antara pendapatan dikurangi biaya. Adapun hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan upaya perolehan laba bersih yang tinggi yaitu tingkat penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi laba bersih perusahaan maka dapat membantu mengambil kebijakan yang sesuai dengan perusahaan.

B. Analisis Data

1. Deskripsi Data

Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 18 dimana dalam penghitungannya harus dilakukan input data yaitu pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dengan variabel yang diteliti yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas yang diukur dengan rasio *Net Profit Margin* dan laba bersih. Setelah input data dilakukan maka selanjutnya dilakukan analisis data secara deskriptif mengenai kondisi masing-masing variabel penelitian.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi.

Tabel 4.4
Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Pertumbuhan Penjualan	Net Profit Margin	Laba Bersih
N		7	5	5
Normal Parameters ^a	Mean	17.0720	42.6260	173613755.2000
	Std. Deviation	10.56070	5.75935	56294255.21175
Most Extreme Differences	Absolute	.279	.307	.232
	Positive	.160	.212	.175
	Negative	-.279	-.307	-.232
Kolmogorov-Smirnov Z		.429	.623	.687
Asymp. Sig. (2-tailed)		.043	.832	.732
a. Test distribution is Normal.				

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan hasil statistik deskriptif data sebagai berikut :

1. Variabel pertumbuhan penjualan perusahaan mempunyai rata-rata sebesar 17.0720. Pertumbuhan penjualan sebagai variabel bebas (X_1) merupakan besarnya fluktuasi aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional perusahaan dapat berlanjut
2. Variabel *Net Profit Margin* mempunyai rata-rata sebesar 42.6260. *Net Profit Margin* sebagai variabel bebas (X_2) merupakan rasio yang digunakan mengukur pendapatan menurut laporan laba rugi serta mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.
3. Variabel laba bersih perusahaan mempunyai rata-rata sebesar 173613755.2000. Laba bersih sebagai variabel terikat (Y) merupakan selisih

positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan biaya.

2. Pengujian Regresi Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pertumbuhan penjualan (X_1) dan profitabilitas (X_2) terhadap laba bersih (Y) digunakan regresi berganda dan dapat diketahui seperti tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Hasil Output Regresi dan Uji t Variabel X_1 , X_2 dan Y

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	456.610	2690.116		.170	.881
Pertumbuhan Penjualan	14.939	34.562	.280	.432	.708
Net Profit Margin	36.000	63.375	.368	.568	.627

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Data Diolah, 2017

Adanya pengaruh antara pertumbuhan penjualan (X_1) dan profitabilitas (X_2) terhadap laba bersih (Y) dapat dilihat dari besarnya intersep yang diperoleh dari hasil perhitungan yang digunakan alat bantu SPSS 18.0 besarnya konstanta $\alpha = 456.610$, $bx_1 = 14.939$, $bx_2 = 36.000$. Dari besarnya nilai α dan bx tersebut selanjutnya dimasukkan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 456.610 + 14.939 X_1 + 36.000 X_2$$

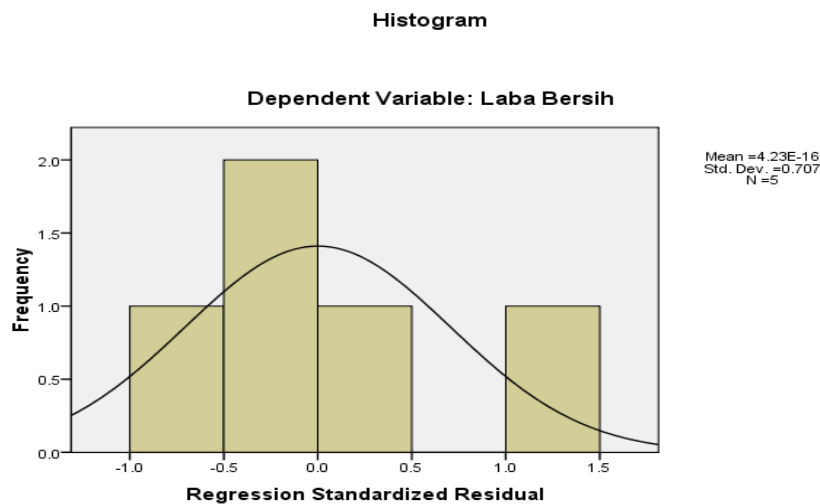
Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel bebas tidak ada, maka nilai dari laba bersih (Y) sebesar Rp. 456.610. Selanjutnya persamaan regresi juga menunjukkan bahwa apabila pertumbuhan penjualan (X_1) meningkat 1 satuan akan meningkatkan laba bersih (Y) sebesar Rp. 14.939 dari setiap tingkatan 1 satuan pertumbuhan penjualan.

