

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA DISTRIBUSI DAN  
VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH OUTLET  
PARFUM ISI ULANG DI PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh :

**ITSNA MUFLIHATUL HIDAYAH**

**NIM 401180058**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2022**

## ABSTRAK

**Hidayah, Itsna Muflihatul.** Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Outlet Parfum Isi Ulang Ponorogo. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Maulida Nurhidayati, M.Si.

**Kata kunci:** Biaya Produksi, Biaya Distribusi, Volume Penjualan, Laba Bersih.

Penelitian ini dilakukan di Outlet parfum isi ulang cabang Inti Aroma yaitu di Keniten, Jabung dan Balong Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, berdasarkan jumlah parfum yang terjual, terdapat ketidakstabilan antara biaya produksi, biaya distribusi yang dikeluarkan dan volume penjualan yang terjual berdasarkan laba bersih yang diperoleh. Outlet parfum isi ulang perlu melakukan efisiensi menekan biaya-biaya yang dikeluarkan agar memperoleh laba yang sesuai dengan target yang akan dicapai. Dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh antara biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan terhadap laba bersih.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mendokumentasikan laporan pembukuan di Outlet cabang Inti Aroma Ponorogo. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *sampling purposive* yaitu dengan kriteria sebagai berikut, cabang Outlet memiliki laporan pembukuan keuangan yang lengkap pada tahun 2021 dan jenis parfum yang *best seller* sama. Jumlah sampel 36 bulan yaitu selama 3 tahun dengan masing-masing Outlet pada tahun 2021. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Variabel volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Variabel biaya produksi, Biaya distribusi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan Outlet mampu menerapkan akuntansi biaya dan sistem biaya serta menerapkan fungsi manajemen distribusi untuk memperoleh laba optimal.

## LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Itsna Muflihatul Hidayah	401180058	Ekonomi Syariah	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Outlite Parfum Isi Ulang Di Ponorogo


Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 04 November 2022

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Menyetujui,

  
**Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag.,M.F.I.**  
NIP. 197801122006041002

  
**Maulida Nurhidayati, M.Si.**  
NIP. 198910222018012001

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo



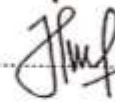
### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Outlet Parfum Isi Ulang Di Ponorogo.  
Nama : Itsna Muflihatul Hidayah  
NIM : 401180058  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

#### Dewan Penguji:

Ketua Sidang :   
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag.,M.E.I. (.....)  
NIP. 197801122006041002  
Penguji I :   
Moh. Faizin, M.S.E. (.....)  
NIP. 198406292018011001  
Penguji II :   
Maulida Nurhidayati, M.Si. (.....)  
NIP. 19891022018012001

Ponorogo, 04 November 2022  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

  
  
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.  
NIP. 197207142000031005

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

### SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Itsna Muflihatul Hidayah  
NIM : 401180058  
Fakultas : Ekonomi Syariah  
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Outlet Parfum Isi Ulang Di Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [ethesis.iainponorogo.ac.id](http://ethesis.iainponorogo.ac.id). adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 19 November 2022  
Yang membuat pernyataan



Itsna Muflihatul Hidayah  
401180058

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Itsna Muflihatul Hidayah

NIM : 401180058

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA DISTRIBUSI DAN VOLUME  
PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH OUTLET PARFUM ISI ULANG  
DI PONOROGO”**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 12 Oktober 2022

Pembuat pernyataan,



Itsna Muflihatul Hidayah

NIM 401180058



## DAFTAR ISI

### COVER

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah: .....	12
C. Tujuan Penelitian: .....	12
D. Manfaat Penelitian: .....	13
E. Sistematika Penelitian: .....	14
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Deskripsi Teori .....	16
B. Kajian Pustaka .....	29
C. Kerangka Pemikiran .....	42
D. Hipotesis .....	43

<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Rancangan Penelitian .....	46
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47
C. Lokasi Penelitian .....	48
D. Populasi dan Sampel .....	49
E. Jenis dan Sumber Data .....	51
F. Metode Pengumpulan Data .....	51
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	53
<b>BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	58
B. Hasil Pengujian Deskriptif.....	62
C. Hasil Pengujian Hipotesis.....	63
D. Pembahasan .....	70
1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo .....	70
2. Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo .....	71
3. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo .....	73
4. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.....	74



<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>78</b>
A. KESIMPULAN .....	78
B. SARAN.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka .....	29
Tabel 3.1 Data Cabang Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo .....	49
Tabel 3.2 Deteksi Adanya Autokorelasi dengan Kriteria Durbin Watson .....	55
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolonieritas .....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda X1 dan X2 Terhadap Y .....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji F X1, X2 Dan X3 Terhadap Y.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji R <sup>2</sup> X1, X2 dan X3 Terhadap Y .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Biaya Produksi dan Laba Bersih di Outlet Parfum Isi Ulang Balong Ponorogo.....	7
Gambar 1.2 Grafik Biaya Produksi dan Laba Bersih di Outlet Parfum Isi Ulang Jabung Ponorogo .....	8
Gambar 1.3 Grafik Biaya Produksi dan Laba Bersih di Outlet Parfum Isi Ulang Keniten Ponorogo.....	9
Gambar 1.4 Grafik Volume Penjualan Di Cabang Outlet Di Ponorogo.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	60

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perusahaan dalam industri sudah berkembang, perusahaan melakukan persaingan secara ketat antar perusahaan lainnya karena kondisi ekonomi.<sup>1</sup> Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki kinerja yang baik, karena tingkat persaingan usaha semakin tinggi. Sehingga dibutuhkan perencanaan yang tepat dalam menghadapi masalah seperti masalah biaya, operasional maupun masalah pemasaran produk yang produksi.<sup>2</sup>

Pada umumnya suatu perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu untuk mendapatkan laba. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan meminimalkan biaya-biaya yang digunakan untuk proses produksi. Suatu perusahaan mengukur berhasil tidaknya usaha tergantung dari laba yang diperoleh. Adapun faktor yang membentuk laba yaitu pendapatan dan biaya.<sup>3</sup> Untuk mewujudkan tujuan tersebut, suatu perusahaan harus bisa beroperasi secara lancar dan dapat memanfaatkan sumber daya yang ada, sehingga perusahaan dapat mewujudkan keinginan memperoleh laba yang optimal. Dalam dunia bisnis kelangsungan

---

<sup>1</sup> Dwi Dewianawati, *Faktor-Faktor Nilai Penentu Perusahaan Transportasi* (Banten: Pascal Books, 2021), 10.

<sup>2</sup> Muhammad Syukriadi, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada CV. Citra Sari Makassar)," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019), 1.

<sup>3</sup> Putu Rustami, I Ketut Kriya, dan Wayan Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis," *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, Volume 2, Nomor 1, (2014).

hidup perusahaan dapat dipengaruhi banyak hal, antara lain laba perusahaan. Laba perusahaan adalah salah satu faktor untuk menentukan baik buruknya kinerja perusahaan.<sup>4</sup>

Laba hanya berupa angka yang sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan. Informasi laba yaitu bagian laporan keuangan yang bertujuan untuk menentukan kinerja manajemen suatu perusahaan. Setiap perusahaan dalam menjalankan usaha tentunya ingin memperoleh laba yang maksimum. Laba bersih dapat dikatakan sebagai laba yang dikurangi dengan biaya yang merupakan bebas perusahaan termasuk biaya pajak dalam periode tertentu.<sup>5</sup>

Biaya yang muncul dari pengolahan bahan baku menjadi produk jadi sampai produk tersebut siap untuk dijual merupakan biaya yang terkait dengan proses produksi yang dapat dikatakan sebagai biaya produksi.<sup>6</sup> Biaya produksi terdiri dari tiga bagian yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Sehingga biaya produksi dapat disimpulkan sebagai seluruh biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang digunakan untuk mengolah bahan baku sampai produk siap untuk dijual kepada konsumen maupun calon konsumen. Suatu perusahaan dapat mencapai target keuntungan yang

---

<sup>4</sup> Dalilah Siagian, "Pengaruh Perputaran Persediaan dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada UD Flamboyan Coconut Centre Batu Bara," *Skripsi* (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), 1.

<sup>5</sup> *Ibid.*,

<sup>6</sup> Ikatan Akuntan Indonesia, *Akuntansi Biaya dan Manajemen* (Jakarta: IAI, 2019), 3.

diinginkan apabila jumlah produk yang dijual diharapkan lebih besar daripada biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk.<sup>7</sup>

Adanya persaingan perusahaan, memaksa suatu perusahaan untuk mempertahankan layanan mutu barang dan tepat dalam menekan biaya produksi sehingga harga produk tetap dapat bersaing dengan cara terus-menerus melakukan perbaikan. Selain itu, suatu perusahaan harus memperhatikan biaya produksi untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan keinginan. Keuntungan akan meningkat, jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan. Jika biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun, maka laba akan menurun.<sup>8</sup>

Menurut Fatimah dan Wibawanto, untuk mempermudah kegiatan penyaluran produk kepada konsumen dari pihak produsen merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dapat dikatakan dengan pendistribusian produk. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan yaitu masalah distribusi seperti biaya pengiriman produk. Selain itu, jumlah permintaan barang, jumlah

---

<sup>7</sup> Wiwi Nur Aisyah, Indah Dewi Dumadi Mulyani, and Titi Rahmawati, "Pengaruh Harga , Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Tahu", *E-Proceeding of Management*, Volume 8, Nomor 6, (2021), 47.

<sup>8</sup> Afifatul Ulyah, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Industri Saun Whus di Desa Kadungrebug Kecamatan Sukodadi", *Skripsi* (Lamongan: Universitas Islam Darul 'Ulum, 2021) 3.



persediaan barang dan biaya angkut barang merupakan faktor yang mempengaruhi biaya distribusi.<sup>9</sup>

Biaya distribusi yaitu jumlah biaya saluran distribusi yang mencakup seluruh kegiatan usaha untuk menyampaikan barang produksi ke perusahaan dari produksi kepada para konsumen atau calon konsumen. Biaya distribusi yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa produk ke pasar ataupun ke konsumen. Melalui tujuan untuk mempermudah konsumen dalam memproduksi produk yang dijual.<sup>10</sup>

Menurut Freddy Rangkuti, suatu perolehan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi unit suatu produk disebut volume penjualan. Jumlah yang dihasilkan suatu perusahaan dari kegiatan pemasaran barang merupakan kata lain dari volume penjualan.<sup>11</sup> Selain itu, definisi volume penjualan dapat dikatakan sebagai suatu ukuran yang menentukan besarnya jumlah barang yang berhasil dijual. Perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam mendapatkan keuntungan apabila suatu perusahaan berhasil menjual produk dengan jumlah banyak.<sup>12</sup>

Menurut Edi Triwibowo dan Jumiatur, untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan dalam periode

---

<sup>9</sup> Nur Laely Fatimah and Hari Wibawanto, 'North West Corner Method (NWCM) Dan Stepping Stone Method Semarang', *Edu Komputika Jurnal*, 2.1 (2015), 48–54.

<sup>10</sup> Subagyo dkk, *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain* (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2018), 177.

<sup>11</sup> Edi Triwibowo dan Jumiatur, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan", *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, Volume 4, Nomor 2, (2019), 1–11.

<sup>12</sup> Baihaqi Ammy, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019", *Scenario*, Murni 1, (2020), 462–73.

tertentu merupakan definisi dari volume penjualan.<sup>13</sup> Jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan maka laba akan muncul. Hal tersebut merupakan hubungan volume penjualan dengan laba bersih. Besarnya penghasilan yang diperoleh dari kegiatan operasi yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan deskripsi dari volume penjualan.<sup>14</sup>

Parfum isi ulang merupakan parfum yang diracik menggunakan bibit pewangi tertentu yang disesuaikan dengan keinginan dan aktivitas konsumen. Parfum isi ulang mudah ditemukan di mal- mal ataupun ruko-ruko. Bisnis parfum isi ulang cukup prospektif, dengan maraknya outlet-outlet parfum isi ulang.<sup>15</sup> Parfum isi ulang ini mulai terkenal di Indonesia pada tahun 1980-1990. Bermula di Jakarta kemudian trendnya berpindah ke Bandung sampai saat ini sangat mudah ditemui toko parfum isi ulang di seluruh Indonesia, karena bisnis ini berkembang dan akhirnya menjamur.<sup>16</sup>

Outlet Parfum Isi ulang ini berdiri pada tahun 2015, dengan outlet pertama yaitu di Balong. Kemudian dengan jarak waktu 3-4 bulan untuk membuka cabang baru yang berada di Jetis yang dijadikan sebagai pusat toko. Jumlah outlet parfum berjumlah 4 toko, terdiri dari pusat yaitu Inti Aroma Jetis, kemudian cabang Balong, cabang Jabung dan cabang Niten. Cabang-cabang tersebut di buka sesuai

---

<sup>13</sup> Triwibowo dan Jumiatur, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan".

<sup>14</sup> Yogi Ginanjar, "Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi", *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, Volume 1, Nomor 1, (2020), 114.

<sup>15</sup> Heru Susanto dan Nataniel Kristian Susantoputra, *Bijak Memberdayakan Uang Plastik* (Jakarta: PT Gramedia, 2015), 141.

<sup>16</sup> *Ibid.*, 142.

dengan lokasi yang strategis yaitu di samping perempatan jalan. Dengan tujuan mempermudah jangkauan para konsumen maupun calon konsumen.<sup>17</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa modal yang digunakan untuk membuka usaha yaitu menggunakan modal sendiri tanpa meminjam ke pihak manapun. Prinsip pemilik outlet yaitu berdiri di kaki sendiri untuk mendirikan usaha yang akan dirintis tanpa bantuan uang dari orang lain. Owner ingin membuktikan bahwa niat yang baik untuk usaha pasti ada jalan. Modal pertama digunakan untuk membeli produk parfum, kemudian untuk menyewa ruko.<sup>18</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada karyawan di outlet parfum, menurut Wahyu parfum yang banyak disukai oleh masyarakat yaitu parfum dengan campuran alkohol. Dengan alasan parfum dicampur dengan alkohol tidak akan membekas ketika dioleskan di pakaian. Sedangkan untuk konsumen pondok lebih suka membeli parfum isi ulang tanpa campuran atau asli.<sup>19</sup>

Wawancara dilakukan juga dengan karyawan di outlet Niten, Ulfa mengatakan konsumen banyak yang mencari parfum isi ulang dengan campuran alkohol. Dengan alasan agar tidak membekas di pakaian saat dioleskan atau digunakan. Tetapi tidak sedikit konsumen juga membeli parfum murni tanpa alkohol dengan tujuan aroma parfum tahan lebih lama.<sup>20</sup> Selain itu, wawancara

---

<sup>17</sup> Andri, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

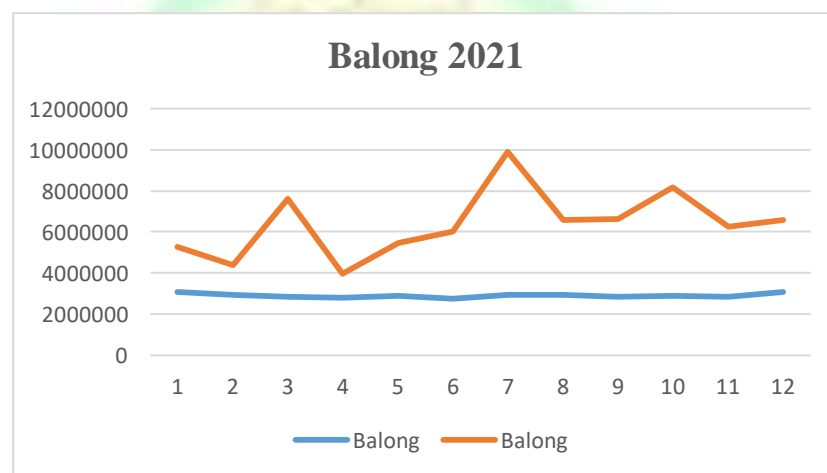
<sup>18</sup> Andri, *Wawancara*, 5 Februari 2022.

<sup>19</sup> Wahyu, *Wawancara*, 5 Februari 2022.

<sup>20</sup> Ulfa, *Wawancara*, 7 Februari 2022.

juga dilakukan dengan karyawan di outlet Balong, Menurut Dimas parfum yang best seller atau sering di cari konsumen yaitu lebih dari 10 jenis parfum dengan berbagai aroma dari yang segar, manis maupun yang beraroma strong.<sup>21</sup>

Berikut data yang diperoleh peneliti pada outlet parfum dengan tampilan diagram di ketiga cabang Inti Aroma:



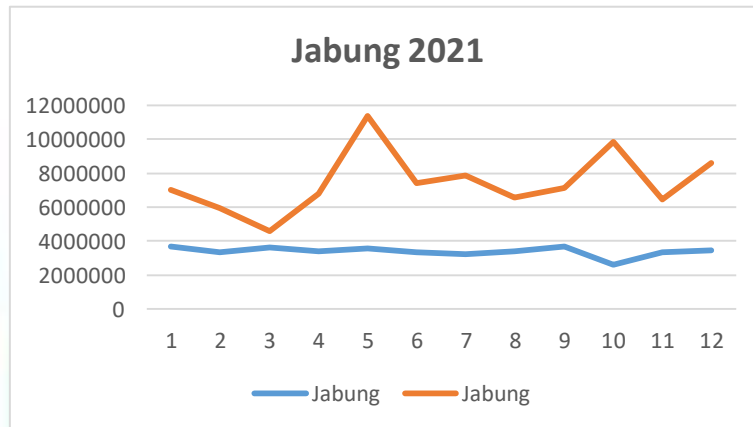
**Gambar 1.1**

### **Grafik Biaya Produksi dan Laba Bersih di Balong**

Berdasarkan gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan perolehan laba yang dikeluarkan oleh cabang Outlet Parfum Isi Ulang di Balong Ponorogo tidak stabil. Dari grafik tersebut diketahui pada bulan Februari laba bersih yang diperoleh mengalami penurunan dengan biaya produksi yang hampir sama dengan bulan dengan yang dikeluarkan pada bulan Januari 2021. Penurunan laba bersih juga terjadi pada bulan April dengan biaya produksi yang hampir sama dengan bulan Februari. Kemudian pada bulan Juli laba bersih mengalami

<sup>21</sup> Dimas, *Wawancara*, 5 Februari 2022.

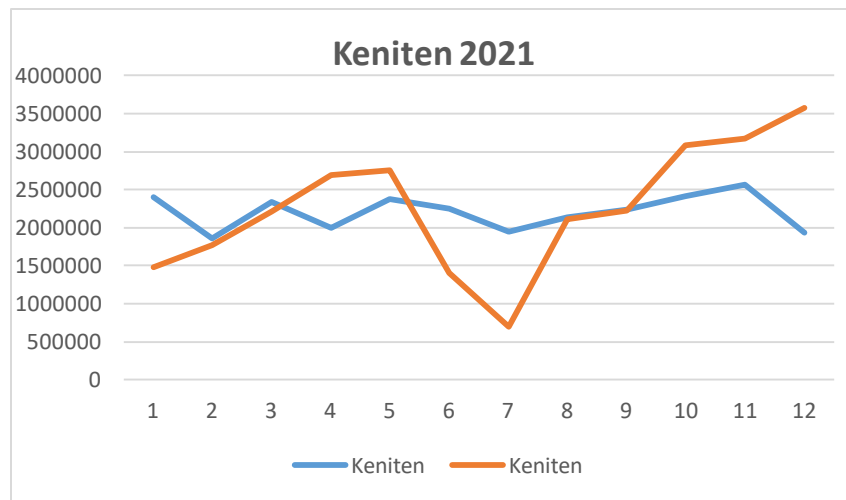
kenaikan secara pesat dari bulan-bulan lainnya, dengan biaya produksi yang setara dengan bulan April.



**Gambar 1.2**

### **Grafik Biaya Produksi dan Laba Bersih di Jabung**

Berdasarkan diagram 1.2 dapat diketahui bahwa biaya produksi dan perolehan laba bersih di Cabang Outlet Parfum Isi Ulang di Jabung Ponorogo pada bulan Maret mengalami penurunan dengan biaya produksi yang hampir sama dengan bulan Januari, akan tetapi perolehan laba bersih berbeda. Pada bulan biaya produksi lebih sedikit dari biaya-biaya produksi pada bulan lainnya, akan tetapi perolehan laba tinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan dengan laba bersih yang diperoleh tidak stabil.



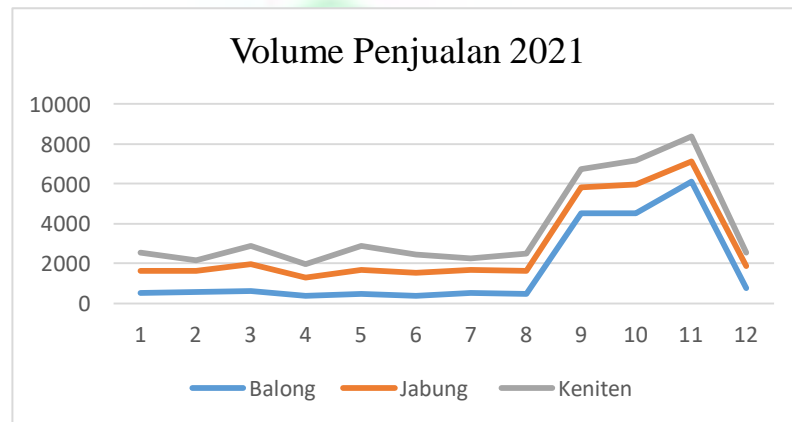
**Gambar 1.3**

### **Grafik Biaya Produksi dan Laba Bersih di Keniten**

Berdasarkan gambar 1.3 dapat diketahui bahwa biaya produksi dan laba bersih yang diperoleh pada Cabang Parfum Isi Ulang di Jabung Ponorogo tidak stabil. Hal ini dapat dilihat pada bulan Januari biaya produksi tinggi, akan tetapi perolehan laba bersih rendah. Kemudian pada bulan Juli laba bersih sangat rendah dengan biaya produksi yang dikeluarkan lebih rendah dari bulan Januari. Selain itu, ketidakstabilan laba bersih juga terjadi pada bulan Desember yaitu laba bersih mengalami kenaikan yang sangat drastic lebih tinggi dari bulan-bulan lainnya dengan biaya produksi yang setara dengan bulan Maret yaitu relative rendah.



Faktor-faktor laba bersih tidak hanya biaya, tetapi juga volume penjualan. Berikut data volume penjualan yang terdapat di ketiga Cabang Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo.



**Gambar 1.4**

#### **Grafik Volume Penjualan di Cabang Outlet**

Berdasarkan gambar 1.4 dapat diketahui bahwa volume penjualan pada ketiga Cabang Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo tidak stabil. Diketahui bahwa pada cabang Keniten volume penjualan cenderung tinggi. Dibuktikan dengan grafik pada bulan November 2021. Kemudian volume penjualan di cabang Balong cenderung rendah dari cabang lainnya. sehingga dapat disimpulkan bahwa volume penjualan tidak stabil pada setiap bulannya antar cabang Outlet lainnya.

Berdasarkan keempat grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya distribusi yang telah dikeluarkan tidak sebanding dengan perolehan laba bersih berdasarkan volume penjualan yang telah ditentukan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengendalian biaya dan manajemen distribusi

kurang tepat, sehingga perolehan laba bersih kurang maksimal. Pengendalian biaya pada suatu usaha sangat penting, karena untuk mengetahui perkembangan usaha melalui perolehan laba bersih.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan teori dengan kondisi di lapangan. Selain itu, diperkuat dengan penelitian oleh Sonnya Nurman Sasongko<sup>22</sup> dan Fipin Hidayanti<sup>23</sup> yang menunjukkan bahwa volume penjualan dengan laba bersih termasuk dalam kategori kuat dengan arah positif. Sesuai dengan fakta di Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya distribusi tinggi tidak menjamin laba bersih meningkat. Selain itu volume penjualan tinggi juga tidak menjamin laba bersih meningkat. Untuk itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan terhadap laba bersih.

Berdasarkan data yang diperoleh, dengan adanya ketidakstabilan antara biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan dengan laba bersih yang diperoleh maka peneliti akan mengadakan penelitian di outlet parfum isi ulang pada tiga cabang dari outlet Inti Aroma dengan judul **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo.**

---

<sup>22</sup> Sonnya Nurman Sasongko, "Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Industri Logam Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2012)", *Universitas Komputer Indonesia*, 2013, 1–13.

<sup>23</sup> F Hidayanti, M Yahdi, and R W DP, "Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan ...)", *Counting: Journal of ...*, 1 (2019), 88–99.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah Dari rumusan tersebut, maka di rumuskan menjadi beberapa item masalah, antara lain:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo?
2. Apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo?
3. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang Ponorogo?
4. Apakah biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini, tujuan yang akan dicapai yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang di Ponorogo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang berguna untuk mengembangkan ilmu ekonomi khususnya tentang biaya produksi, biaya distribusi, dan volume penjualan untuk meningkatkan laba bersih dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu keuntungan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Outlet Parfum Isi ulang

Bagi perusahaan dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pengendalian biaya dan penjadwalan kegiatan distribusi dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan laba dan meminimalkan biaya yang dikeluarkan. Tingkat laba yang diperoleh akan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi. Untuk meningkatkan penjualan dan laba perusahaan diperlukan pertimbangan dalam melakukan distribusi pada Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam ilmu akuntansi dan dapat menambah pengetahuan tentang pengendalian biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan untuk meningkatkan laba bersih dalam mewujudkan tujuan suatu perusahaan yaitu laba yang optimal yang dapat dijadikan informasi.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manapun, agar dijadikan referensi dan wawasan ilmu tentang akuntansi berupa biaya produksi, biaya distribusi dan pengendalian volume penjualan untuk meningkatkan keuntungan dengan tujuan memperoleh laba bersih yang optimal.