Selanjutnya persamaan regresi juga menunjukkan bahwa apabila *net profit margin* (X_2) meningkat 1 satuan akan meningkatkan laba bersih (Y) sebesar Rp. 36.000 dari setiap tingkatan 1 satuan *net profit margin*.

3. Uji Normalitas

Regresi yang baik mensyaratkan adanya normalitas pada data penelitian atau pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabelnya. Uji normalitas model regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dengan melihat histogram dan normal *probability plot*. Apabila *ploting* data membentuk satu garis lurus diagonal maka distribusi data adalah normal berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan diagram.

Gambar 4.1
Grafik Histogram

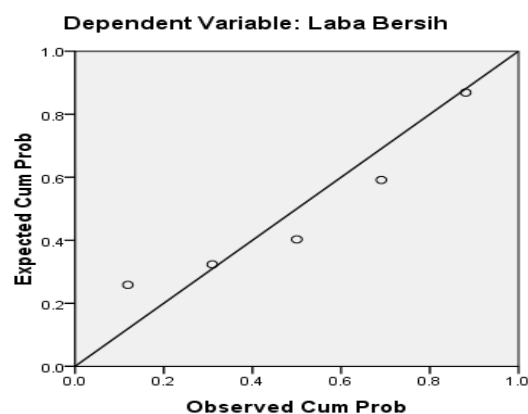


Sumber : Data Diolah, 2017

Dari grafik Histogram di atas diketahui bahwa titik-titik yang dihasilkan membentuk suatu pola grafik tertentu, sebaran data membentuk suatu grafik yang memiliki titik tertinggi pada garis vertikal nol. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini normal sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

Gambar 4.2
Output SPSS Normal P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Diolah, 2017

Pada gambar 4.2 Normal P-Plot menunjukkan bahwa distribusi data cenderung mendekati garis distribusi normal, distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan, berarti data tersebut mempunyai pola seperti distribusi normal, artinya data tersebut sudah layak untuk dijadikan bahan dalam penelitian.

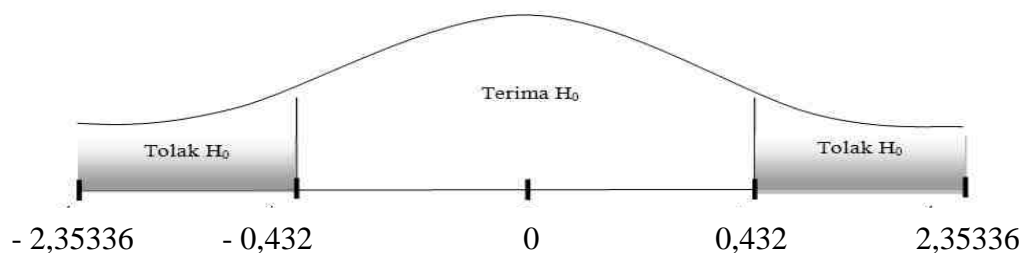
4. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

a. Uji t (X_1 dan Y)

Selanjutnya Tabel 4.6 diketahui harga t_{hitung} variabel pertumbuhan penjualan (X_1) sebesar 0,432. Harga t_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan t_{tabel} dengan jumlah $n = 5$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ dan $dk = n - 2$ diperoleh t_{tabel} sebesar 2,35336. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $0,432 < 2,35336$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih.

Hasil perhitungan uji t variabel pertumbuhan penjualan (X_1) dan variabel laba bersih (Y) dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.3
Hasil perhitungan uji t Variabel X_1 dan Y

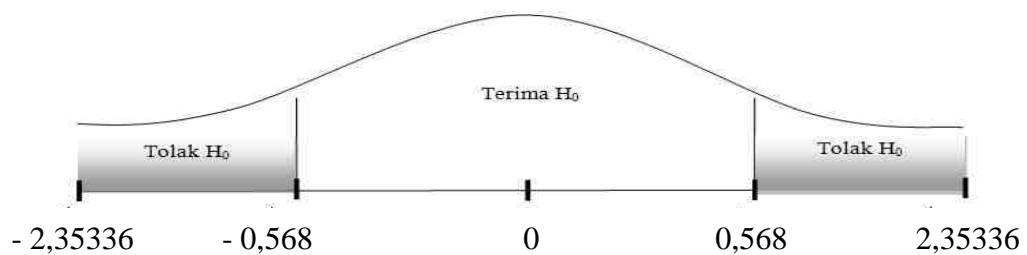


b. Uji t (X_2 dan Y)

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan (signifikan) perlu dilakukan pengujian nilai koefisien korelasi. Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui harga t_{hitung} variabel *net profit margin* (X_2) sebesar 0,568. Harga t_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan t_{tabel} dengan jumlah $n = 5$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ dan $dk = n - 2$ diperoleh t_{tabel} sebesar 2,35336. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $0,568 < 2,35336$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel *net profit margin* tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih.