## **E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Untuk mempermudah dalam pembahasan ini agar terarah penyusun menggunakan sistematika pembahasan yang dimulai dari pendahuluan dan diakhiri dengan penutup. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah yang menyebabkan peneliti ingin melakukan penelitian ini, dan rumusan masalah yang di angkat dari latar belakang masalah.

Selain itu, dalam bab ini juga menjelaskan tujuan dan manfaat peneliti dalam melakukan penelitian ini.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menerangkan tentang landasan teori, studi penelitian terdahulu yang digunakan peneliti untuk menambah wawasan untuk penelitiannya, dan juga menjelaskan kerangka berfikir dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian yang akan dilakukan, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan serta analisis data yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian.

## **BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini berisi tentang analisis data dan pembahasan yang akan menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Laba Bersih**

###### **a. Pengertian Laba Bersih**

Laba bersih merupakan keuntungan yang telah dikurangi dengan biaya-biaya yang termasuk ke dalam beban suatu perusahaan termasuk pajak dalam waktu tertentu. Penentuan laba atau keuntungan di suatu perusahaan penting dilakukan untuk mencapai target suatu usaha dalam memperoleh keuntungan yang diinginkan. Laba merupakan informasi penting untuk menilai baik buruknya suatu perusahaan. Laba yang baik akan memberikan dampak baik pada kelangsungan hidup perusahaan.<sup>1</sup>

Menurut Kasmir laba bersih merupakan selisih hasil dari seluruh pendapatan dalam periode tertentu setelah dikurangi dengan biaya pajak yang tertera di laporan laba rugi. Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menggambarkan kondisi keuangan atau hasil usaha dalam periode tertentu. Laporan ini berfungsi untuk memudahkan dalam menilai

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Depok: Rajawali Pers, 2019), 305.

kinerja manajemen perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan laba yang diperoleh.<sup>2</sup>

Berikut cara menghitung laba:<sup>3</sup>

$$\text{Laba} = \text{Penjualan} - \text{Beban/Biaya}$$

b. Manfaat Laba Bersih

Laba rugi mempunyai manfaat yaitu untuk mengetahui kegiatan produksi dan pemasaran suatu perusahaan dalam periode tertentu menghasilkan laba atau rugi. Laporan laba rugi penting untuk di buat, agar perusahaan dapat mengevaluasi biaya-biaya yang perlu diminimalisir dalam proses produksi maupun dalam menjalankan usahanya.<sup>4</sup>

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba

Faktor yang mempengaruhi laba yaitu suatu perusahaan yang dipengaruhi dengan banyaknya biaya yang dikeluarkan, pendapatan dan volume penjualan, kondisi tersebut membuat perusahaan-perusahaan akan memperhatikan kondisi biaya produksi maupun biaya operasional yang

---

<sup>2</sup> Anggun Anggraini dan Indawati Indawati, "Perputaran Persediaan Memoderasi Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pulp & Paper", *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Volume 8, Nomor 2, (2020), 39.

<sup>3</sup> Dalilah Siagian, *Pengaruh Perputaran Persediaan Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Ud. Flamboyan Coconut Centre Batu Bara*, 2018.

<sup>4</sup> Titin Ruliana dkk. *Praktek Akuntansi Biaya* (t.k: 2021),17.

dikeluarkan dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan agar dapat mendukung kelancaran usaha suatu perusahaan.<sup>5</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih menurut Indrawan yaitu naik turunnya kuantitas unit yang dijual dan harga per unit, tidak tetapnya harga pokok penjualan. Perubahan harga pokok penjualan dipengaruhi oleh kuantitas unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dan harga beli per unit atau harga pokok per unit, naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variasi jumlah unit yang dijual variasi dalam tingkat harga dan efisiensi operasi perusahaan, naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan perubahan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan discount.<sup>6</sup>

Perusahaan yang bergerak di bidang pabrikasi melakukan kegiatan rutin produksi untuk menghasilkan suatu barang. Kegiatan produksi yang dilakukan dimulai dari pembelian bahan baku, gaji karyawan untuk mengolah bahan dan mengeluarkan biaya-biaya yang diperlukan sehingga bahan-bahan dapat diolah menjadu produk jadi yang siap untuk dijual

---

<sup>5</sup> Ammy, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019",.

<sup>6</sup> Hidayanti, Yahdi, dan DP, "Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan ...".

dengan tujuan untuk memperoleh laba. Sebagian laba yang diperoleh dari hasil penjualan akan digunakan untuk kegiatan usaha perusahaan tersebut.<sup>7</sup>

Suatu perusahaan harus mengetahui banyaknya jumlah biaya saluran distribusi yang dikeluarkan, biaya apa saja yang mengalami peningkatan. Hal ini dibutuhkan analisa yang tepat mengenai besarnya saluran distribusi yang dikeluarkan. Biaya distribusi yaitu semua biaya yang terkait dengan penjualan, distribusi dan pengantaran barang kepada konsumen. Kegiatan distribusi ini merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran yang akan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan produk suatu perusahaan.<sup>8</sup>

Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi, hal tersebut mempunyai tujuan untuk melihat peluang pasar dengan harapan dapat memperoleh laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat

---

<sup>7</sup> Christine Riani Elisabeth dan Christina Poppy Naninditya, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2019", *Jurnal Akuntansi*, Volume 14, Nomor 1, (2021), 1–13.

<sup>8</sup> Komang Suyastri Utami, Iyus Akhmad Haris, dan Made Nuridja, "Hubungan Biaya Saluran Distribusi Dengan Volume Penjualan Produk Semen Gersik Pada PT Surtikom Bhuana Perkasa", *Pendidikan Ekonomi Undhiksa*, 4.1 (2014), 1–10.

luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan.<sup>9</sup>

## 2. Biaya Produksi

### a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya merupakan uang kas atau setara dengan kas untuk mendapatkan barang atau jasa yang akan dijual dan diharapkan akan memberikan keuntungan atau laba.<sup>10</sup> Biaya dapat diartikan sebagai semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga.<sup>11</sup> Produksi adalah sesuatu yang dihasilkan suatu perusahaan berupa barang maupun jasa dalam waktu tertentu. Hasil produksi tergantung dengan kategori aktivitas bisnis yang dijalankan. Jika manufaktur, sudah pasti hasil produksi berupa barang, sedangkan bisnis berupa perhotelan, travel, pendidikan adalah produk berbentuk jasa.<sup>12</sup>

Adapun indikator biaya produksi yang dirumuskan sebagai berikut:<sup>13</sup>

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja} + \text{Biaya Overhead}$$

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya* (Jakarta: PT Elek Media Komputudo, 2005), 2.

<sup>11</sup> Ibid., 19.

<sup>12</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), 2.

<sup>13</sup> Shella Putri Yulistiani dan Gusganda Suria Manda, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Rokok Yang Terdaftar Di Bei", *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Volume 9, Nomor 12, (2020), 1117.

Biaya produksi dapat digolongkan menjadi tiga bagian antara lain sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Biaya bahan baku merupakan biaya perolehan dari semua bahan yang diproses dan kemudian menjadi produk jadi.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dibayarkan atau diberikan kepada karyawan. Biaya tersebut terdiri dari kompensasi atas seluruh tenaga kerja yang dapat ditelusuri ke obyek biaya.
- 3) Biaya overhead pabrik merupakan biaya tidak langsung yaitu seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan obyek biaya namun tidak ditelusuri ke objek biaya.

Berikut akuntansi biaya dan sistem biaya untuk mempermudah dalam kegiatan manajemen perusahaan:<sup>15</sup>

- 1) Melakukan analisis secara menyeluruh tentang perolehan laba untuk setiap kegiatan.
- 2) Melakukan perbaikan-perbaikan untuk melakukan analisis tentang kegiatan yang merugikan perusahaan.
- 3) Melakukan analisis perbandingan antara biaya yang dikeluarkan seperti jasa, produksi, dan layanan penunjang.

---

<sup>14</sup> Sofia Prima Dewi dan Septian Bayu Kristanto, *Akuntansi Biaya* (t.tp: In Media, 2013), 13.

<sup>15</sup> Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, 13.



- 4) Melakukan pengawasan terhadap laba secara keseluruhan, sehingga menjamin kontribusi masing-masing kegiatan.
  - 5) Melakukan analisis efisiensi penggunaan barang-barang baru dan penambahan modal.
  - 6) Membandingkan perusahaan dengan perusahaan pesaing sejenis untuk mengetahui perkembangan perusahaan.
  - 7) Melaksanakan kontrol internal dengan cara pengawasan biaya dan produksi untuk meningkatkan efisiensi.
- b. Hubungan antara biaya produksi dan laba bersih

Suatu perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba mengalami peningkatan, sedangkan jika biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun dan kurangnya promosi, maka laba akan mengalami penurunan.<sup>16</sup> Menurut Carter bahwa biaya produksi mempengaruhi laba, dimana biaya produksi ditingkatkan maka volume produksi akan bertambah sehingga akan meningkatkan keuntungan.<sup>17</sup>

### 3. Biaya Distribusi

---

<sup>16</sup> Ammy, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019".

<sup>17</sup> Carter, William K, *Akuntansi Biaya Edisi 14* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 129



a. Pengertian Biaya Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan suatu perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dijual agar produk mudah didapatkan maupun dijangkau para konsumen sebagai sasarannya. Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan melakukan promosi sebagai upaya untuk memperluas sasaran pasar.<sup>18</sup>

Adapun tujuan dari distribusi antara lain:<sup>19</sup>

- 1) Menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen
- 2) Mempertajam dan mengembangkan kualitas produksi
- 3) Menjaga stabilitas perusahaan
- 4) Sebagai pemerataan produk di setiap wilayah
- 5) Peningkatan nilai barang dan jasa
- 6) Supaya proses produksi merata
- 7) Mempertahankan kontinuitas proses produksi
- 8) Menjaga stabilitas harga barang dan jasa

Sehingga dapat disimpulkan, dalam kegiatan distribusi terdapat perantara pemasaran yaitu mereka yang membantu produsen dalam hal pembelian produk, menggolongkan produk agar mudah dipasarkan,

---

<sup>18</sup> Nanang Tegar, *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi* (t.k: Anak Hebat Indonesia, 2019), 2.

<sup>19</sup> *Ibid.*, 4.

mempromosikan serta menjual dan mendistribusikan barang kepada pembeli.<sup>20</sup>

Upaya distribusi produk tidak mudah karena banyaknya perusahaan-perusahaan dengan produk dan pasar yang sama sehingga terjadi kompetisi dalam memasarkan produk. Selain itu, produk-produk tidak mudah dapat ditawarkan ke pasar karena harus dapat memuaskan pelanggan dan calon pelanggan.<sup>21</sup> Berikut adalah rumus biaya distribusi menurut Subagyo<sup>22</sup>

$$\text{Biaya Distribusi atau Biaya Pengiriman} = \text{Biaya Kendaran} + \text{Biaya Upah Pengantar}$$

Berdasarkan fungsinya, manajemen distribusi dapat dilakukan sebagai berikut.<sup>23</sup>

1. Melakukan pemetaan konsumen dan menentukan target biaya yang dikeluarkan.
2. Menentukan alat transportasi yang akan digunakan.
3. Memaksimalkan kemampuan untuk mengirimkan produk secara tepat kepada konsumen.
4. Membuat penjadwalan dan menentukan pengiriman.

<sup>20</sup> Ibid., 5.

<sup>21</sup> Hendra Poltak dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)* (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021), 3.

<sup>22</sup> Subagyo dkk, *Manajemen Akuntansi Berbasis Desain* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 174.

<sup>23</sup> Eky Aristriyana & Yusup Kurnia, *Strategi Distribusi Produk Pisang Sale* (Jawa Barat: Perkumpulan Rumah Cemerlang, 2022), 5.

5. Menambah titik pengiriman barang untuk memperluas sasaran pasar.

b. Hubungan Biaya Distribusi Dengan Laba Bersih

Kegiatan promosi dan distribusi setiap perusahaan tentunya memerlukan biaya yang berbeda. Anggaran atau biaya promosi distribusi juga bergantung pada setiap strategi yang akan nantinya diterapkan oleh suatu perusahaan. Suatu perusahaan semakin berkembang, maka tuntutan terhadap peranan biaya-biaya yang dikeluarkan khususnya biaya promosi dan distribusi juga semakin besar dan dengan bertambahnya luasnya pasar agar yang dilayani dapat meningkatkan penjualan dan laba yang diinginkan oleh suatu perusahaan.<sup>24</sup>

Distribusi dipengaruhi oleh faktor psikologis konsumen sehingga biaya distribusi tidak dapat dikontrol. Hal ini disebabkan oleh selera konsumen yang setiap saat berubah, sehingga yang dipertimbangkan bukan pada penekanan biaya distribusinya yang menghasilkan volume penjualan yang besar. Namun pengelolaan biaya distribusi yang efisien yang dapat diukur dari kenaikan penjualan.<sup>25</sup>

#### 4. Volume Penjualan

a. Pengertian Volume Penjualan

---

<sup>24</sup> Melisa Feronica Laki, Grace B. Nangoi, and Heince R. N. Wokas, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Megamitra Makmur Sentosa Manado", *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, Volume 14, Nomor 1, (2019), 45–53.

<sup>25</sup> Utami, Haris, dan Nuridja, "Hubungan Biaya Saluran Distribusi Dengan Volume Penjualan Produk Semen Gersik Pada PT Surtikom Bhuana Perkasa".

Volume penjualan merupakan hasil yang dicapai dari penjualan produk suatu perusahaan. Volume penjualan dapat dikatakan sebagai total barang yang terjual oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin banyak jumlah penjualan produk yang dihasilkan, maka semakin besar keuntungan atau laba yang diperoleh.<sup>26</sup>

Faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:<sup>27</sup>

a) Produk

Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Produk disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, agar sasaran pasar tepat pada pelanggan yang memenuhi kebutuhan. Kualitas produk yang ditawarkan sangat berpengaruh kepada perolehan laba karena tergantung dari volume penjualan yang diperoleh.

b) Harga

Harga merupakan faktor yang sangat penting dalam penjualan. Penetapan harga yang tepat akan memberikan dampak baik pada laba yang diperoleh. Dalam penetapan harga bertujuan untuk mengetahui

---

<sup>26</sup> Putu Rustami, I Ketut Kirya, dan Wayan Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis", *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2.1 (2014), 1–9.

<sup>27</sup> Rakhmat Andri Atmoko & Susilowati, *Optimalisasi Digital Marketing* (Universitas Brawijaya: Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya, 2021), 69.

apakah harga dapat dijangkau konsumen atau tidak. Sesuai dengan kebutuhan saat ini, harga terjangkau lebih banyak diminati konsumen dengan tujuan hanya memenuhi kebutuhan dan tidak memperhatikan kualitas barang yang dibeli.

c) Distribusi

Faktor distribusi merupakan faktor yang harus diperhatikan, aktivitas penyalur barang tidak jauh dari kata biaya. Biaya yang dikeluarkan untuk distribusi perlu diperhatikan. Sehingga dalam penjualan harus menerapkan pengendalian biaya-biaya yang dikeluarkan. Hal ini dapat menjadikan perbaikan-perbaikan untuk menghindari adanya kerugian.

d) Promosi

Promosi merupakan faktor yang berpengaruh besar bagi laba yang diperoleh dengan jumlah volume penjualan yang dihasilkan. Kegiatan promosi dapat dijadikan sebagai alat untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Tujuan melakukan promosi yaitu upaya untuk mrembujuk konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, seperti promosi di media sosial, brosur, pamphlet, baliho dan lainnya.

e) Mutu

Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu produk yang baik, maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk. Sebagai konsumen memilih produk yang berkualitas merupakan keharusan. Karena dengan membeli produk yang sesuai dengan keinginan maka konsumen akan memberikan kepercayaan kepada perusahaan tersebut.

Berikut adalah rumus untuk menghitung varian volume penjualan:<sup>28</sup>

$$\text{Volume penjualan} = \text{Kuantitas} \text{ atau } \text{Total}$$

b. Hubungan Volume Penjualan Dengan Laba Bersih

Hubungan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan yaitu laba akan muncul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Volume penjualan menggambarkan besarnya pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari kegiatan operasi yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan.<sup>29</sup> Menurut Ibrahim besar tidaknya biaya yang dikeluarkan tidak menjamin perusahaan menghasilkan penjualan besar, dalam penetapan harga jual produk dan

<sup>28</sup> Nicholas Marpaung, "Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014", *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, Volume 8, Nomor 2, (2019), 133–42.

<sup>29</sup> Yogi Ginanjar, "Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi", 112-123.



menciptakan kestabilan volume penjualan efisiensi biaya akan menguntungkan suatu perusahaan.<sup>30</sup>

## B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu digunakan untuk memperoleh bahan perbandingan dan acuan untuk penelitian. Selain itu, sebagai sumber inspirasi yang akan membantu pelaksanaan penelitian.<sup>31</sup> Kemudian untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, baik teori-teori maupun hal lainnya. Untuk itu, peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu seperti berikut ini:

**Tabel 2.1**  
**Kajian Pustaka**

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan	Menggunakan variabel biaya produksi dan Variabel Y Laba Bersih.	Lokasi penelitian dilakukan di Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang	Dengan hasil biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. <sup>32</sup>

<sup>30</sup> Malik Ibrahim, "Pengaruh Biaya Sales Eksekutif dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Syngenta Regional Sales Area Sulawesi Selatan dan Barat," *Skripsi* (Makassar: Universitas Hasanuddin, Makassar, 2014).

<sup>31</sup> Mukhlidah dkk. *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), 28.

<sup>32</sup> Christine Riani Elisabeth dan Christina Poppy Naninditya, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang



No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015- 2019, (2021). Christine Riani Elisabeth dan Christina Poppy Naninditya.		Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015- 2019, Variabel X hanya biaya Produksi dan data yang diambil selama lima tahun. Sedangkan peneliti melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang Cabang Inti Aroma di Ponorogo.	
2.	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Usaha PT. Indofood Sukses	Menggunakan variabel (X2) Biaya Distribusi dan (Y) Laba.	Lokasi penelitian pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur TBK. Sedangkan peneliti	Variabel biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh secara signifikan

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Makmur TBK, (2021), Montaris Silaen dan Karina Silaen.		melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	terhadap laba usaha. <sup>33</sup>
3.	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Tbk. Periode 2006-2013, (2020), M. Tegar Muslim.	Menggunakan variabel biaya distribusi dan variabel Y laba bersih.	Lokasi penelitian dilakukan di PT Unilever Tbk. Periode 2006-2013. Variabel yang digunakan biaya distribusi, biaya promosi dan Variabel Y Laba bersih. Data yang diambil selama delapan tahun. Sedangkan peneliti melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang	Dengan hasil bahwa biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih secara parsial. <sup>34</sup>

<sup>33</sup> Montaris Silaen dan Karina Silaen, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Usaha PT. Indofood Sukses Makmur TBK," *Jurnal Ilmiah Simantek*, Volume 5, Nomor 1, (2021), 107-113.

<sup>34</sup> M. Tegar Muslim, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013", *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 56-64.

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
			<p>Cabang Inti Aroma di Ponorogo.</p> <p>Variabel yang digunakan peneliti biaya produksi, biaya distribusi, dan variabel Y Laba Bersih serta volume penjualan sebagai variabel moderasi.</p> <p>Data yang diambil satu tahun di setiap outlet.</p>	
4.	<p>Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara yang</p>	<p>Menggunakan variabel biaya produksi, dan volume penjualan serta variabel Y Laba Bersih.</p>	<p>Lokasi penelitian dilakukan di Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang diambil selama empat tahun. Sedangkan peneliti</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi, harga jual dan volume penjualan memiliki pengaruh dengan arah</p>

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017, (2020), Taradiva Lisna dan Denny Hambal.		melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang Cabang Inti Aroma di Ponorogo. Data yang diambil satu tahun di setiap outlet.	positif terhadap laba bersih <sup>35</sup>
5.	Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di	Menggunakan variabel X Biaya Produksi dan variabel Y Laba Bersih.	Lokasi Penelitian dilakukan di Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. Variabel X yang digunakan Biaya Produksi dan	Dengan hasil bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih. <sup>36</sup>

<sup>35</sup> Lisna dan Hambal, "Pengaruh Biaya Produksi , Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih ( Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017)".

<sup>36</sup> Maulidya Masputri Ambarini, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016", *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development (IJEFS)*, Volume 2, Nomor 4, (2020), 49–56.

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	<p>Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016, (2020), Maulidya Masputri Ambarini.</p>		<p>Volume Penjualan serta data yang diambil selama lima tahun.</p> <p>Sedangkan peneliti melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang Cabang Inti Aroma di Ponorogo.</p> <p>Variabel X yang digunakan Biaya Produksi dan Biaya Distribusi serta data yang diambil satu tahun di setiap outlet.</p>	
6.	<p>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Rokok</p>	<p>Menggunakan variabel Y Laba Bersih.</p>	<p>Lokasi penelitian dilakukan di Perusahaan Industri dan Rokok yang Terdaftar di BEI.</p> <p>Sedangkan peneliti</p>	<p>Dengan hasil nilai biaya produksi dan penjualan berpengaruh terhadap laba</p>

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	yang Terdaftar di BEI, (2020), Shella Putri dan Gusganda Suria Manda.		melakukan penelitian di Outlet Parfum isi ulang cabang Inti Aroma di Ponorogo.	bersih. <sup>37</sup>
7.	Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia), (2020), Carolita Seftianty dan Gatot Wahyu Nugroho.	Menggunakan variabel (X) biaya produksi dan Y Laba Bersih.	Lokasi penelitian pada Bursa Efek Indonesia. Sedangkan peneliti melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo.	Secara parsial biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. <sup>38</sup>
8.	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi	Menggunakan variabel X Biaya Distribusi dan Y	Penelitian menggunakan variabel Biaya	Secara simultan biaya

<sup>37</sup> Yulistiani dan Manda, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Rokok yang Terdaftar di BEI,"

<sup>38</sup> Carolita Seftianty dan Gatot Wahyu Nugroho, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia)," *JIMAT*, Volume 1, Nomor 1, (2020), 16.

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Terhadap Laba Pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado, (2019), Melisa Feronica, dkk.	Laba.	Promosi dan lokasi penelitian ini pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado. Sedangkan peneliti tidak menggunakan variabel biaya promosi dan lokasi penelitian dilakukan di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap laba. <sup>39</sup>
9.	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT	Menggunakan variabel (X) Biaya Produksi dan (Y) Laba Bersih.	Lokasi penelitian di Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI. Sedangkan peneliti melakukan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh

<sup>39</sup> Laki, Nangoi, dan Wokas, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado".



No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2017), (2019), Endang Susilawati.		penelitian di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	terhadap lab bersih. <sup>40</sup>
10.	Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Menggunakan variabel X biaya produksi dan variabel (Y) Laba Bersih.	Lokasi penelitian pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Yang Sedangkan peneliti melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. <sup>41</sup>

<sup>40</sup> Endang Susilawati, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011 – 2017)", *Manners*, Volume 2, Nomor 1, (2019), 25–39.

<sup>41</sup> Christine Riani Elisabeth dan Christina Poppy Naninditya, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2019,"

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Tahun 2015-2019, Christine Riani Elisabeth dan Christina Poppy Naninditya.			
11.	Pengaruh Biaya Produksi, Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015, (2018), Felicia dan Robinhot	Menggunakan variabel (X1) Biaya Produksi dan (Y) Laba Bersih.	Lokasi penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEL. Sedangkan peneliti Melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	Secara parsial, biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih. <sup>42</sup>

<sup>42</sup> Felicia and Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek", *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, Volume 1, Nomor 1, (2018), 1–12.

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Gultom.			
12.	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant Pada 2013-2016), (2018), Denny Prabu Syaputra, dkk.	Menggunakan variabel (X1) Biaya Produksi dan (Y) Laba Bersih.	Lokasi penelitian pada perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant. Sedangkan peneliti Melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	Variabel biaya produksi secara persial tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih. <sup>43</sup>
13.	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih, (2018),	Menggunakan variabel X biaya produksi dan variabel Y laba bersih.	Penelitian dilakukan dengan menggunakan dua variabel X. Sedangkan peneliti menggunakan tiga	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh

<sup>43</sup> Denny Prabu Syaputra dkk, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant Pada 2013-2016)," e-*Proceeding of Management*, (2018), 549-557.