Hasil perhitungan uji t variabel *net profit margin* (X_2) dan variabel laba bersih (Y) dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.4
Hasil perhitungan uji t Variabel X_2 dan Y



5. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan (signifikan) secara serentak perlu dilakukan pengujian nilai F hitung yang dapat dilihat pada tabel Anova berikut :

Tabel 4.6
Hasil Output Uji F Variabel X_1 , X_2 dan Y

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2294145661277382.500	2	1147072830638691.200	.221	.819 ^a
Residual	10382027018106694.000	2	5191013509053347.000		
Total	12676172679384076.000	4			

a. Predictors: (Constant), Net Profit Margin, Pertumbuhan Penjualan

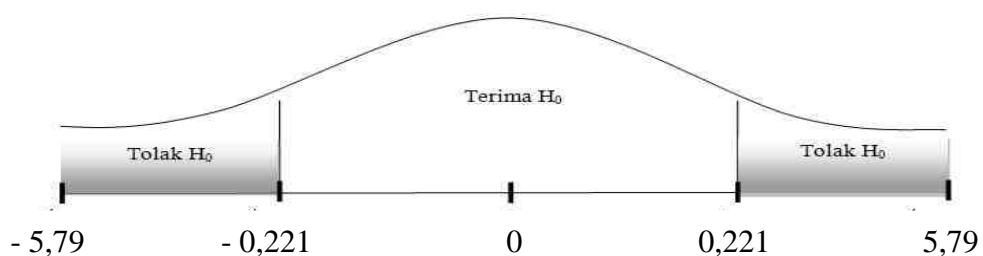
b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui harga $F_{hitung} = 0,221$. Harga F_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan F_{tabel} dengan jumlah $n = 5$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 5,79. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $0,221 < 5,79$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel pertumbuhan penjualan (X_1) dan profitabilitas (X_2) secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel laba bersih (Y).

Hasil perhitungan uji F variabel pertumbuhan penjualan (X_1) dan *net profit margin* (X_2) terhadap variabel laba bersih (Y) dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.5
Hasil perhitungan uji F Variabel X_1 , X_2 dan Y



6. Pengujian Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis adanya pengaruh variabel pertumbuhan penjualan (X_1) dan *net profit margin* (X_2) terhadap laba bersih (Y) dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 16.0 seperti tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Output Determinasi X_1 , X_2 dan Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin - Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.425 ^a	.181	.638	72048688.46172	.181	.221	2	2	.819	2.312

a. Predictors: (Constant), Net Profit Margin, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Data Diolah, 2017

Untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan variabel pertumbuhan penjualan (X_1) dan *net profit margin* (X_2) terhadap laba bersih (Y) digunakan uji determinasi. Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa pengaruh pertumbuhan penjualan (X_1) dan *net profit margin* (X_2) terhadap laba bersih (Y) sebesar 0,181 atau 18,1 % sedangkan sisanya 81,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

C. Pembahasan

Pada pembahasan ini merupakan mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya. Berikut ini yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Bersih

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,432 < 2,35336$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih.

Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih. Diketahui bahwa pertumbuhan penjualan merupakan besarnya fluktuasi aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional perusahaan dapat berlanjut. Dengan kata lain pertumbuhan penjualan hanya menggambarkan kenaikan atau penurunan penjualan perusahaan yang tidak berkaitan dengan laba bersih. Sehingga kenaikan nilai pertumbuhan penjualan tidak dipengaruhi oleh laba bersih yang secara langsung hanya dipengaruhi oleh jumlah ekuitas dan jumlah hutang.

Hal ini bertentangan dengan Wild, et. al, (2010, hal. 167) yang menyebutkan bahwa “Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung menggunakan sumber dari pihak luar sehingga semakin tinggi laba bersih”. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriyanto

(2013) yang menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap laba bersih perusahaan, tinggi atau rendahnya nilai pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan properti dan *realestate*.

2. Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Laba Bersih

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,568 < 2,35336$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel *net profit margin* tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih.