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Masta Sembiring dan Siti Aisyah Siregar.		variabel X.	signifikan terhadap laba bersih. <sup>44</sup>
14.	Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2016), (2017),	Menggunakan variabel (X) Biaya Produksi dan (Y) Laba Bersih.	Penelitian tidak menggunakan variabel moderasi dan lokasi penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Sedangkan peneliti menggunakan variabel moderasi dan lokasi penelitian di Outlet parfum isi ulang di Ponorogo.	Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan otomotif dan komponen yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2016. <sup>45</sup>

<sup>44</sup> Masta Sembiring dan Siti Aisyah Siregar, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, Volume 2, Nomor 3, (2018), 138.

<sup>45</sup> Asep Sepulloh Akbar, "Pengaruh Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2016)", (2017).

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Asep Sepulloh Akbar.			
15.	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis, (2014), Putu Rustami, dkk.	Menggunakan variabel (X1) Biaya Produksi dan (Y) Laba Bersih.	Lokasi penelitian di Banyuatis. Sedangkan peneliti Melakukan penelitian di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.	Terdapat pengaruh secara simultan dari biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba. <sup>46</sup>

Sumber: Diolah Tahun 2022.

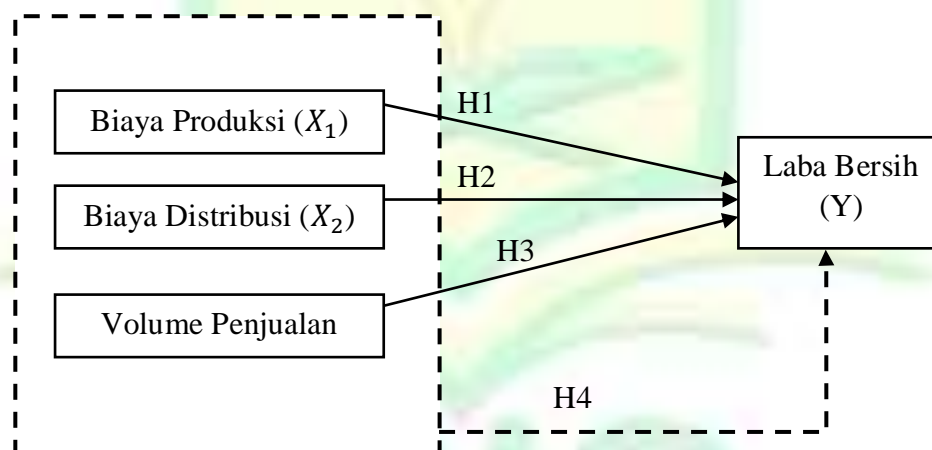
Berdasarkan kajian pustaka diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 15 penelitian terdapat 6 penelitian yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Kemudian 4 penelitian yang menyatakan biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih. Sedangkan 3 penelitian yang menyatakan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa laba bersih suatu perusahaan

<sup>46</sup> Rustami, Kirya, dan Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis".

tergantung dengan pengendalian biaya. Pengendalian biaya dan penerapan manajemen distribusi yang tepat akan memberikan dampak baik bagi perusahaan terutama dalam perolehan laba yang optimal.

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan modal konseptual tentang bagaimana teori-teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.<sup>47</sup> Untuk mengetahui masalah dalam penelitian ini, perlu adanya kerangka pemikiran dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran pada suatu penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Berpikir**

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 19.

Keterangan:

—————▶ Secara parsial

-----▶ Secara simultan

Kerangka pemikiran pada gambar 2.1 menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan terhadap laba bersih. Variabel yang dipengaruhi adalah laba bersih (Y), variabel yang mempengaruhi adalah biaya produksi ( $X_1$ ), biaya distribusi ( $X_2$ ) dan volume penjualan ( $X_3$ ).

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu perumusan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan dan dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan atau penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan.<sup>48</sup>

1. Hipotesis untuk pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Felicia dan Robinhot,<sup>49</sup> Maulida Masputri Ambarini,<sup>50</sup> serta Putu Rustami<sup>51</sup> dkk bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih.

---

<sup>48</sup> Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi* (Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2005), 168.

<sup>49</sup> Felicia dan Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015," 9.

<sup>50</sup> Maulidya Masputri Ambarini, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016," 56.



$H_{01}$  : Biaya Produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a1}$  : Biaya Produksi Berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

2. Hipotesis untuk pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Melisa Feronica<sup>52</sup> dan M Tegar Muslim.<sup>53</sup> Bahwa biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih yang diperoleh.

$H_{02}$  : Biaya Distribusi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a2}$  : Biaya Distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

3. Hipotesis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada outlet parfum isi ulang Ponorogo?

$H_{03}$  : Volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a3}$  : Volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

---

<sup>51</sup> Rustami, Kirya, dan Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis."

<sup>52</sup> Laki, Nangoi, dan Wokas.

<sup>53</sup> Muslim.

4. Hipotesis untuk pengaruh biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan terhadap terhadap laba bersih.

$H_{04}$  : Biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a4}$  : Biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian atau desain penelitian adalah suatu strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan sebagai pedoman penelitian pada seluruh proses penelitian.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini menunjukkan hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih yaitu pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi di Outlet parfum Isi ulang Ponorogo.

Rancangan penelitian atau research design dalam arti umum meliputi suatu proses penelitian yang dilakukan mulai dari mengajukan pertanyaan penelitian hingga ditemukan jawaban pertanyaan penelitian.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini menunjukkan hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih yaitu pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi di Outlet parfum Isi ulang Ponorogo.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti populasi atau

---

<sup>1</sup> Sandu Suyoto & Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian* (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), 98.

<sup>2</sup> Ulber Silalah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Refija Aditama, 2015), 97-98.

sampel tertentu, selain itu teknik pengambilan sampel rata-rata dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistika dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>3</sup> Penelitian kuantitatif menganalisis data secara deduktif. Hal ini dikarenakan hipotesis yang disusun berdasarkan teori yang sudah ada yang mendeskripsikan keadaan umum suatu rancangan. Hipotesis yang telah disusun akan dibuktikan melalui fakta-fakta yang ada di lapangan.<sup>4</sup>

## **B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

### **1. Variabel Penelitian**

Secara teoritis variabel dapat diartikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang memiliki "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek lain.<sup>5</sup> Berikut merupakan definisi dari variabel antara lain sebagai berikut:<sup>6</sup>

#### **a. Variabel Independen**

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas pada penelitian ini merupakan

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 8.

<sup>4</sup> Fausiah Nurlan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pare-Pare : CV. Pilar Nusantara, 2019), 16.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 38.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 39.

( $X_1$ ) biaya produksi, ( $X_2$ ) biaya distribusi dan volume penjualan ( $X_3$ ).

Ketiga variabel tersebut menjadi sebab timbulnya variabel dependen.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat pada penelitian ini merupakan (Y) laba bersih, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang muncul akibat adanya variabel bebas.

## 2. Definisi Operasional

Aspek penelitian yang memberikan informasi tentang cara mengukur suatu variabel dalam penelitian disebut dengan definisi operasional. Informasi dijelaskan dalam definisi operasional sangat membantu peneliti lain yang menggunakan variabel yang sama untuk diteliti. Berdasarkan informasi tersebut akan mengetahui cara pengukuran terhadap variabel.<sup>7</sup>

### C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo yaitu di tiga cabang Inti Aroma. Cabang parfum yang diteliti yaitu cabang Balong outlet Inti Aroma dengan lokasi di perempatan Balong, kemudian cabang Jabung outlet Jaya Aroma di perempatan Jabung serta cabang Keniten Jaya Aroma di perempatan Keniten.

---

<sup>7</sup> Vivi Candra dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian* (t.k: Yayasan Kita Menulis, 2021), 90.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan ciri khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi tidak hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.<sup>8</sup>

Keseluruhan obyek yang akan diteliti merupakan definisi dari populasi. Populasi ini sering disebut juga *universe*. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada pada obyek dapat diukur atau diamati.<sup>9</sup> Seluruh individu atau objek yang terkait yang diperoleh dari keseluruhan objek yang diamati dapat diartikan sebagai populasi.<sup>10</sup>

Populasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

#### **Data Outlet Parfum Isi ulang Di Ponorogo**

No.	Nama Outlet	Cabang
1.	Inti Aroma	Jetis
2.	Inti Aroma	Balong
3.	Jaya Aroma	Jabung

<sup>8</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 66.

<sup>9</sup> Enny Radjab dan Andi Jam'an, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 99.

<sup>10</sup> Douglas A. Lind dkk. *Teknik-Teknik Statistik dalam Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 8.



4.	Jaya Aroma	Keniten
----	------------	---------

## 2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian.<sup>11</sup> Peneliti diharapkan mampu melakukan pemahaman yang baik untuk pemilihan sampling yang akan digunakan, sampel mana yang akan diambil maupun penentuan jumlah sampel untuk menentukan sampel yang tepat.<sup>12</sup>

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* untuk pengambilan sampel. *Purposive sampling* merupakan pemilihan sekelompok obyek dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya yang didasarkan pada karakteristik tertentu yang dipandang mempunyai keterkaitan. Dengan karakteristik tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian yang merupakan unit sampel yang disesuaikan.<sup>13</sup> Teknik *purposive sampling* merupakan jenis teknik *non probability* yang dapat dikatakan sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus.<sup>14</sup>

Kriteria pada populasi ini antara lain, Outlet memiliki laporan pembukuan keuangan yang lengkap pada tahun 2021. Terdapat catatan biaya distribusi lengkap serta jenis produk parfum yang *best seller* sama.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 81.

<sup>12</sup> Enny Radjab dan Andi Jam'an, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 99.

<sup>13</sup> Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 118.

<sup>14</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, 57.



Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut peneliti mengambil sampel pada ketiga cabang yaitu cabang Balong, Jabung dan Keniten pada tahun 2021.

## **E. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data penelitian yaitu data kuantitatif, merupakan data dalam bentuk angka, sebagai hasil dari pengamatan atau pengukuran yang dapat diukur dan dihitung secara langsung yang berupa informasi yang dinyatakan dengan bentuk angka.<sup>15</sup>

### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah ada dengan kata lain peneliti sebagai tangan kedua. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, Biro Pusat Statistik (BPS), dan lainnya.<sup>16</sup> Pada penelitian ini data diperoleh langsung dari laporan pembukuan tahun 2021 di Outlet Parfum Ponorogo cabang Inti Aroma.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi sebagai berikut:

### **1. Wawancara**

---

<sup>15</sup> Rusydi Ananda & Muhammad Fadhli, *Statistik Pendidikan* (Medan: CV. Widya Puspita, 2018), 40.

<sup>16</sup> Ibid.

Timbal balik dalam memberikan beragam tanggapan sesuai tujuan penelitian dengan situasi sosial antara dua orang, dimana proses psikologis yang terlibat membutuhkan kedua individu merupakan definisi wawancara.<sup>17</sup> Wawancara dilakukan dengan pemilik outlet untuk memperoleh data antara lain sejarah berdirinya usaha dan modal usaha. Selain itu wawancara juga dilakukan dengan karyawan outlet untuk memperoleh data laporan pembukuan dan buku penjualan serta informasi parfum-parfum yang *best seller*.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada merupakan metode dokumentasi. Teknik pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen merupakan pengumpulan data dengan dokumentasi.<sup>18</sup>

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah pertama, peneliti akan melakukan wawancara dengan pemilik usaha dan beberapa pegawai yang terkait dibidang keuangan di Outlet tersebut. Selanjutnya peneliti akan mengambil data dari berbagai catatan atau gambar untuk mendukung penelitian, yaitu mendokumentasikan laporan pembukuan dan laporan penjualan.

---

<sup>17</sup> Ibid., 408

<sup>18</sup> Ibid., 149.

## G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode pengolahan data program aplikasi IBM SPSS 22. Analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data yaitu mengelompokkan data sesuai dengan variabel dari semua responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu cara yang dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi secara normal.<sup>19</sup> Model regresi yang baik adalah nilai residual memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.<sup>20</sup> Penelitian ini menggunakan uji Shapiro-Wilk. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika  $\text{sig} > 0,05$  maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal tetapi jika  $\text{sig} < 0,05$  maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal.

*Hipotesis:*

$H_0$  : Data berdistribusi normal

$H_a$ : Data tidak berdistribusi normal

---

<sup>19</sup> Muammar Rinaldi dan Ihdina Gustina, *Pengantar Statistika* (Medan: Larispa Indonesia 2022), 42.

<sup>20</sup> Iman Supriadi, *Metode Riset Akuntansi* (Yogyakarta: Depublish Publisher, 2020), 222.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.<sup>21</sup> Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>22</sup>

Hipotesis yang digunakan:

H<sub>0</sub>: varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas).

H<sub>a</sub>: varian residual tidak homogen (terjadi kasus heteroskedastisitas).

Jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima artinya tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan uji yang ditujukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas (variabel independen).<sup>23</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik uji multikolinieritas yang digunakan yaitu metode VIF jika nilai VIF < 10 dapat disimpulkan (tidak terjadi multikolinieritas).

---

<sup>21</sup> Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018),16.

<sup>22</sup> Mochammad Ilyas Junjuna dan Ajeng Tita Nawangsari, *Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 5.

<sup>23</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jawa Timur: Kbm Indonesia, 2021), 70.

d. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi merupakan uji autokorelasi dengan syarat korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.<sup>24</sup> Regresi yang bebas dari gejala autokorelasi merupakan model regresi yang baik.<sup>25</sup> Untuk mengdianognis adanya autokorelasi maka dilakukan pengujian melalui uji Durbin Watson (uji dW) dalam suatu model dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Deteksi Adanya Autokorelasi Dengan Kriteria Durbin Watson**

Hipotesis nol	Jika
Ada autokorelasi positif	$dW < dL$
Tanpa Kesimpulan/ragu-ragu	$dL < dW < dU$
Tidak ada autokorelasi	$dU < dW < 4 - dU$
Tanpa Kesimpulan/ragu-ragu	$4 - dU < dW < 4 - dL$
Ada autokorelasi positif	$4 - dL < dW < 4$

Sumber: Tabel Durbin Watson.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis pada penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif.

Pada regresi berganda ini terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu

<sup>24</sup> Iman Supriadi, *Metode Riset Akuntansi*, 95.

<sup>25</sup> Firdaus, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Riau: Dotplus Publisher, 2021), 34.

variabel bebas. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:<sup>26</sup> Menguji pengaruh biaya produksi ( $X_1$ ), biaya distribusi ( $X_2$ ) dan volume penjualan ( $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap laba bersih (Y)

(Hipotesis 4)

$$\text{Persamaan: } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y : Laba Bersih

X1 : Biaya Produksi

X2 : Biaya Distribusi

X3 : Volume Penjualan

$\beta_1$  : Koefisien Biaya Produksi

$\beta_2$  : Koefisien Biaya Distribusi

$\beta_3$  : Koefisien Volume Penjualan

e : Error

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Uji t (Uji Parsial)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah berpengaruh signifikan atau tidak<sup>27</sup> untuk pengambilan kesimpulan dapat dibuktikan dengan nilai

---

<sup>26</sup> Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS* (Medan: PT Penertbit Mitra Group, 2020), 90.

<sup>27</sup> Eddy Roflin dkk, *Analisis Korelasi dan Regresi* (Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2022), 180.



sig pada tabel anova dan dapat membandingkan dengan melihat taraf kesalahan sebesar 5% atau 0,05 atau jika  $\text{sig} < 0,05$  dan jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka tolak  $H_0$ .<sup>28</sup>

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap variabel terikat Y secara bersama-sama/simultan.<sup>29</sup> Untuk pengambilan kesimpulan dapat dinyatakan dengan melihat keputusan pada tabel annova jika nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau dengan  $\text{sig} < 0,05$  maka dinyatakan  $H_0$  ditolak.<sup>30</sup>

c) Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi)

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu yang mengindikasikan besarnya kombinasi variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi nilai variabel terikat.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Suci Septia Ningsih, Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Bank BRI Syariah KC Madiun, *skripsi*, 2019, 49-50.

<sup>29</sup> Mochammad Ilyas Junjuna dan Ajeng Tita Nawangsari, *Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan Eview dalam Penelitian Bisnis*, 6.

<sup>30</sup> Eddy Roflin dkk, *Analisis Korelasi dan Regresi*, 10.

<sup>31</sup> Rifkan, *Membaca Hasil Regresi Data Panel* (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2022), 43



## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Outlet Parfum Isi ulang

Outlet Parfum Isi ulang ini berdiri pada tahun 2015. Sebelum mendirikan outlet parfum owner bekerja sebagai sales parfum. Dari pekerjaan tersebut, owner memilih untuk mendirikan usaha yaitu berupa outlet parfum isi ulang. Outlet yang pertama kali yaitu berada di Blitar Jawa Timur. Akan tetapi outlet tersebut hanya berjalan selama setengah Tahun. Owner mendapatkan saran dari Kyai atau Gurunya untuk menutup outlet yang ada di Blitar dengan syarat boleh membawa semua parfum yang ada di Outlet untuk dijual di Ponorogo. Sehingga owner memutuskan untuk menutup outlet yang ada di Blitar. Dari masalah tersebut owner mencari tempat yang strategis untuk membuka outlet di Ponorogo. Outlet pertama yang dibuka yaitu Inti Aroma Balong. Balong merupakan daerah yang baik untuk dijadikan sebagai tempat usaha.<sup>1</sup>

Outlet parfum ini memiliki 3 cabang yang berada di Ponorogo, antara lain di Jabung dengan nama outlet Jaya Aroma, Balong dengan nama outlet Inti Aroma dan Keniten dengan nama outlet Jaya Aroma. Cabang tersebut dibuka dengan jangka waktu kurang lebih 4-5 bulan setiap cabangnya. Usaha ini bergerak di bidang industri yang menjual berbagai jenis parfum. Selain

---

<sup>1</sup> Andri, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

parfum, outlet ini juga menjual perlengkapan parfum seperti botol parfum dari berbagai jenis mulai ukuran kecil, sedang hingga besar. Harga botol tergantung dari besar kecilnya ukuran. Selain itu, parfum yang dijual tidak hanya parfum untuk keperluan sehari-hari, akan tetapi outlet ini juga menyediakan parfum laundry. Masing-masing outlet menyediakan berbagai jenis aroma parfum kurang lebih 100 jenis aroma parfum dengan jenis aroma manis, segar ataupun aroma yang strong. Parfum isi ulang ini dijual dengan pilihan campuran alkohol maupun asli. Konsumen mempunyai hak untuk memilih parfum dengan campuran ataupun asli tanpa campuran. Parfum dengan campuran tidak akan membekas di pakaian, akan tetapi jika parfum asli atau murni akan membekas di pakaian dengan kelebihan aroma parfum tahan lama.<sup>2</sup>

Outlet parfum ini mengenalkan produk kepada konsumen yang datang dengan memberikan olesan parfum di pakaian. Dengan tujuan konsumen akan mengetahui aroma parfum yang lainnya. Sehingga konsumen akan kembali lagi untuk membeli parfum dengan aroma yang berbeda. Selain itu, konsumen tersebut akan memberikan informasi aroma parfum tersebut kepada teman maupun kerabat dengan tujuan menambah konsumen pada outlet parfum isi ulang. Cara tersebut dilakukan agar konsumen dan masyarakat mengenal parfum dan jenis aroma yang lainnya untuk kebutuhan sehari-hari.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Andri, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

<sup>3</sup> Andri, *Wawancara*, 29 Januari 2022.

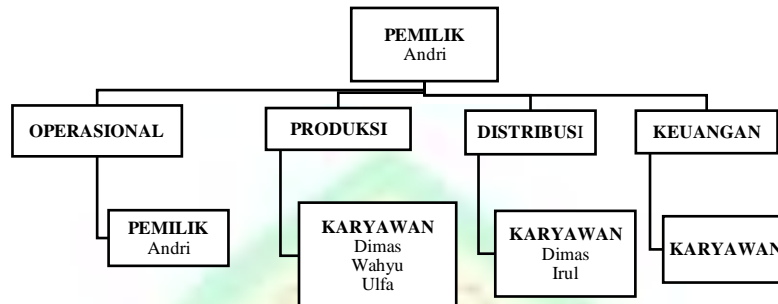
## 2. Struktur Organisasi Outlet Parfum Isi ulang

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu perusahaan, perlu diketahui batas-batas tugas dan pertanggung jawaban masing-masing anggota atau karyawan yang ada didalam perusahaan, tugas dan tanggung jawab setiap bagian anggotanya harus saling bekerjasama untuk mewujudkan keinginan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba serta demi kelangsungan hidup perusahaan.<sup>4</sup>

Outlet parfum isi ulang ini memiliki kriteria bentuk organisasi dimana di dalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang didelegasikan kepada anggota-anggotanya. Bentuk organisasi outlet parfum isi ulang ini yaitu organisasi lini merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab langsung secara vertikal yang didasarkan dengan tugas jabatan tiap tingkatan atasan dan bawahan.

---

<sup>4</sup> Muhammad Syukriadi, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016), 72.



**Gambar 4.1**

### **Struktur Organisasi**

*Sumber: Struktur Organisasi di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo*

Keterangan:

Dari struktur organisasi diatas, dapat dideskripsikan tugas dan wewenang masing-masing pada masing-masing divisi antara lain:

- a) Pemilik, mempunyai tugas untuk mengawasi sekaligus penyelenggara sebagian tugas di bidang pembelian barang.
- b) Operasional, bertugas untuk membuat jadwal operasional dan membeli barang dari *supplier* serta melaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
- c) Produksi, bertugas untuk menakar ataupun menimbang barang sesuai dengan keinginan konsumen.
- d) Distribusi, bertugas untuk mengirimkan barang dari pusat ke cabang outlet parfum lainnya.

- e) Keuangan, bertugas untuk mengolah setiap transaksi penjualan barang dan membuat laporan penjualan harian maupun per periode.

## B. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan gambaran objek yang diteliti dengan apa adanya tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi<sup>5</sup>

**Tabel 4.1 Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Devation
X1	36	1.865.091	3.665.424	2.830.187,89	5.350.081,95
X2	36	20.000	45.000	36.666.67	1.195.228,6
X3	36	369	609	1.234	1.222
Y	36	7.026.25	1.135.696	5378157.33	2.693.444,382

Sumber: Data Laporan Keuangan diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa biaya produksi yang dikeluarkan setiap bulan rata-rata sebesar Rp. 2.830.187,89 dengan biaya maksimum Rp. 3.665.424 dan biaya minimum Rp. 1.865.091. Untuk variabel biaya distribusi diketahui yang dikeluarkan setiap bulan rata-rata sebesar Rp.36.666.67 dengan biaya maksimum Rp.45.000 dan biaya minimum Rp. 20.000. Untuk variabel volume penjualan diketahui setiap bulan memperoleh rata-rata sebesar 1.234 ml, dengan jumlah maksimum 609 ml, dan biaya minimum sebesar 369 ml. sedangkan untuk laba bersih diketahui setiap bulan rata-rata sebesar Rp.5.378.158 dengan jumlah maksimum Rp.1.135.696 dan jumlah minimum Rp.7.026.25.

<sup>5</sup> Rochmat Ady Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), 17.

## C. Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

**Tabel 4.2 Uji Normalitas**

	Shapiro Wilk		
	Statistik	N	Signifikansi
<i>Unstandardized Residual</i>	0,969	36	0,407

Sumber: Data diolah 2022

Penelitian ini menggunakan uji Shapiro Wilk. Berdasarkan Tabel 4.2 diperoleh sig sebesar  $0,407 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolonieritas

**Tabel 4.3 Uji Multikolonieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ln_X <sub>1</sub>	0,493	2,027	Tidak Terjadi Multikoloniaritas
Ln_X <sub>2</sub>	0,496	2,016	Tidak Terjadi Multikoloniaritas
Ln_X <sub>3</sub>	0,946	1,057	Tidak Terjadi Multikoloniaritas

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui nilai VIF Variabel Biaya Produksi, Variabel Biaya Distribusi dan Variabel Volume Penjualan berturut-turut sebesar 2,027, 2,016, dan 1,057. Karena semua nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi kasus multikolinieritas pada model regresi.



### c. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.4 Uji Autokorelasi**

Tabel Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	dU	4-dU	
1,730	1,6539	2,3461	Tidak Terjadi Kasus Autokorelasi

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui nilai Durbin Watson (dW) adalah sebesar 1,730. Kemudian nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson pada signifikansi 5% dengan rumus (k;N). Adapun jumlah variabel independen adalah tiga atau "k" = 3, sementara jumlah sampel "n" = 36, maka (k;N) = (3;36). Dari Tabel Durbin Watson diketahui nilai dU sebesar 1,6539 dan nilai dL= 1,2953. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $dU = 1,6539 < dW = 1,730 < 4-dU = 2,3461$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi kasus autokorelasi.

### d. Uji Heterokedastisitas

**Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas**

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Ln_X <sub>1</sub>	0,019	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ln_X <sub>2</sub>	0,130	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ln_X <sub>3</sub>	0,626	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah 2022



Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui nilai signifikansi untuk variabel biaya produksi ( $\ln_{X_1}$ ) sebesar 0,019, biaya distribusi ( $\ln_{X_2}$ ) sebesar 0,130, dan Volume penjualan sebesar ( $X_3$ ) sebesar 0,626 maka nilai signifikansi ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,05 dan kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 2. Uji Hipotesis

a. Hasil Pengujian Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

1) Uji Regresi Berganda terhadap pengaruh antara Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih

**Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien (B)	Sig
Constant	-4087650,508	0,287
$\ln_{X_1}$	3,371	0,001
$\ln_{X_2}$	-13,905	0,733
$\ln_{X_3}$	353,630	0,190

Sumber : Data diolah 2022.

Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh model regresi berganda sebagai berikut:

$$\ln_Y = -4087650,508 + \ln_{3,371}X_1 - 13,905 X_2 + \ln_{353,630}X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta ( $b_0$ ) sebesar -4087650,508 menunjukkan apabila ( $\ln_{X_1}$ ) Biaya Produksi, ( $\ln_{X_2}$ ) Biaya Distribusi, dan ( $\ln_{X_3}$ ) Volume Penjualan dengan hasil tersebut maka Laba Bersih, maka tidak dapat diartikan.
- b) Nilai koefisien regresi variabel Biaya Produksi, bernilai positif sebesar 3,371 menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel Biaya Produksi, terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Hal ini berarti jika Biaya Produksi ditingkatkan 1 juta rupiah maka Laba Bersih akan meningkat 3,371 juta rupiah dengan asumsi variabel lainnya tidak berubah.
- c) Nilai koefisien regresi variabel Biaya Distribusi bernilai negatif sebesar -13,905 ribu rupiah menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel Biaya Distribusi terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Hal ini berarti jika Biaya Distribusi ditingkatkan satu 1 juta rupiah maka Laba Bersih akan menurun sebesar -13,905 ribu rupiah .
- d) Nilai koefisien regresi variabel volume penjualan bernilai positif sebesar 0,094 menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel volume penjualan terhadap laba bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Hal ini berarti jika volume penjualan

meningkat satu ml maka laba bersih akan meningkat sebesar 0,094 rupiah asumsi variabel lainnya tidak berubah.

2) Uji t

a) Pengaruh Biaya Produksi ( $X_1$ ) terhadap Laba Bersih (Y)

$H_{01}$  : Biaya Produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a1}$  : Biaya Produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa nilai signifikan yaitu  $0,001 < 0,05$  maka tolak  $H_0$  dan dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

b) Pengaruh Biaya Distribusi ( $X_2$ ) terhadap Laba Bersih (Y)

$H_{02}$  : Biaya Distribusi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Laba Bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a2}$  : Biaya Distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap Laba Bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa nilai signifikan  $0,733 > 0,05$  maka terima  $H_{02}$  dan dapat disimpulkan bahwa biaya

distribusi tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

c) Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Y)

$H_{03}$  : Volume penjualan tidak memoderasi biaya produksi terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

$H_{a3}$  : Volume penjualan memoderasi biaya produksi terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa nilai signifikansi 0,190 > 0,05 maka terima  $H_{03}$  dan dapat disimpulkan bahwa volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

3) Uji F Biaya Produksi ( $X_1$ ), Biaya Distribusi ( $X_2$ ), dan Volume Penjualan ( $X_3$ ) terhadap Laba Bersih (Y)

$H_{04}$ : Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume penjualan tidak berpengaruh simultan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo.

$H_{a4}$ : Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume penjualan berpengaruh simultan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo.

**Tabel 4.7****Hasil Uji F**

<b>F</b>	<b>Sig</b>
13,606	0,000

Sumber: Data diolah 2022.

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05, sehingga terima  $H_{a4}$  yang artinya Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume berpengaruh simultan terhadap Laba Bersih Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo.

**Tabel 4.8****Hasil Uji R<sup>2</sup>**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
0,749	0,561

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa nilai R square yang diperoleh sebesar 0,561 memiliki arti bahwa biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan mampu menjelaskan variabilitas/variasi dari laba bersih sebesar 56,1% dan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

## D. Pembahasan

### 1) Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa biaya produksi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih dapat dilihat dengan uji regresi berganda yang menunjukkan besaran koefisien variabel. Hasil uji regresi berganda menunjukkan biaya produksi ( $X_1$ ) menunjukkan tanda positif, artinya biaya produksi ( $X_1$ ) memiliki hubungan berbanding lurus atau searah dengan laba bersih di Outlet Parfum Isi Ulang Ponorogo. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi adalah 0,001 yang berarti  $< 0,05$  artinya Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan di atas dapat diketahui bahwa hipotesis pertama ( $H_{a1}$ ) yang menyatakan Biaya Produksi Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Refill Ponorogo diterima. Variabel Biaya Produksi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika biaya produksi ditingkatkan, maka laba bersih akan meningkat.

Hasil pengujian ini sesuai dengan pernyataan Baihaqi Ammy bahwa banyaknya biaya-biaya yang dikeluarkan, pendapatan dan volume penjualan

merupakan faktor yang mempengaruhi laba. Salah satu faktornya yaitu biaya produksi, sehingga perusahaan harus mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan agar dapat mendukung kelancaran usaha dengan cara memperhatikan kondisi biaya produksi maupun biaya operasional yang dikeluarkan.

Selain itu, diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulidya Masputri Ambarini menyatakan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Dan hasil penelitian Putu Rustami, dkk menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan terhadap biaya produksi terhadap laba. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Dengan hasil ini Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo diharapkan mampu meningkatkan biaya produksi secara maksimal agar mencapai laba perusahaan yang optimal.

## **2) Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo**

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa biaya distribusi ( $X_2$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap laba bersih dapat dilihat dengan uji regresi berganda yang menunjukkan besaran koefisien variabel. Hasil uji regresi berganda menunjukkan biaya distribusi ( $X_2$ ) menunjukkan tidak signifikan, artinya biaya distribusi ( $X_2$ ) memiliki hubungan tidak berbanding



lurus atau tidak searah dengan laba bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Berdasarkan uji t diketahui nilai signifikansi sebesar 0,733 yang berarti  $> 0,05$  artinya Biaya Distribusi tidak berpengaruh terhadap variabel Laba Bersih.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan di atas dapat diketahui bahwa hipotesis pertama ( $H_{a2}$ ) yang menyatakan biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo ditolak. Variabel biaya distribusi tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih di Outlet Parfum Isi ulang di Ponorogo.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan pernyataan Melisa Feronica, bahwa semakin berkembang suatu perusahaan, maka semakin besar tuntutan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan khususnya biaya distribusi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan laba yang diinginkan oleh suatu perusahaan karena bertambah luasnya pasar. Selain itu, hasil pengujian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Montaris Silaen dan Karina Silaen menyatakan bahwa biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih secara parsial. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo tidak mempengaruhi laba bersih. Dengan hasil ini Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo diharapkan mampu menerapkan pengelolaan biaya distribusi yang efisien yang dapat diukur dari kenaikan penjualan.

### **3) Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi Ulang Ponorogo**

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa variabel volume tidak berpengaruh terhadap laba bersih dapat dilihat berdasarkan dari uji regresi berganda. Hasil uji menunjukkan bahwa koefisien persamaan regresi berganda tersebut tidak berbanding lurus dan dapat diketahui dengan melihat nilai signifikansi yaitu  $0,190 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel volume penjualan ( $X_3$ ). Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga ( $H_{03}$ ) yang menyatakan bahwa variabel volume penjualan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap laba bersih ditolak. Artinya variabel volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan pernyataan Carter bahwa biaya produksi mempengaruhi laba, dimana biaya produksi ditingkatkan maka volume produksi akan bertambah sehingga akan meningkatkan keuntungan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taradiva bahwa biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa tingkat laba bersih Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo tidak hanya terpaku pada volume penjualan, melainkan yang berkaitan dengan faktor lainnya seperti faktor promosi ataupun biaya lainnya. Hal ini dikarenakan volume penjualan yang ditargetkan kurang tepat. Sehingga dibutuhkan perencanaan yang tepat untuk

memperoleh laba sesuai dengan keinginan Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo.

#### **4) Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih di Outlet Parfum Isi Ulang Ponorogo**

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan terhadap laba bersih berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap laba bersih di Outlet parfum isi ulang di Ponorogo dilakukan dengan hasil uji F. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah  $0,000 < 0,05$ . Artinya pengaruh simultan antara biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan yang berpengaruh signifikan terhadap variabel laba bersih. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan secara simultan sebesar 0,561 memiliki arti bahwa bahwa biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan mampu menjelaskan variabilitas/variasi dari laba bersih sebesar 56,1% dan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Baihaqi Ammy, bahwa faktor yang mempengaruhi laba antara lain banyaknya biaya yang dikeluarkan, pendapatan dan volume penjualan. Akan tetapi di Outlet Parfum Isi Ulang ini terdapat faktor lainnya yang berpengaruh terhadap laba yang

diperoleh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih.

Pengeluaran biaya pada Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo ini melebihi target akan menyebabkan laba bersih yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan oleh Outlet parfum isi ulang. Pada umumnya biaya produksi merupakan biaya utama dalam menjalankan usaha, karena untuk keperluan produksi usahanya. Akan tetapi pengeluaran biaya yang tidak terarah akan membuat usaha kurang baik dalam perolehan laba. Sehingga diperlukan pengendalian serta manajemen distribusi yang tepat agar memperoleh laba yang maksimal. Untuk memperoleh laba yang maksimal, Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo diharapkan mampu menerapkan akuntansi biaya yaitu pengendalian biaya agar perusahaan mudah melakukan kegiatannya. Menurut Kuswadi terdapat 7 cara untuk menerapkan akuntansi biaya dan sistem biaya untuk mempermudah kegiatan dalam perusahaan yaitu yang *pertama*, mampu melakukan analisis secara menyeluruh tentang perolehan laba untuk setiap kegiatan. *Kedua*, mampu melakukan perbaikan-perbaikan untuk melakukan analisis tentang kegiatan yang merugikan perusahaan. *Ketiga*, mampu melakukan analisis perbandingan antara biaya yang dikeluarkan seperti jasa, produksi, dan layanan penunjang. *Keempat*, mampu melakukan pengawasan terhadap laba secara keseluruhan, sehingga menjamin kontribusi masing-masing kegiatan. *Kelima*, mampu melakukan

analisis efisiensi penggunaan barang-barang baru dan penambahan modal. *Keenam*, mampu membandingkan perusahaan dengan perusahaan pesaing sejenis untuk mengetahui perkembangan perusahaan. *Ketujuh*, mampu melaksanakan kontrol internal dengan cara pengawasan biaya dan produksi untuk meningkatkan efisiensi. Selain itu, mampu menyediakan produk yang berkualitas dan menghasilkan volume produksi dengan jumlah banyak. Sehingga semakin banyak volume penjualan yang dihasilkan maka jumlah produk yang tersedia untuk dijual juga banyak. Selain itu, membuat jadwal distribusi berdasarkan kebutuhan. Distribusi yang terjadwal merupakan salah satu cara yang dapat meminimalisir biaya-biaya yang dikeluarkan. Dengan adanya pengendalian biaya dan jadwal distribusi yang telah dibuat maka distribusi akan berjalan secara terarah. Diharapkan Outlet Parfum Isi Ulang di Ponorogo mampu menerapkan fungsi manajemen distribusi dengan cara yaitu *pertama*, mampu melakukan pemetaan konsumen dan menentukan target biaya yang dikeluarkan. *Kedua*, mampu menentukan alat transportasi yang akan digunakan. *Ketiga*, mampu memaksimalkan kemampuan untuk mengirimkan produk secara tepat kepada konsumen. *keempat*, mampu membuat penjadwalan dan menentukan pengiriman. *Kelima*, mampu menambah titik pengiriman barang untuk memperluas sasaran pasar. Selain itu, Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo juga diharapkan mampu mempertimbangkan biaya yang akan dikeluarkan khususnya biaya distribusi

untuk menyediakan produk demi memenuhi kebutuhan konsumen agar memperoleh laba yang optimal sesuai keinginan. Kemudian Outlet Parfum Isi ulang Ponorogo diharapkan mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi produk parfum untuk meningkatkan volume penjualan dengan memperluas pasar agar memperoleh laba bersih secara maksimal.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan yang sudah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel Biaya Produksi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi Biaya Produksi maka semakin tinggi juga laba bersih, sehingga hipotesis pertama ( $H_{a1}$ ) diterima.
- 2) Variabel Biaya Distribusi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap laba bersih. Biaya Distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel laba bersih. Hal ini berarti bahwa outlet parfum isi ulang kurang menekan biaya distribusi yang dikeluarkan untuk menyebarkan produk, sehingga hipotesis kedua ( $H_{a2}$ ) ditolak.
- 3) Variabel Volume Penjualan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap laba bersih. Hal ini berarti bahwa dalam meningkatkan laba bersih tidak hanya dari faktor volume penjualan tetapi terdapat faktor lain yang mempengaruhi laba bersih, sehingga hipotesis ketiga ( $H_{a3}$ ) ditolak.
- 4) Variabel biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,561 artinya variabel biaya produksi, biaya distribusi dan volume penjualan mampu



menjelaskan variabilitas/variasi dari laba bersih sebesar 56,1% dan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