Net profit margin tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih. Diketahui bahwa *net profit margin* merupakan rasio yang digunakan mengukur pendapatan menurut laporan laba rugi serta mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Dengan kata lain *net profit margin* diperoleh dengan membandingkan laba bersih dengan penjualan, sehingga semakin tinggi nilai *net profit margin* dikarenakan laba bersih perusahaan yang tinggi sedangkan penjualan dalam keadaan konstan atau menurun. Sehingga kenaikan nilai *net profit margin* tidak dipengaruhi oleh nilai laba bersih yang secara langsung dipengaruhi oleh jumlah ekuitas dan jumlah hutang.

Hal ini bertentangan dengan teori Wild, et. al, (2010, hal. 105) bahwa “Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik dan semakin meningkat kemakmuran perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pula tersedianya dana internal untuk investasi, sehingga penggunaan hutang

akan lebih kecil dan laba bersih juga akan meningkat”. Hal ini dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Putria Yusintha & Erni Suryandari (2010) yang menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih. Jadi dalam perusahaan selayaknya mempertimbangkan faktor tersebut agar laba bersih dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien untuk menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan.

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin*, Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji F diketahui harga $F_{hitung} = 0,221$ yang dibandingkan F_{tabel} sebesar 5,79 diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,221 < 5,79$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel pertumbuhan penjualan (X_1), *Net Profit Margin* (X_2), secara simultan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) atau berpengaruh positif dengan variabel laba bersih (Y).

Selanjutnya hasil penelitian dengan menggunakan uji determinasi diketahui besarnya persentase hubungan variabel pertumbuhan penjualan (X_1) dan *Net Profit Margin* (X_2) terhadap laba bersih (Y) sebesar 0,123 atau 12,3 % sedangkan sisanya 87,7 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Alfarizi Cahya Utama (2012), mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan *net profit margin*, secara simultan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menyimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah menganalisa data dan mendapatkan hasil penelitian serta diuraikan dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,432 < 2,35336$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh *net profit margin* secara parsial terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,568 < 2,35336$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel *net profit margin* tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel laba bersih.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* secara simultan terhadap laba bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji F dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($0,221 < 5,79$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel *net profit margin* secara simultan tidak memiliki pengaruh dengan variabel laba bersih.

4. Besarnya persentase pengaruh pertumbuhan penjualan (X_1) dan *net profit margin* (X_2) terhadap laba bersih (Y) sebesar 0,181 atau 18,1 % sedangkan sisanya 81,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Hendaknya perusahaan dapat lebih meningkatkan jumlah pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* sehingga dapat memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah laba bersih perusahaan.
2. Mengingat masih ada faktor selain pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* yang mempengaruhi laba bersih, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi laba bersih.
3. Penelitian ini hanya mengambil periode penelitian tahun 2012 sampai 2016, hendaknya penelitian selanjutnya dapat memperbanyak tahun penelitian agar memberikan gambaran yang lebih jelas berkaitan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap perolehan laba bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sawir, 2010, **Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan**, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Bambang Riyanto, 2010, **Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan**, Penerbit Balai Penerbit Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.
- Brealey, RA, Myers, Stewart C dan Alan J. Marcus, 2010, **Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan**, Penerbit PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Brigham, Eugene F dan Joel F, Houston, 2010, **Dasar-dasar Manajemen Keuangan**, Buku 1, Edisi Kesepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Iman Ghozali, 2009, **Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS**. Edisi Kelima, Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Jakarta.
- Kasmir, 2012, **Manajemen Perbankan**, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Lukman Syamsuddin, 2007, **Manajemen Keuangan Perusahaan**, Edisi Baru. Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Romney, Marshall B dan Paul John, Steinbart, 2010, ***Accounting Information System***, Buku 1, Edisi 9, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sartono, R. Agus, 2010, **Manajemen Keuangan atau Teori dan Aplikasi**, Penerbit Balai Penerbit Fakultas Ekonomi – Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Stewart, Grant, 2010, **Sukses Manajemen Penjualan**, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2012, **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Kelima, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suwito, Adisaputro, Sugeng Giri, 2012, **Analisis Laporan Keuangan**, Penerbit ANDI, Bandung.
- Van Horne, James C,dan John M, Wachowicz, Jr, 2010, **Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan**, Buku Dua, Edisi IX, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Warsono, 2010, **Manajemen Keuangan Perusahaan**, Edisi III, Cetakan Pertama, Penerbit PT. Bayumedia Publishing, Jawa Timur.

Weston, Steinbart dan Copeland, 2010. **Financial Statement Analysis, Analisis Laporan Keuangan**. Edisi 8, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat

Wild, Jhon, K.R.Submanyam dan Robert F Halsey, 2010, **Financial Statement Analysis**, Edisi 8, Buku 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.