## **B. Saran**

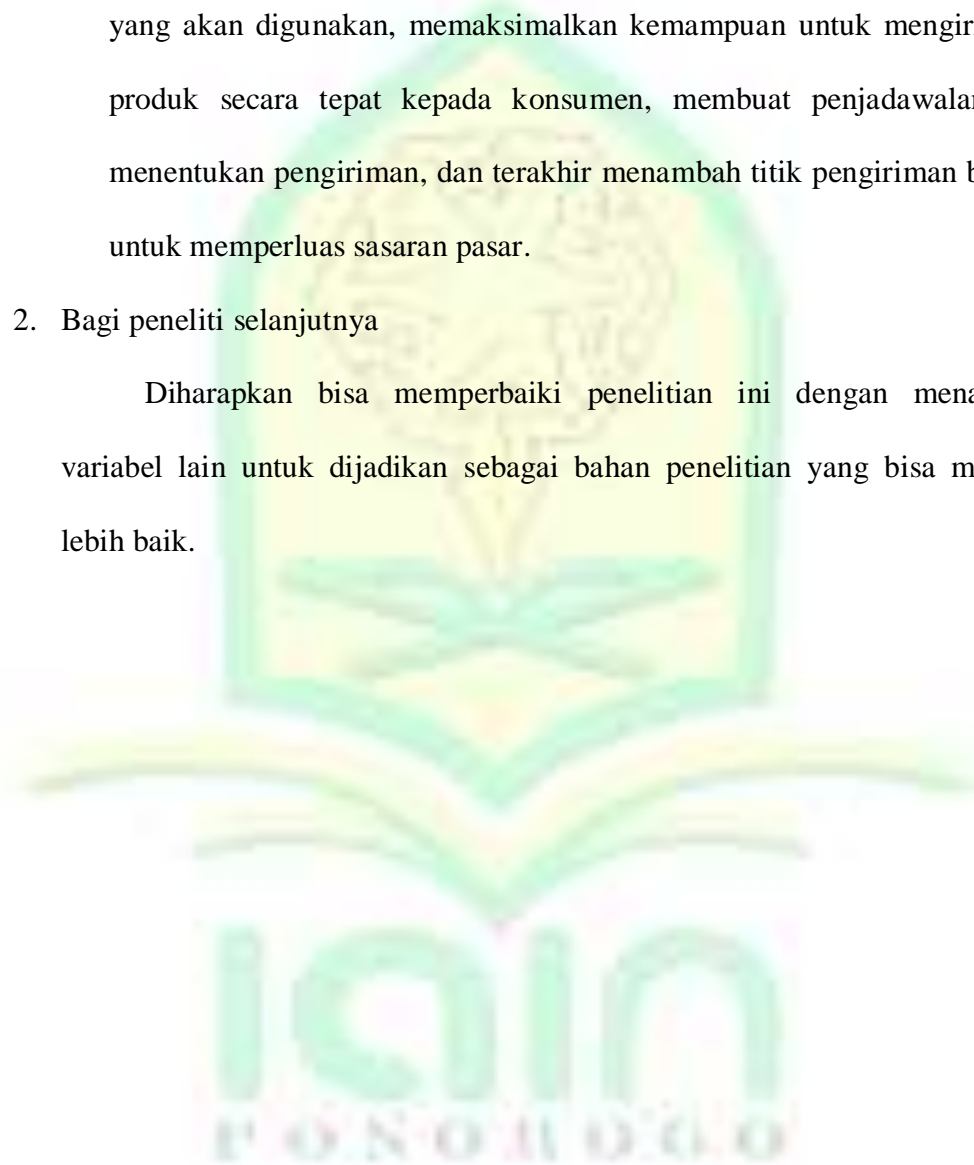
Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurna penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa antara lain:

### **1. Bagi Outlet Parfum**

- a. Diharapkan mampu menerapkan akuntansi biaya dan sistem biaya untuk mempermudah dalam kegiatan manajemen perusahaan melalui beberapa cara diantaranya melakukan analisis secara menyeluruh perolehan laba setiap kegiatan, melakukan perbaikan untuk melakukan analisis kegiatan yang merugikan perusahaan, melakukan analisis perbandingan antara biaya yang dikeluarkan seperti jasa, produksi, dan layanan penunjang, melakukan pengawasan terhadap laba secara keseluruhan sehingga menjamin kontribusi masing-masing kegiatan, membandingkan perusahaan dengan perusahaan pesaing sejenis untuk mengetahui perkembangan perusahaan, dan yang terakhir melaksanakan kontrol internal dengan cara pengawasan biaya dan produksi untuk meningkatkan efisiensi.

- b. Diharapkan mampu menerapkan fungsi manajemen distribusi melalui beberapa cara antara lain melakukan pemetaan konsumen dan menentukan target biaya yang dikeluarkan, menentukan alat transportasi yang akan digunakan, memaksimalkan kemampuan untuk mengirimkan produk secara tepat kepada konsumen, membuat penjadwalan dan menentukan pengiriman, dan terakhir menambah titik pengiriman barang untuk memperluas sasaran pasar.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bisa memperbaiki penelitian ini dengan menambah variabel lain untuk dijadikan sebagai bahan penelitian yang bisa menjadi lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Wiwi Nur, dkk. "Pengaruh Harga, Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Tahu,". *Jacfin: Journal of Accounting and Finance*, Vol. 1, No. 2, 2021.
- Akbar, Asep Sepulloh. "Pengaruh Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2016," 2017.
- Ambarini, Maulidya Masputri. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016,". *International Journal On Economics, Finance and Sustainable Development*, 2020.
- Ammy, Baihaqi. "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstik dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019,". *Scenario*, Murni 1, 2020.
- Ananda, Rusydi & Muhammad Fadhli. *Statistik Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita, 2018.
- Andri, *Wawancara*, 29 Januari 2022.
- Anggraini, Anggun dan Indawati. "Perputaran Persediaan Memoderasi Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pulp & Paper,". *Kreatif Jurnal Ilmiah*, Vol. 8, No. 2, 2020.
- Aristriyana, Eky dan Yusup Kurnia. *Strategi Distribusi Produk Pisang Sale*. Jawa Barat: Perkumpulan Rumah Cemerlang, 2022.
- Astari, Anindya Febriola. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih, Studi Home Industri Gipang Manis Merpati Sumber Rejeki Desa Kepuh Boyonglangu Tahun 2016-2019," *skripsi*, Boyonglangu, 2021.
- Atmoko, Rakhmat Andri & Susilowati. *Optimalisasi Digital Marketing*. Universitas Brawijaya: Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya, 2021.
- Candra, Vivi dkk. *Pengantar Metodologi Penelitian*. t.k: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Dewi, Sofia Prima dan Septian Bayu Kristanto. *Akuntansi Biaya*. t.tp: In Media, 2013.
- Dewianawati, Dwi. *Faktor-Faktor Nilai Penentu Perusahaan Transportasi*. Banten: Pascal Books, 2021.

- Dimas, *Wawancara*, 5 Februari 2022.
- Elisabeth Christine Riani dan Christina Poppy Nanindhitya. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2019". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 14, No. 1, 2021.
- Fadilah, Nurul dan Fauziyah. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT Nurul Amin di Sampang,". *Majalah Ekonomi*, Vol. 25, No. 2, 2020.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Fatimah, Nur Laeyli & Hari Wibawanto. "Implementasi Pengoptimalan Biaya Transportasi dengan North West Corner Method (NWCN) dan Stepping Stone Method (SSM) untuk Distribusi Raskin pada Perum Bulog Sub Divre Semarang, Jurnal Edu Komputika,". *Jurnal Edu Komputika*, Vol. 2, No. 1, 2015.
- Felicia dan Robinhot Gultom. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015,". *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, Vol. 1, No. 1, 2018.
- Firdaus. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplus Publisher, 2021.
- Ghodang, Hironymus dan Hantono. *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT Penertbit Mitra Group, 2020.
- Ginanjari, Yogi. "Volume penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi,". *JAKSI*, Vol. 1, No. 1, 2020.
- Hidayanti, Fipin. dkk. "Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016,". *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol. 1, No. 3, 2019.
- Ibrahim, Malik. "Pengaruh Biaya Sales Eksekutif dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Syngenta Regional Sales Area Sulawesi Selatan dan Barat," *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanuddin, 2014.
- Ikatan Akuntan Indonesia. *Akuntansi Biaya dan Manajemen*. Jakarta: IAI, 2019.
- Junjuran, Mochammad Ilyas dan Ajeng Tita Nawangsari. *Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Kurniawan, Agung Widhi & Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.

- Kuswadi. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT Elek Media Komputudo, 2005.
- Laki, Melisa Feronica dkk. "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada PT. Megamitra Makmur Sentosa,". *Jurnal Riset Akuntansi Going Concren*, Vol. 4, No. 1, 2019.
- Lind, Douglas A. dkk. *Teknik-Teknik Statistik dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Marpaung, Nicholas. "Pengaruh Modal Kerja dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Properti yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014,". *JIKA*, Vol. 8, No. 2, 2019.
- Mukhlidah dkk. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- Muslim, M Tegar. Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Periode 2006-2013,". *JIMAT UMMI*, Vol. 1, No. 2, 2020.
- Ningsih, Suci Septia. "Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Bank BRI Syariah KC Madiun," *skripsi*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.
- Nurlan, Fausiah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pare-Pare : CV. Pilar Nusantara, 2019.
- Poltak, Hendra dkk. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021.
- Purnomo, Rochmat Ady. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Radjab, Enny dan Andi Jam'an. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.
- Rifkan. *Membaca Hasil Regresi Data Panel*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2022.
- Rinaldi, Muammar dan Ihdina Gustina. *Pengantar Statistika*. Medan: Larispa Indonesia 2022.
- Roflin, Eddy dkk. *Analisis Korelasi dan Regresi*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2022.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.
- Ruliana, Titin dkk. *Praktek Akuntansi Biaya*. t.k: 2021.
- Rustami Rustami, Putu, I Ketut Kriya, dan Wayan Cipta. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan



- Kopi Bubuk Banyuwatis.". *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 2, No. 1, 2014.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Jawa Timur: Kbm Indonesia, 2021.
- Sasongko, Sonnya Nurman. "Pengaruh Modal Kerja dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Industri Logam yang Terdaftar di BEI Tahun 2010- 2012,," *Skripsi*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia, 2014.
- Seftianty, Carolita dan Gatot Wahyu Nugroho. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia,,". *JIMAT*, Vol. 1, No. 1, 2020.
- Sembiring, Masta dan Siti Aisyah Siregar. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih,," *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, Vol. 2, No. 3, 2018.
- Siagian, Dalilah. "Pengaruh Perputaran Persediaan dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada UD Flamboyan Coconut Centre Batu Bara,," *Skripsi*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.
- Silaen, Montaris dan Karina Silaen. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Usaha PT. Indofood Sukses Makmur TBK,,". *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol. 5, No. 1, 2021.
- Silalah, Ulber. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Refija Aditama, 2015.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subagyo dkk. *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sulistiyani, Shella Putri dan Gusganda Suria Manda. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Rokok Yang Terdaftar di BEI,,". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 9, No. 12, 2020.
- Supriadi, Iman. *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: Depublish Publisher, 2020.
- Susanto, Heru dan Nataniel Kristian Susantoputra. *Bijak Memberdayakan Uang Plastik*. Jakarta: PT Gramedia, 2015.
- Susilawati, Endang. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2017". *Manners*, Vol. 2, No. 1, 2019.

- Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Syaputra, Denny Prabu dkk. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Studi Pada Perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant Pada 2013-2016, ". *e-Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 1, 2018.
- Syukriadi, Muhammad. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Moderasi," *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin, 2016.
- Tegar, Nanang. *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi*. t.k: Anak Hebat Indonesia, 2019.
- Triwibowo, Edi dan Jumiatun. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan,". *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, Vol. 4, No. 1, 2019.
- Ulfa, *Wawancara*, 7 Februari 2022.
- Ulyah, Afifatul. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Industri Saun Whus di Desa Kadungrebug Kecamatan Sukodadi," *Skripsi*. Lamongan: Universitas Islam Darul 'Ulum, 2021.
- Umar, Husein. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2005.
- Utami, Komang Suyastri dkk. "Hubungan Biaya Saluran Distribusi Dengan Volume Penjualan Produk Semen Gresik Pada Surtikom Bhuana Perkasa,". Vol. 4, No. 1, 2014.
- Wahyu, *Wawancara*, 5 Februari 2022
- William K, Carter. *Akuntansi Biaya Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat. 2009.